



# EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA VIVA SEGURO DE FASECOLDA EN RADIO Y TALLERES

## RESUMEN EJECUTIVO



Elaborado por:



Con el apoyo de:



Evaluación de Impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasesolda  
Resumen Ejecutivo

Autores

Fabio Sánchez  
Facultad de Economía, Universidad de los Andes

Catherine Rodríguez  
Facultad de Economía, Universidad de los Andes

Sandra Zamora  
Facultad de Economía, Universidad de los Andes

Febrero, 2014

# Contenido

Prólogo	1
1. Introducción	3
2. Antecedentes del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda	5
3. Metodología	6
4. Resumen de la Evaluación de Impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro en la Radio	8
4.1. Resultados de Diferencias en Diferencias	12
4.2. Resultados de Variables Instrumentales	13
5. Resumen de la Evaluación de Impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro en los Talleres	16
5.1. Resultados de Diferencias en Diferencias	19
5.2. Resultados de Variables Instrumentales	20
5.3. Resultados de Propensity Score Matching (PSM)	22
6. Conclusiones	24
Referencias	26

## Prólogo

Riesgos como el desempleo, una enfermedad, la muerte o un desastre natural, son latentes en nuestras vidas y pocas veces estamos preparados para enfrentarlos. Es así como el endeudamiento, el gasto de los ahorros, la disminución del consumo y el abandono del estudio, son los mecanismos más utilizados para resolver los efectos de un choque adverso, evidenciando falta de previsión. Esto puede deberse, o bien a que subestimamos los riesgos, o a que desconocemos cómo protegernos.

Una encuesta contratada por Fasecolda a cerca de 1.000 oyentes de radio en Bogotá, Barranquilla y Pereira indicó que el 44% de los encuestados cree estar poco expuesto o medianamente expuesto a los riesgos. Así mismo, el 85% mencionó conocer al menos un seguro, siendo la cobertura del plan obligatorio de salud la más mencionada. Ante la pregunta de qué es una prima, una reclamación, un deducible y una exclusión en seguros, solo el 27% de los encuestados acertó en sus respuestas.

Con el ánimo de desarrollar habilidades en los consumidores y potenciales consumidores financieros que les permitan tomar decisiones informadas sobre la administración de sus riesgos, y los seguros que pueden adquirir para mitigarlos, Fasecolda adelanta desde el 2009 el Programa de Educación Financiera: Viva Seguro.

El programa busca crear conciencia sobre los riesgos, reconocer los diferentes instrumentos financieros para gestionarlos, dar a conocer el funcionamiento del seguro, brindar información que debe ser tenida en cuenta antes, durante y después de adquirir un seguro e informar sobre los derechos y deberes de los asegurados. El programa Viva Seguro se difunde a través de canales como radio, talleres, material impreso, internet y otros, logrando un alcance a la fecha de cerca de cinco millones de personas.

A fin de identificar el impacto del programa de formación adelantando mediante talleres y radio, y poder así focalizar y asignar los recursos de manera eficiente en aquellas iniciativas que tengan una mejor relación costo – beneficio, en 2011 Fasecolda, con recursos de donación del Fondo para Innovación en Microseguros de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), solicitó a la Universidad de los Andes adelantar una evaluación de impacto del programa.

El presente documento contiene los resultados más relevantes de esta investigación que se adelantó durante tres años, y que se constituye no sólo en un ejercicio académico de gran valor para el gremio asegurador, sino en un insumo fundamental para la toma de decisiones de la industria y demás actores relevantes en el campo de la educación financiera en Colombia y otros países, sobre los alcances, limitaciones y el rumbo que este tipo de iniciativas deben seguir.

Los resultados reflejan una mejora en los conocimientos y percepciones frente al seguro de quienes fueron objeto del estudio, lo cual resulta positivo y evidencia que el propósito de crear conciencia sobre los riesgos y sobre cómo enfrentarlos está dando frutos, sin embargo, el gran reto está en traducir esa mayor conciencia y conocimiento en decisiones concretas, resultado que no se logró observar en la medición.

La investigación adelantada por la Universidad de los Andes invita al gremio asegurador a pensar en la manera de reducir esa brecha entre información y acción, y en ello ya se viene trabajando, demostrando así la importancia que para el sector asegurador tiene la educación financiera como un motor de la inclusión financiera y de la protección al consumidor.

**JORGE H. BOTERO**  
Presidente Ejecutivo  
Fasecolda

# 1. Introducción

La educación financiera es un tema cuyo interés en el mundo académico y en el ámbito de las políticas ha adquirido relevancia en la última década. Son varios los factores que explican dicha tendencia.

- La educación es y siempre será un factor fundamental para el desarrollo, y, en consecuencia, es necesaria la investigación sobre la manera de ofrecerla con éxito a la población. En particular, la educación financiera es importante pues es claro que el conocimiento de estos temas es muy escaso en la población de adultos y jóvenes en todo el mundo (Xu y Zia, 2012).
- La disponibilidad, el tipo, la complejidad y el número de productos financieros como tarjetas de crédito, préstamos hipotecarios, crédito comercial, microcrédito, seguros y microseguros se ha incrementado significativamente en los últimos años. Muchas veces estos productos son ofrecidos a clientes de bajos ingresos y bajo nivel educativo que carecen de conceptos básicos de educación financiera. Por ende, este tipo de analfabetismo afecta la inclusión financiera y el adecuado uso de productos del sector.
- Los programas de educación financiera que acompañan a algunos de estos productos también han aumentado alrededor del mundo. En muchos casos incluso son obligatorios para las entidades financieras y, por ello, importantes cantidades de recursos y tiempo se dedican a este objetivo. Es fundamental entender si éstos esfuerzos están o no siendo efectivos.

No obstante, poco se sabe acerca de la relación costo - efectividad de los programas de educación financiera, o, si realmente están ayudando a las personas a adquirir las capacidades financieras necesarias para el mundo moderno. Infortunadamente hay poca evidencia causal rigurosa que ayude a discernir estas preguntas. Esto es especialmente cierto para el caso específico de la educación financiera en seguros y microseguros. La mayoría de los estudios disponibles en la literatura económica sufren de problemas de sesgo de selección y por lo tanto los resultados obtenidos a partir de ellos no son necesariamente causales. Dichas debilidades han venido siendo superadas poco a poco.

Este documento pretende contribuir a llenar el vacío en la literatura en materia de educación financiera en gestión de riesgos y seguros mediante la presentación de los resultados de un experimento aleatorio realizado en Colombia entre 2011 y 2012, el cual fue diseñado por la Federación de Aseguradores Colombianos (Fasecolda) y el Centro de Estudios Sobre Desarrollo Económico

(CEDE) de la Universidad de los Andes. Su objetivo es estimar el impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda en radio y talleres.

El presente documento está dividido en seis secciones de las cuales la primera es esta introducción. A continuación, se describe de manera breve los antecedentes del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda y sus principales características. En la tercera sección se expone la metodología utilizada durante la evaluación de impacto. En la cuarta sección se describe el experimento en radio y se presentan los principales resultados. En la quinta sección se detalla el experimento en el componente de talleres y se presentan sus resultados. Finalmente, la sexta sección contiene las conclusiones más relevantes.<sup>1</sup>

---

1 Para el lector interesado en los detalles de la presente evaluación sugerimos la lectura de los cinco informes de la evaluación de impacto entregados a Fasecolda en donde se hace una revisión de la literatura, la descripción de la metodología de evaluación, la descripción detallada de la información recolectada y el detalle de los resultados de impacto encontrados en cada uno de los componentes de radio y talleres respectivamente. Los informes pueden ser descargados en la página web del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda [www.vivasegurofasecolda.com](http://www.vivasegurofasecolda.com)

## 2. Antecedentes del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda

Desde el año 2008 Fasecolda ha sido el promotor de la educación financiera en seguros en Colombia. Para ello creó el texto “¿Está Usted Seguro? ¡Protéjase!”, el cual es una adaptación del Programa de Educación Financiera Global liderado por *Microfinance Opportunities* y *Freedom from Hunger*.

El contenido final del texto principal usado por Fasecolda busca proporcionar conocimientos y herramientas que deberían contribuir a las personas en cinco aspectos específicos: i) aumentar la conciencia sobre los riesgos; ii) mejorar el comportamiento frente a ellos; iii) incrementar el conocimiento sobre los seguros y mejorar las percepciones frente a los mismos, con el ánimo de iv) tomar mejores decisiones y estar más informados sobre el manejo de riesgos, y con ello v) mejorar los comportamientos frente a los riesgos y disminuir la vulnerabilidad ante la ocurrencia de eventos inesperados que generen graves choques financieros (Díaz y Pinzón, 2011).

Inicialmente, el contenido se difundió a través de talleres realizados con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) a individuos desempleados de bajos ingresos que eran beneficiarios del seguro de desempleo a través de las Cajas de Compensación. Después de haber adquirido experiencia en esta estrategia, y con la esperanza de aumentar el alcance del programa de educación financiera, Fasecolda diseñó un programa especial que se difundiría a través de emisoras de radio. El impacto que ambas metodologías, talleres y radio, tienen en los individuos beneficiados por ellas es objeto del presente estudio.



### 3. Metodología

El objetivo de las evaluaciones de impacto es, mediante el uso de métodos cuantitativos, medir el impacto de un programa o política sobre un conjunto de individuos. Este tipo de evaluaciones ha cobrado importancia en los últimos años dado que hacedores de política y organizaciones sin ánimo de lucro, entre otros, han empezado a preguntarse cuáles programas o políticas públicas funcionan y cuáles no. En este sentido, las evaluaciones de impacto son útiles en revelar la realidad de muchos programas, y por consiguiente pueden afectar las decisiones de asignación de recursos y corregir “juicios impresionistas” sobre programas particulares (Bernal y Peña, 2011).

El problema más complicado de solucionar en una evaluación de impacto es establecer la diferencia entre la variable de resultado de interés de un individuo que participa en el programa y el resultado en esa misma variable e individuo en ausencia del programa. Ambos resultados no son observables al mismo tiempo. Por ende, la evaluación de impacto debe establecer un grupo de comparación creíble de individuos que, en ausencia del programa, hubieran tenido resultados similares a aquellos que si fueron expuestos al mismo (Duflo *et al.*, 2007).

Para evaluar el impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda se diseñó e implementó un experimento aleatorio para el componente de radio y el de talleres. Específicamente, para cada uno se seleccionó un conjunto de individuos que aleatoriamente fueron asignados al grupo de tratamiento y que por tanto recibieron la educación financiera en riesgos y seguros, bien sea a través del programa radial o a través de los talleres presenciales. Adicionalmente, se seleccionó también un grupo de individuos de control para cada componente quienes no fueron beneficiados y por lo tanto no recibieron ninguno de los programas de educación financiera acá evaluados.

Bajo esta metodología el efecto causal del programa de educación financiera se mide a través de la diferencia en el valor promedio de las variables de interés entre ambos grupos. Para esta evaluación, las variables de interés evaluadas son el conocimiento en número y tipo de riesgos, el conocimiento en número y tipo de seguros disponibles en el mercado, el conocimiento en conceptos específicos de los seguros, la capacidad que perciben los individuos de entender una póliza, los deberes y derechos del asegurado y su actitud frente a los seguros entre otros temas. Los resultados de estos experimentos, al no tener sesgo de selección, generan estimaciones confiables y son útiles para evaluar el impacto de programas y políticas públicas (Bernal y Peña, 2011).

Los resultados presentados se basan en dos estrategias de identificación distintas: regresiones lineales de diferencias en diferencias y variables instrumentales <sup>2</sup>. En la primera estrategia se asumen tres supuestos importantes: i) no existe autoselección de los individuos en el tratamiento; ii) la atrición en la muestra es aleatoria <sup>3</sup> y, iii) no existen errores de medición en las variables dependientes e independientes. Bajo el experimento controlado diseñado exclusivamente para esta evaluación, es de esperar que la primera condición se cumpla a cabalidad. Las otras dos condiciones están sujetas a las características de la implementación, la recolección de datos y de hechos que pueden o no ser aleatorios en cualquier evaluación. Sin embargo, vale la pena mencionar que la estructura de la evaluación del componente de radio y de talleres permite solucionar y evaluar si existen o no problemas en cualquiera de los supuestos descritos. En particular, es común utilizar una estrategia de variables instrumentales para solucionar problemas de endogeneidad que pueden estar asociados a autoselección, variables omitidas o a problemas de medición. También vale la pena mencionar que, para el caso particular de la evaluación de impacto de talleres, se presentan los resultados bajo una tercera metodología, *Propensity Score Matching* (PSM).

---

2 La descripción de la metodología completa y cada una de las estimaciones se encuentra en el documento de informe de Evaluación de Impacto del Programa de Educación Financiera de Fasecolda en el componente de radio y talleres, respectivamente.

3 En estudios de evaluación de impacto, la atrición se produce cuando no es posible recoger información sobre las personas que fueron seleccionadas como parte de la muestra original del experimento. Es común que en estas evaluaciones siempre existan personas que por algún motivo abandonen el experimento. Lo importante, sin embargo, es que las personas que abandonan el estudio sean "idénticos" en ambos grupos de tratamiento y de control.

## 4. Resumen de la Evaluación de Impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro en la Radio

El uso de medios de comunicación se puede identificar dentro de las tendencias actuales en la educación en microseguros. Vale la pena resaltar algunas de las estrategias que están siendo utilizadas en el mundo. Por ejemplo, la Asociación de Aseguradores en Sudáfrica tiene un programa de educación por radio que fue evaluado de manera cualitativa y cuantitativa (Craig y MacGuinness, 2011). Asimismo, la Confederación Nacional de Seguros (CNSeg) en Brasil hace uso de una novela radial y videos para difundir su material educativo (Dror et al., 2010). En India, la *Micro Insurance Academy* (MIA) produjo una película al estilo Bollywood en la que cuenta la historia de un pueblo en donde jóvenes buscan aumentar la prosperidad de sus habitantes a través de microseguros en salud. (MIA, 2010).

Con la esperanza de aumentar el alcance del programa de educación financiera, Fasecolda decidió diseñar un programa especial que se difundiría a través de emisoras de radio. Así, gracias a la experiencia adquirida con la adaptación del texto “¿Está Usted Seguro? ¡Protéjase!” crearon un nuevo contenido apropiado para ser difundido a través de la radio en el programa “Viva Seguro”. En total, el programa de radio Viva Seguro tiene 36 episodios con una duración estimada de 41 minutos cada uno, diseñados para ser transmitidos de lunes a viernes durante siete semanas. El plan de estudios del programa se divide en cinco temas principales:

- I. ¿Qué riesgos reconoce y cuáles le han pasado a usted?, ¿Cómo afectaron su bolsillo? ¿Cómo respondió y qué tan efectiva fue la respuesta?
- II. Instrumentos financieros para enfrentar emergencias.
- III. Tipos de seguros.
- IV. Conozca su póliza.
- V. Protección al consumidor.

Cada uno de los episodios se divide en 18 segmentos diferentes que incluyen una revisión de los episodios anteriores, una breve charla con un experto, la radionovela del día, entrevistas con los oyentes, un concurso diario y canciones relacionadas con los temas analizados (Díaz y Pinzón, 2011).

Para esta evaluación, se seleccionaron seis estaciones de radio, dos en Bogotá, dos en Pereira y dos en Barranquilla, respectivamente: en tres de ellas se

transmitiría el programa de educación financiera Viva Seguro (emisoras de tratamiento) y en las otras tres no se transmitiría (emisoras de control) y por lo tanto seguirían con su programación habitual. Todas las emisoras hacen parte de uno de los mayores grupos de comunicación del país (RCN) y accedieron a participar en el experimento. Los detalles de la emisión del programa Viva Seguro y las emisoras de control se presentan en la Tabla 1.

**Tabla 1. Registro y emisión del programa Viva Seguro (2011)**

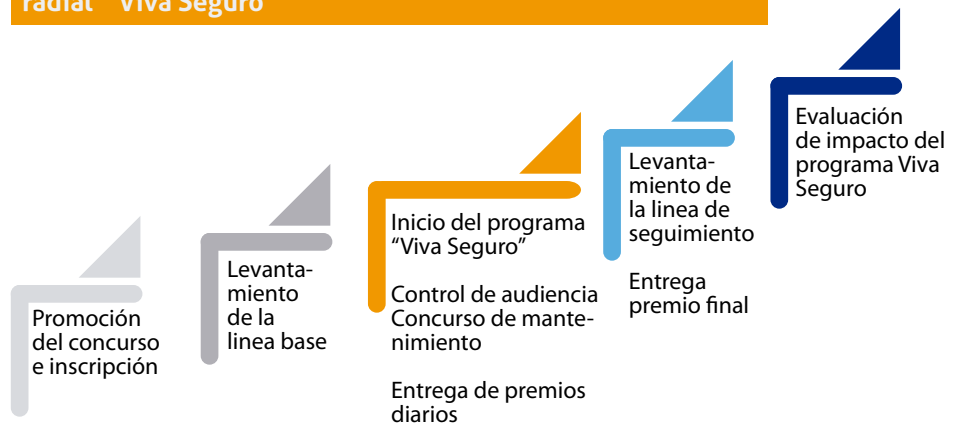
Ciudad	Fechas de Inscripción	Fechas de Emisión del programa	Horario de emisión del programa	Emisora de tratamiento	Emisora de control
Bogotá	23 de mayo a 3 de agosto	8 de agosto a 27 de septiembre	10:00 am a 11:00 am	Amor Stereo 1.340 AM – 96.3 FM	La Cariñosa 610 AM
Barranquilla	12 de Septiembre al 19 de Octubre	24 de Octubre a 15 de diciembre	9:15 am a 10:00 am	El Sol 1.550 AM	Radio Uno 95.6 FM
Pereira	24 de Septiembre al 12 de Octubre	24 de Octubre a 15 de diciembre	10:30am a 11:15am	La Cariñosa 1.210 AM	Radio Uno 94.7 FM

Fuente: Fasecolda, 2011

Antes de iniciar la emisión del programa, se llevó a cabo un concurso en las seis estaciones de radio (las tres emisoras de radio de tratamiento donde el programa salió al aire y las tres emisoras de control adicionales) en el cual se motivaba a las personas a participar y ser elegibles para ganar diferentes premios. Todos aquellos interesados en el concurso tenían que registrarse y contestar un cuestionario de 20 minutos diseñado especialmente para la evaluación. Estas encuestas fueron realizadas antes de que el programa de educación financiera saliera al aire en las emisoras de tratamiento. La información recolectada en esta primera etapa corresponde a la información de línea base de la evaluación.

Durante el período de emisión del programa Viva Seguro, a la hora respectiva, se llevó a cabo concursos con distintitos premios en las emisoras de tratamiento y control que buscaban la fidelidad de los oyentes a la emisora original donde se registraron. Adicionalmente, se otorgó un premio final que se entregó aproximadamente seis meses después de la emisión del último capítulo del programa de educación financiera Viva Seguro en cada ciudad. Para participar en éste último concurso, los individuos inscritos debían responder una encuesta de seguimiento que permitiría evaluar el impacto del programa radial y corresponde por tanto a la información de línea de seguimiento. El Gráfico 1, resume el diseño de la evaluación de impacto del componente radial.

**Gráfico 1. Diseño de la evaluación de impacto del programa radial "Viva Seguro"**



La Tabla 2 presenta el número total de individuos de los cuales fue posible recolectar información tanto en línea base como en línea de seguimiento. Infortunadamente, el nivel de atrición entre la línea base y la de seguimiento es significativo, llegando a un 35% de los oyentes en Bogotá y al 62% en Pereira. De hecho, debido al alto nivel de atrición en Barranquilla (80%) se tomó la decisión de no utilizar la información de esa ciudad y por lo tanto, los resultados presentados en este documento sólo tienen en cuenta la información recogida en Bogotá y Pereira. En estas dos ciudades, se logró recolectar información de línea de base y de línea de seguimiento para 430 individuos de los cuales 225 afirmaron haber escuchado el programa en alguna de las dos emisoras de tratamiento.

**Tabla 2. Número de individuos en la evaluación de impacto - radio**

Ciudad	Número de individuos		Atrición (%)
	Línea base	Línea de seguimiento	
Bogotá	428	276	35,5
Pereira	409	154	62,3
<b>Total</b>	<b>837</b>	<b>430</b>	<b>48,6</b>

Fuente: Fasecolda, Encuesta de línea base y de seguimiento

Cabe señalar que, como se detalla en Angrist y Lavy (2002), un alta tasa de atrición no afecta necesariamente la validez interna de un experimento, lo importante es que no exista un sesgo entre los individuos que dejan el experimento y los que no lo hacen. Análisis estadísticos, detallados en los informes de la evaluación, permitieron concluir que las características socioeconómicas

de los individuos que respondieron ambas encuestas son muy similares a la de aquellos que respondieron sólo la de línea base. De manera similar, no existen diferencias significativas sustanciales en las características socioeconómicas del grupo de individuos tratados (aquellos inscritos a través de una emisora donde el programa fue emitido) y los de control (aquellos inscritos a través de una emisora donde el programa no fue emitido). Estos dos factores permiten tener confianza en los resultados encontrados y acá presentados.

En la Tabla 3 se presentan algunas de las características socioeconómicas de los individuos que contestaron la encuesta de línea base y la de seguimiento. Como es posible observar, en su mayoría se trata de mujeres (72% de los participantes en línea base y 69% en línea de seguimiento). La edad promedio de los participantes es de 49 años con un nivel de educación inferior a 9 años. Además, más del 60% de la población inscrita en el concurso tiene ingresos mensuales iguales o inferiores a \$500.000, es decir, menos de un salario mínimo legal mensual.<sup>4</sup> Finalmente, un 42% de los oyentes trabajaba mientras que un 36% se dedicaba a oficios del hogar.

**Tabla 3. Características socioeconómicas - radio**

<b>Variables</b>	<b>Línea base</b>	<b>Línea de seguimiento</b>
% género mujer	0,72	0,69
Media edad	48,35	49,22
Media años de educación	8,56	8,70
% en cada nivel de ingresos		
\$0-\$250mil	0,36	0,35
\$250mil-\$500mil	0,28	0,30
\$500mil-\$750mil	0,21	0,20
\$750mil-\$1.000mil	0,08	0,09
Más de \$1.000mil	0,07	0,06
% en cada tipo de ocupación		
Trabaja	0,39	0,42
Oficios del hogar	0,38	0,36
Otro	0,23	0,22
No. de observaciones	837	430

Fuente: Fasecolda. Encuesta de línea base y de seguimiento de Bogotá y Pereira - radio.

<sup>4</sup> En el año 2011, el salario mínimo mensual más el subsidio de transporte era de \$599,200 que a una tasa de cambio de Febrero de 2014 cercana a los \$2,030 por dólar equivale a aproximadamente US\$300.

#### 4.1. Resultados de Diferencias en Diferencias

Los resultados bajo la estrategia de diferencias en diferencias (DID por sus siglas en inglés), con efectos fijos por individuo, sugieren que el uso de los medios de comunicación como un canal de entrega para la educación financiera es eficaz en varios aspectos. En particular, encontramos que los oyentes del Programa de Educación Financiera Viva Seguro aumentaron su conocimiento sobre el tipo de riesgos a los que podrían estar expuestos; el número y el tipo de seguros que conocen; y la capacidad que ellos perciben para identificar riesgos y sobre su conocimiento de aseguramiento. Sin embargo, no se encontró ningún impacto en el conocimiento específico de los conceptos de una póliza de seguros, tales como la prima, el deducible o dónde presentar una reclamación. Del mismo modo, no se encontró ningún efecto en la actitud de los participantes hacia los seguros o hacia el ahorro para afrontar eventos inesperados que les generen choques financieros (ver Tabla 4).

**Tabla 4. Resultados impacto del programa en radio - DID**

<b>Variable dependiente</b>	<b>DID con efectos fijos por individuo</b>
Número de riesgos a los que está expuesto	0.410*** (0.107)
Número de seguros que conoce	0.783*** (0.169)
Conocimiento promedio de conceptos de seguros	0.140 (0.159)
Actitud hacia riesgos y aseguramiento	0.0142 (0.0181)
Capacidades percibidas de conocimiento en riesgos y aseguramiento	0.0776*** (0.0247)
Ahorra	-0.0214 (0.0491)
Ahorra para emergencias	-0.00846 (0.0302)
Número de seguros comprados en los últimos seis meses	-0.0191 (0.0390)
Interés en comprar seguros	0.0250 (0.0490)

Errores estándar en paréntesis. (\*\*\*)  $p < 0.01$ , (\*\*)  $p < 0.05$ , (\*)  $p < 0.1$  significancia)

Estos resultados son consistentes con la estructura del programa Viva Seguro, pues cabe señalar que de los 36 capítulos emitidos, 7 estaban relacionados con la identificación de riesgos y 10 trataban de los diferentes tipos de seguros. Es decir, cerca del cincuenta por ciento de los capítulos del programa radial estaban dirigidos a estos dos temas en donde se encontraron impactos positivos.

Además, es importante reconocer que lograr cambios significativos en el comportamiento de los individuos no es fácil, hecho que ha sido documentado frecuentemente en la literatura. Por ejemplo, en la evaluación de impacto del programa de educación financiera para jóvenes "Finanzas para el Cambio" en Colombia, tampoco se encuentran impactos significativos en estas áreas, pese a que la educación financiera era dictada directamente a los estudiantes en clase (García, 2012).

#### **4.2. Resultados de Variables Instrumentales**

Como se mencionó en la sección anterior, es posible que el coeficiente de interés esté sesgado debido a problemas en la implementación de un experimento aleatorio. Por ejemplo, puede suceder que las personas que continuaron en el experimento sean diferentes a las que no lo hicieron o que existieran problemas al momento de recolección de los datos. En este caso, puede suceder que las personas que contestaron tanto el cuestionario de línea base como el de seguimiento fuesen distintos a aquellos que sólo contestaron el de línea base. De manera similar, podría suceder también que la recolección de información a través de vía telefónica pudiese tener respuestas inducidas o errores de medición.

Por tal motivo, como ejercicio de robustez y para controlar por problemas de endogeneidad se implementó una especificación con variables instrumentales. En particular, el instrumento utilizado es la estación de radio que cada individuo estaba escuchando al momento de inscribirse en el concurso. Es decir, la emisora que esperamos tradicionalmente escuchan. Bajo esta metodología debe quedar claro que el coeficiente de interés en la evaluación indicaría el impacto que tuvo la emisión del programa Viva Seguro en los individuos que se quería tratar.

La Tabla 5 muestra las diferencias que existen entre el número de personas que en línea de seguimiento mencionaron haber escuchado el programa y el número de personas que se inscribieron en alguna emisora de tratamiento al inicio del concurso. De acuerdo a las respuestas en la línea de seguimiento, un total de 225 personas reportaron haber escuchado el programa Viva Seguro. Por otro



lado, únicamente 150 individuos se inscribieron a través de una emisora donde el programa iba a ser transmitido. Son precisamente estas diferencias las que permitirán llevar a cabo el procedimiento de variables instrumentales.

**Tabla 5. Personas que escucharon el programa Viva Seguro vs. emisora de origen**

	<b>Número de personas que escucharon el programa</b>	<b>Emisora de origen = emisora de tratamiento</b>
Si	225	150
No	205	280

Fuente: Fasecolda. Encuesta de línea base y de seguimiento, Bogotá y Pereira.

Los resultados de las estimaciones del impacto del programa de Educación Financiera Viva Seguro bajo variables instrumentales son similares a los de diferencias en diferencias, aunque un poco más fuertes. Esto podría en principio sugerir dos cosas: i) existía algún tipo de autoselección en variables no observables y cambiantes en el tiempo que determinaban el tratamiento o la selección en la muestra y/o, ii) existían errores de medición aleatorios en las variables dependientes e independientes.

Nuevamente, dado el diseño experimental de la evaluación, es difícil pensar que hubiese algún tipo de autoselección en el tratamiento. Aunque podría existir algún tipo de autoselección en la muestra, específicamente dado el alto nivel de atrición en línea de seguimiento, o errores de medición en las variables de interés al recolectar los datos, esta metodología corregiría por ellos, haciendo que los resultados bajo variables instrumentales sean robustos a estas dos preocupaciones.

En la Tabla 6 se presentan los resultados obtenidos en la segunda etapa de la estrategia de variables instrumentales con efectos fijos para todas las variables de interés. Está claro que el Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda a través de la radio tuvo un impacto positivo en el conocimiento de las personas sobre el número y el tipo de riesgos a los que están expuestas (1,12 desviaciones estándar); en la cantidad y los tipos de productos de seguros disponibles en el mercado (0,85 desviaciones estándar); y también en la percepción de capacidad de los individuos en el manejo de riesgos y conocimiento sobre seguros (0,5 desviaciones estándar).

No obstante, una vez más no se encontraron efectos en el conocimiento de los conceptos específicos relacionados con una póliza de seguro, las actitudes hacia los riesgos o seguros, ni en el comportamiento deseado.

**Tabla 6. Resultados impacto del programa en radio – Variables instrumentales**

<b>Variable dependiente</b>	<b>Variables instrumentales con efectos fijos</b>
Número de riesgos a los que está expuesto	0.907*** (0.271)
Número de seguros que conoce	1.157*** (0.417)
Conocimiento promedio de conceptos de seguros	0.120 (0.391)
Actitud hacia riesgos y aseguramiento	0.0241 (0.0446)
Capacidades percibidas de conocimiento en riesgos y aseguramiento	0.112* (0.0610)
Número de seguros comprados en los últimos seis meses	0.00728 (0.0961)
Interés en comprar seguros	0.0913 (0.121)

Errores estándar en paréntesis. (\*\*\*)  $p < 0.01$ , (\*\*)  $p < 0.05$ , (\*)  $p < 0.1$  significancia)

## 5. Resumen de la Evaluación de Impacto del Programa de Educación Financiera Viva Seguro en los Talleres

La evaluación de impacto del componente de talleres también contó con un diseño aleatorio. En particular la evaluación mide el impacto que tuvo un taller de educación financiera presencial con una duración de 8 horas divididas en dos sesiones de 4 horas cada una. Al igual que el programa radial, su contenido tiene por objetivo promover una mayor conciencia de los riesgos a los cuales los individuos están expuestos, mejorar sus conocimientos sobre las estrategias apropiadas para hacer frente a ellos y aumentar sus conocimientos y actitudes hacia los seguros.

Inicialmente, la población objetivo consistía en el grupo de beneficiarios del seguro de desempleo de las Cajas de Compensación que se encontraban inscritos en los talleres de capacitación ofrecidos por esas entidades. Tales cursos involucraban individuos capacitándose en diferentes áreas como belleza, cocina, conducción, sistemas, entre otras y es la población objetivo que generalmente se busca impactar. No obstante, en el trabajo de campo surgieron varios inconvenientes que impidieron llevar a cabo el experimento entre la población de desempleados. Alternativamente, Fasecolda propuso realizar la evaluación de impacto de los talleres entre la población de estudiantes de carreras técnicas, tecnológicas y profesionales la Fundación Universitaria Unipanamericana de la Caja de Compensación Familiar Compensar, en jornada nocturna.

La idea del diseño experimental para la evaluación de impacto de los talleres es simple y busca, de la mejor manera posible, eliminar los sesgos de selección a los que comúnmente se enfrentan este tipo de estimaciones. Específicamente, tomando la lista de todos los cursos dictados en el primer semestre de 2012 en Unipanamericana, se escogieron aleatoriamente unos cursos donde los estudiantes recibirían las dos sesiones del taller y otros cursos en donde la programación habitual de las clases se mantendría. Es importante tener en cuenta que bajo este diseño se toma únicamente una población de estudiantes como población tratada (y de control), mientras que los talleres de educación financiera en seguros generalmente son dictados a diferentes grupos de la población.

La aplicación de los cuestionarios de línea base se hizo directamente a los estudiantes de Unipanamericana en los salones de clase a partir de la aleatorización propuesta por el CEDE. Esto se llevó a cabo entre el 30 de enero y el

24 de febrero del año 2012. En total se encuestaron a 1,519 alumnos en 25 programas técnicos y profesionales. Posteriormente, se dictaron los talleres de educación financiera en riesgos y seguros al grupo de tratamiento, los cuales se desarrollaron entre el 28 de febrero y el 8 de mayo de 2012. En total, se capacitaron 546 estudiantes, quienes asistieron a las 8 horas del taller.

Sin embargo, el trabajo de campo tuvo diversos inconvenientes que dificultaron tanto la aplicación de la estrategia original de evaluación aleatoria así como la recolección de los datos de seguimiento. En primera instancia, al momento de dictar y ofrecer la capacitación no fue posible mantener en tratamiento y control a todos los grupos de clase escogidos en el diseño original. Esto implicó que no todos los estudiantes capacitados hicieran parte del grupo de estudiantes que fueron encuestados en línea base. Por ejemplo, del total de estudiantes capacitados y de quienes se tiene información en línea de seguimiento, 295 fueron encuestados también en la recolección de la línea base y 251 no lo fueron. Los grupos de tratados y controles se distribuyen como se observa en el Gráfico 2.

**Gráfico 2. Tratados y controles según información línea base y lista de asistencia a los talleres (%)**



Fuente: Fasecolda. Encuestas de línea base y de seguimiento talleres Unipanamericana.

Se presentaron problemas también al momento de la recolección de información de línea de seguimiento. Originalmente, la aplicación de la línea de seguimiento se tenía planeada 6 meses después de los talleres, es decir, en el mes de noviembre de 2012. Para ello era necesario reunir tanto a los estudiantes encuestados en línea base como a aquellos que habían sido capacitados y no estaban inicialmente en el experimento, con lo cual el número de estudiantes

a encuestar ascendía a 1,357 <sup>5</sup>. Sin embargo, dado que era un nuevo semestre académico y los estudiantes que debían ser encuestados estaban en múltiples clases era imposible repetir el ejercicio de ir clase por clase aplicando las encuestas.

La primera estrategia de recolección de información en octubre de 2012 fue ubicar un *stand* de Fasecolda para que los estudiantes que se debían encuestar se acercaran de manera voluntaria para así completar la encuesta. Para ello se hizo publicidad dentro de la universidad y se enviaron correos electrónicos a los estudiantes. Como incentivo, sorteó un iPad Dos y 15 tarjetas débito por valor de \$ 200.000 cada una entre los estudiantes que completaban la encuesta. Pese a los esfuerzos sólo se logró encuestar a 61 estudiantes de los 1.357 que se esperaban.

La segunda estrategia consistió en aplicar la encuesta vía telefónica. Dicha actividad se realizó entre noviembre y diciembre de 2012, con una tasa de éxito muy baja ya que sólo se encuestó a 279 estudiantes. Finalmente, en enero de 2013 se hizo un último intento telefónico logrando 160 respuestas adicionales.

En la Tabla 7 se presenta el número total de individuos para los cuales fue posible recolectar información tanto en línea base como en línea de seguimiento (encuesta realizada entre noviembre de 2012 y enero de 2013). Infortunadamente, el nivel de atrición entre la línea base y la de seguimiento es bastante alto, llegando a un 75% de los estudiantes.

**Tabla 7. Nivel de atrición entre línea base y de seguimiento - talleres**

Estudiantes	Número de individuos		Atrición (%)
	Línea base	Línea de seguimiento	
En línea base y de seguimiento	1.519	382	75%
Sólo en línea de seguimiento	-	106	-
<b>Total</b>	<b>1,537</b>	<b>488</b>	<b>-</b>

Fuente: Fasecolda. Encuestas de línea base y de seguimiento talleres Unipanamericana.

<sup>5</sup> Cabe señalar que de los aproximadamente 1,519 estudiantes encuestados en línea base se dejó de encuestar en línea de seguimiento los estudiantes que tenían información incompleta de contacto y/o de identificación, y que por lo tanto no pudieron ser contactados en línea de seguimiento.

En la Tabla 8 se presentan algunas de las características socioeconómicas de los individuos que contestaron la encuesta de línea base y la de seguimiento en la evaluación de impacto del componente de talleres. Como es posible observar, los estudiantes tienen en promedio 14 años de educación y alrededor de un 50% en línea base y 47% en seguimiento son mujeres. Los estudiantes en línea de seguimiento tienen 0.7 años más de edad, tal diferencia se podía esperar dado que la encuesta de seguimiento se aplicó entre 6 y 10 meses después de la línea de base. A nivel de ingresos, es posible observar que cerca del 80% de los estudiantes reportan tener un ingreso mensual superior a los \$500,000.

**Tabla 8. Características sociodemográficas – talleres**

<b>Variab</b> les	<b>Línea base</b>	<b>Línea de seguimiento</b>
% género mujer	0.50	0,47
Media edad	25,4	26,1
Media años de educación	13,7	14,8
% en cada nivel de ingresos		
\$0-\$250mil	0,12	0,09
\$250mil-\$500mil	0,09	0,12
\$500mil-\$750mil	0,33	0,31
\$750mil-\$1.000mil	0,26	0,29
Más de \$1.000mil	0,20	0,19
% en cada ocupación		
Trabaja	0,71	0,70
No trabaja	0,16	0,15
Otro	0,13	0,15
No. de observaciones	1.519	480

Fuente: Fasescolda. Encuestas de línea base y de seguimiento talleres Unipanamericana.

### 5.1. Resultados de Diferencias en Diferencias

Los resultados bajo la estrategia de DID con efectos fijos por individuo, sugieren que el impacto de los talleres en la educación de los estudiantes en riesgos y seguros fue bajo. En particular, se encuentra que los estudiantes que tomaron el taller aumentaron su conocimiento sobre el tipo de riesgos a los que podrían estar expuestos. Sin embargo, no se encontró impacto en ninguno de los otros indicadores relacionados con el número de seguros que conocen, ni con el conocimiento específico de los conceptos de una póliza de seguros. Del mismo modo, no se encontró ningún efecto en la actitud y percepción de capacidad

de los participantes hacia los seguros o hacia el ahorro para afrontar eventos inesperados que les generen choques financieros. Tampoco se encontró un impacto significativo de los talleres en otras variables de comportamiento como adquirir un seguro o interés en adquirir un seguro en el futuro (ver Tabla 9).

**Tabla 9. Resultados impacto del programa en talleres - DID**

<b>Variable dependiente</b>	<b>DID con efectos fijos por individuo</b>
Número de riesgos a los que está expuesto	0.261** (0.126)
Número de seguros que conoce	0.289 (0.240)
Conocimiento promedio de conceptos de seguros	0.239 (0.197)
Actitud hacia riesgos y aseguramiento	-0.013 (0.022)
Capacidades percibidas de conocimiento en riesgos y aseguramiento	0.037 (0.023)
Ahorra	0.043 (0.070)
Ahorra para emergencias	0.003 (0.042)
Número de seguros comprados en los últimos seis meses	0.006 (0.046)
Interés en comprar seguros	0.098 (0.072)

Errores estándar en paréntesis. (\*\*\*)  $p < 0.01$ , (\*\*)  $p < 0.05$ , (\*)  $p < 0.1$  significancia)

## 5.2. Resultados de Variables Instrumentales

Como se mencionó en la sección de metodología, es posible que el coeficiente de interés esté sesgado debido a diferentes razones: i) los estudiantes que respondieron las encuestas de línea de seguimiento son diferentes a los que no les interesó hacerlo; ii) por errores de medición aleatorios tanto en las listas de asistencia a los talleres como en las encuestas; o iii) el cambio en la metodología en la aplicación de las encuestas.

Para solucionar estos posibles problemas también se implementó una especificación con variables instrumentales. El instrumento utilizado en este caso es la clase en la que estaba inscrito cada estudiante en el primer semestre de 2012 teniendo en cuenta si era una clase en la cual el instructor del Sena dictó un taller.

De acuerdo con esta metodología, el coeficiente de interés en la evaluación indicaría el impacto que tuvo los talleres sobre los estudiantes que se querían tratar.

La Tabla 10 muestra diferencias importantes entre los estudiantes que se cree tomaron el taller (información que fue recolectada a partir de las listas de asistencia) y los estudiantes que debían haber tomado el taller dado que estaban inscritos en una clase donde éstos fueron dictados. Mientras que las listas de asistencia indican que dentro de la muestra de estudiantes para la cual se tiene información en línea base y de seguimiento sólo 96 individuos tomaron el taller, los horarios de clase proporcionados por Unipanamericana señalan que 326 estudiantes estaban inscritos en las clases donde los talleres fueron dictados.

**Tabla 10. Estudiantes que asistieron al taller vs. estudiantes que debían tomar el taller**

	<b>Número de estudiantes que asistieron al taller</b>	<b>Estudiantes que estaban en una clase donde se dictó el taller</b>
Si	96	326
No	286	56

Fuente: Fasecolda. Encuesta de línea base y de seguimiento, talleres.

Sin embargo, al igual que bajo la metodología de DID, no se encuentra ningún impacto significativo de los talleres bajo variables instrumentales. De hecho, el impacto sobre el número de riesgos que conocen los estudiantes desaparece y se encuentra un efecto negativo y significativo en los hábitos de ahorro (ver Tabla 11).

**Tabla 11. Resultados impacto del programa en talleres – Variables Instrumentales**

<b>Variable dependiente</b>	<b>Variables instrumentales con efectos fijos por individuo</b>
Número de riesgos a los que está expuesto	0.189 (0.730)
Número de seguros que conoce	-0.995 (1.443)
Conocimiento promedio de conceptos de seguros	1.403 (1.196)



<b>Variable dependiente</b>	<b>Variables instrumentales con efectos fijos por individuo</b>
Actitud hacia riesgos y aseguramiento	-0.0708 (0.131)
Capacidades percibidas de conocimiento en riesgos y aseguramiento	-0.0562 (0.137)
Ahorra	-0.874* (0.529)
Ahorra para emergencias	-0.158 (0.268)
Número de seguros comprados en los últimos seis meses	0.0260 (0.266)
Interés en comprar seguros	0.416 (0.414)

Errores estándar en paréntesis. (\*\*\*)  $p < 0.01$ , (\*\*)  $p < 0.05$ , (\*)  $p < 0.1$  significancia)

### 5.3. Resultados de Propensity Score Matching (PSM)

Como se mencionó en la tercera sección para la evaluación de talleres se llevó a cabo una tercera metodología de estimación de impacto utilizada comúnmente en la literatura: *Propensity Score Matching* (PSM). Esta metodología consiste en encontrar a través de métodos estadísticos un “clon” para los individuos tratados en el grupo de individuos de control. En este caso en particular, la metodología PSM permite utilizar además la información de aquellos individuos que fueron tratados pero que no fueron entrevistados en línea base.

En la Tabla 12 se presentan los resultados obtenidos a través de PSM, utilizando únicamente la región de soporte común, por tanto, un número de observaciones de 430. Para emparejar a los individuos se tienen en cuenta variables como: la edad, el género, la carrera, el nivel de ingreso, si tiene carro, si tiene moto y la ocupación. Los resultados muestran efectos significativos y positivos en cuatro variables fundamentales. En primer lugar, se repite el efecto en el número de riesgos a los que está expuesto el individuo. Este es un impacto importante equivalente a 0.22 desviaciones estándar. Sin embargo, a diferencia del modelo de DID o de variables instrumentales, los talleres tuvieron también un impacto en tres variables adicionales. En el caso del número de seguros que conocen los estudiantes el efecto es de 0.19 desviaciones estándar. También se encuentra un impacto positivo a nivel de conocimiento en conceptos de aseguramiento de 0.3 desviaciones estándar. Y por último, en las capacidades percibidas por los participantes (0.21 desviaciones estándar).

**Tabla 12. Resultados bajo PSM - talleres**

	Número de riesgos a los que está expuesto	Número de seguros que conoce	Conocimiento promedio de conceptos de seguros	Actitud hacia riesgos y aseguramiento	Capacidades percibidas de conocimiento en riesgos y aseguramiento	Ahorra	Ahorra para emergencias	Número de seguros comprados en los últimos seis meses	Interés en comprar seguros
Asistió al taller	0.182** (0.0808)	0.331** (0.165)	0.454** (0.178)	-0.0238 (0.0151)	0.0364* (0.0190)	0.0280 (0.0428)	0.0519 (0.0571)	0.0461 (0.0344)	-0.0114 (0.0509)
Constante	1.561*** (0.0385)	2.267*** (0.0788)	3.030*** (0.0846)	0.491*** (0.00720)	0.609*** (0.00903)	0.158*** (0.0204)	0.567*** (0.0272)	0.0879*** (0.0164)	0.261*** (0.0242)
Observaciones	427	427	427	427	427	427	427	427	425
R-cuadrado	0.012	0.009	0.015	0.006	0.009	0.001	0.002	0.004	0.000

Errores estándar en paréntesis. (\*\*\*)  $p < 0.01$ , (\*\*)  $p < 0.05$ , (\*)  $p < 0.1$  significancia)

Diversas hipótesis pueden explicar los resultados encontrados bajo la evaluación de impacto del componente de talleres. En primera instancia debe tenerse en cuenta la población objeto de estudio. Al ser jóvenes que estudian de noche y trabajan durante el día es posible que el tema y la obligación de haber tomado el taller de educación financiera no fuese bien recibido por ellos. De hecho, se recibieron comentarios a este respecto al momento de la aplicación de los talleres y de los cuestionarios en donde los estudiantes se quejaban de estar invirtiendo su tiempo en dichas actividades y no en las clases por las cuales pagaron. Segundo, al tener que recolectar la información de línea de seguimiento a través de diversos canales era evidente que los alumnos no estaban interesados en resolver la encuesta y esto podría también afectar los resultados acá encontrados. Tercero, al ser estudiantes universitarios que además están participando en el mercado laboral es una población más educada en donde el impacto de los talleres puede llegar a ser menor.

Finalmente, dadas las diferencias en resultados encontrados entre metodologías no es claro que el taller de educación financiera haya o no tenido un impacto positivo en el conocimiento, capacidad y actitud de los jóvenes estudiantes que lo tomaron. Debe resaltarse que la evaluación acá presentada es para una población muy particular, no representativa de la población a la cual los talleres están originalmente encaminados y por lo tanto estos resultados deben tomarse con cautela. De hecho, sugerimos que evaluaciones adicionales en el futuro continúen estimando el impacto que estos talleres pueden o no traer a la población objetivo general.

## 6. Conclusiones

Este trabajo presenta los resultados de un experimento aleatorio controlado que estima la efectividad del Programa de Educación Financiera Viva Seguro de Fasecolda en sus dos componentes: el programa radial y los talleres.

En concreto, se estima cómo escuchar el Programa de Educación Financiera Viva Seguro en radio podría afectar diferentes variables de interés. Los resultados sugieren que Viva Seguro fue capaz de tener un impacto positivo en el conocimiento de las personas sobre el número y el tipo de riesgos a los que están expuestas; en el conocimiento acerca de la cantidad y los tipos de seguros disponibles en el mercado; y en su percepción de capacidad en el manejo de riesgos y seguros. Sin embargo, no se encontró ningún efecto en el conocimiento de los conceptos específicos relacionados con los seguros, las actitudes hacia los riesgos o seguros.

Teniendo en cuenta la estructura del programa de Viva Seguro, donde cerca del 50% de los capítulos se dedica a los dos primeros temas, los resultados aquí encontrados son los esperados. Estos además son robustos bajo diferentes metodologías, incluyendo la metodología de variables instrumentales que corrige por endogeneidad causada por variables omitidas, autoselección o errores de medición. Se debe resaltar también que las personas que se beneficiaron del programa radial, como se mostró a través de las estadísticas descriptivas, tienen niveles de educación bajos y pertenecen a hogares con ingresos bajos también. Estas características socioeconómicas pueden estar asociadas también al impacto positivo acá encontrado ya que los individuos están en el grupo poblacional que originalmente se quería impactar.

Es importante mencionar el costo - efectividad de este programa de radio. Al comparar estos resultados con los de otros programas de educación financiera dictados a través de diferentes canales resulta una recomendación de política clara: los programas de educación financiera en radio son efectivos para cambiar el conocimiento de las personas si se dedica el tiempo suficiente al tema sobre el que se quiere educar. Es importante, sin embargo, rediseñar un poco la estructura de este programa para incorporar un poco más la explicación de conceptos específicos de los seguros si se busca que aumente el conocimiento de los oyentes en este tema en particular. De manera similar, valdría la pena incorporar estrategias que también tengan un impacto en la actitud y comportamiento de los oyentes, de manera que el programa inste la toma de decisiones efectivas e informadas para administrar los riesgos y adquirir seguros.

En contraste, en el componente de talleres el resultado es menos claro. En las estimaciones aquí presentadas no se observa ningún impacto positivo sobre la población de tratamiento bajo las metodologías de diferencias en diferencias y variables instrumentales. Por el contrario, sí se encuentran efectos positivos en conocimiento y capacidades bajo la metodología de *propensity score matching*. Esto implica que los resultados no permiten alcanzar una conclusión clara o certera respecto al impacto de los talleres ofrecidos en Unipanamericana.

Como se explicó anteriormente, se debe tener en cuenta además que la evaluación para el caso de talleres no se basa en una población representativa, sino por el contrario en un grupo de individuos con características muy particulares. Es necesario recordar además que los talleres inicialmente estaban dirigidos a personas de estratos 1 y 2 beneficiarios del seguro de desempleo de las Cajas de Compensación, sin embargo debido a los problemas para hacer el experimento aleatorio sobre dicha población se realizó sobre los estudiantes de Unipanamerica. En efecto, los estudiantes son una población más educada por lo cual es de esperar que el programa tenga un impacto menor en este segmento. Adicionalmente, se debe recordar que en general los resultados de evaluaciones de impacto de talleres de educación financiera indican que aumentar el conocimiento y cambiar las actitudes de los individuos no es sencillo. Es necesario diseñar un programa acorde a las características y necesidades de la población objetivo algo que en el caso específico de esta evaluación, por los motivos anteriormente expuestos, no se tuvo.

## Referencias

- Angrist, J., & Lavy, V. (2002). New Evidence on Classroom Computers and Pupil Learning. *Economic Journal*, Royal Economic Society, vol. 112(482), pp. 735-765, Octubre.
- Bernal, R., & Peña, X. (2011). *Guía Práctica para la Evaluación de Impacto*. Ediciones Uniandes.
- Diaz, A., & Pinzón, M. Educación financiera en seguros en Colombia. Experiencias, lecciones y perspectivas. En "La Industria Aseguradora en Colombia", pp. 652-702
- Dror, I., Dalal, A., & Matul, M. (2010). Emerging practices in consumer education on risk management and insurance. Microinsurance Innovation Facility.
- Duflo, E., Glennerster, R., & Kremer, M. (2007). *Using Randomization in Development Economics Research: A Toolkit*. Centre for Economic Policy Research.
- García Bohórquez, N. (2012,). El impacto de la educación económica y financiera en los jóvenes: el caso de Finanzas para el Cambio. Borradores de Economía - Banco de la República, No. 687.-. Bogotá, D.C.
- MIA. (2010). Current projects. Retrieved Abril 14, 2011, from Bollywood style movie as an insurance education tool: <http://www.microinsuranceacademy.org/content/%E2%80%9Csab-tujh-se-hai%E2%80%9D-bollywood-style-movie-insurance-education-tool>
- Rodrik, D. (2008). The new development economics: we shall experiment, but how shall we learn? John F. Kennedy School of Government.
- Xu, Lisa & Zia, Bilal, 2012. "Financial literacy around the world : an overview of the evidence with practical suggestions for the way forward," Policy Research Working Paper Series 6107, The World Bank.

# fasecolda

**Federación de Aseguradores Colombianos**

Carrera 7 No. 26 - 20, Pisos 11 y 12

Teléfono: (571) 344 30 80

Fax: (571) 210 70 41

Bogotá D.C., Colombia

E-mail: [vivaseguro@fasecolda.com](mailto:vivaseguro@fasecolda.com)

Web: [www.vivasegurofasecolda.com](http://www.vivasegurofasecolda.com)

Web: [www.fasecolda.com](http://www.fasecolda.com)

Presidente Ejecutivo

Jorge Humberto Botero

Vicepresidente Jurídico

Luis Eduardo Clavijo

Vicepresidente Técnico

Carlos A. Varela Rojas

Vicepresidenta Financiera

María Claudia Cuevas

Una publicación de:

Dirección de Responsabilidad Social y Microseguros

Alejandra Díaz Agudelo

Diseño y diagramación

Raúl Ortiz

[info@raulortiz.info](mailto:info@raulortiz.info)

Producción

Fasecolda

Impresión

ICOLGRAF

Prohibida su reproducción total y parcial sin autorización de los editores





fasecolda

**fasecolda**  
Federación de Aseguradores Colombianos

Carrera 7 No. 26 – 20, Pisos 11 y 12  
Teléfono: (571) 344 30 80  
Bogotá D.C. – Colombia

[www.vivasegurofasecolda.com](http://www.vivasegurofasecolda.com)  
[www.fasecolda.com](http://www.fasecolda.com)  
[vivaseguro@fasecolda.com](mailto:vivaseguro@fasecolda.com)

**Síguenos en:**



[/VivaSeguroFasecolda](https://www.facebook.com/VivaSeguroFasecolda)



[/vivasegurof](https://twitter.com/vivasegurof)



[/vivaseguro](https://www.youtube.com/vivaseguro)

Elaborado por:



Con el apoyo de:

