



Participantes de una sesión de educación financiera en Colombia, posan con sus alcancías.

## YouthSave Colombia: contexto del país y banco aliado

YouthSave escogió a Colombia como uno de sus cuatro países por cuatro razones principales: 1) Por tener una estructura bancaria bien regulada e innovadora que ya estaba ofreciendo productos de ahorro juvenil; 2) Por el interés nacional en una política de desarrollo basada en los activos y en la expansión de productos financieros a poblaciones no bancarizadas; 3) Por su excelente capacidad de investigación; y 4) Por el gran potencial de impacto de las cuentas de ahorro juveniles en el país y en la región. Aunque es un país de renta media alta, Colombia tiene niveles bajos de inclusión financiera por debajo de su región y cohorte socioeconómica, tal como se muestra en el Gráfico 1. El nivel de inclusión financiera juvenil es bajo a pesar de que, a diferencia de muchos países, la regulación colombiana permite que niños a partir de los 7 años abran cuentas de ahorro y no exige un co-titular para abrir o hacer transacciones en cuentas bancarias. Sin

---

*“No me gusta cuando otras personas tienen que pagar por mis cosas, yo quiero ser capaz de pagar con mi propio dinero” - Julio, 14 años, Colombia.*

---

embargo, requiere presentar documentos de identificación tales como registro civil, tarjeta de identidad, o pasaporte<sup>2</sup>.

En Colombia, YouthSave escogió asociarse con el Banco Caja Social (BCS), el cual fue fundado por la comunidad Jesuita en 1911 para enfrentar las desigualdades socioeconómicas y todavía se concentra en el mercado de ingresos bajos y medios. BCS tiene la mayor cantidad de clientes de ingresos bajos entre todos los bancos Colombianos con la excepción del Banco Agrario, el cual pertenece al gobierno<sup>5</sup>. En 2013, un poco más de la mitad

## LA IMPORTANCIA DEL AHORRO JUVENIL

La población global de jóvenes entre los 10 y los 24 años de edad ha alcanzado los 1.8 billones<sup>2</sup>. 90 % de ellos viven en países menos desarrollados. Aproximadamente 238 millones de jóvenes viven en extrema pobreza- es decir, viven con menos de 1 dólar al día. Otros 462 millones de jóvenes viven con menos de 2 dólares al día.<sup>3</sup>

El acceso a servicios financieros es un enlace clave entre las oportunidades económicas y los logros de los jóvenes, permitiéndoles resolver emergencias, invertir en su educación, o empezar un negocio. Un mecanismo para el ahorro seguro y efectivo puede ser particularmente beneficioso, ya que los hábitos inherentes al ahorro pueden ayudar a mejorar el autocontrol, la fuerza de voluntad, y la orientación futura de las personas.<sup>4</sup> Los estudios han demostrado que existe una relación entre el ahorro y algunos resultados del desarrollo juvenil tan importantes como la capacidad financiera, el rendimiento académico y la salud. Las iniciativas de ahorro juvenil tienen el potencial de ser intervenciones de alto apalancamiento con un impacto positivo sobre varias prioridades para el desarrollo.

## PROYECTO YOUTHSAVE

YouthSave fue una iniciativa de cinco años de duración para diseñar y poner a prueba el impacto de las cuentas de ahorro juveniles en Colombia, Ghana, Kenia, y Nepal. Entre 2012 y 2015, más de 130.000 jóvenes entre los 12 y los 18 años de edad abrieron cuentas de ahorros personalizadas en los cuatro bancos aliados de YouthSave - acumulando casi USD\$ 1 millón en ahorros. Adicionalmente, más de 44.000 jóvenes recibieron educación financiera directa y 48.000 individuos participaron en eventos comunitarios. En Nepal, una radionovela sobre el ahorro alcanzó cerca de 660.000 radioescuchas. El proyecto fue una iniciativa del YouthSave Consortium, creado en alianza con la Fundación MasterCard, liderada por Save the Children junto con el Centro para el Desarrollo Social de la Universidad de Washington en St. Louis, New America, y el Grupo Consultor de Asistencia a los Pobres (CGAP por sus siglas en inglés).

Para entender de qué manera han ahorrado los jóvenes en el tiempo y qué factores han influenciado sus comportamientos de ahorro, YouthSave ha creado la mayor base de datos conocida hasta el momento de información demográfica y transaccional sobre jóvenes ahorradores. El proyecto también implementó el mayor estudio longitudinal y experimental de su tipo para examinar el impacto que puede tener la oportunidad de abrir una cuenta sobre la capacidad financiera, el funcionamiento cognitivo, la salud y los resultados académicos de los jóvenes. YouthSave también analizó los resultados de su trabajo en educación financiera en términos de los cambios en el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de los participantes en relación con el ahorro. Igualmente utilizó metodologías cualitativas para explorar las experiencias subjetivas de jóvenes cuentahabientes con el ahorro, en miras a identificar qué les facilitó u obstaculizó el ahorro. Aparte de los múltiples beneficios relacionados a la inclusión financiera juvenil y logros de desarrollo, YouthSave también examinó el caso de negocio de las cuentas de ahorro juveniles desde la perspectiva de las instituciones financieras.

(51.6 por ciento) de los 3.6 millones de clientes individuales del BCS ganaban menos del salario mínimo en Colombia, y casi el 80 % ganaba menos del doble del salario mínimo; también tenía más ahorradores que prestatarios.

Antes de YouthSave, el BCS había lanzado una cuenta juvenil transaccional en 1989, *Tuticuenta*, para jóvenes entre los 7 y los 17 años de edad; las características de la cuenta incluían una tarjeta débito y sin cuota de manejo. Hasta el 2013, BCS estaba abriendo entre 3.500 y 4.000 cuentas *Tuticuenta* al mes, la mayoría de ellas en Bogotá. Dos tercios de los nuevos titulares de cuentas *Tuticuenta* eran menores de familias de ingresos bajos a medios-bajos, pero solo el 4.7 % tenían ingresos muy bajos según la definición del sistema de clasificación del gobierno<sup>6</sup>.

## Cuadro 1: Universidad de los Andes<sup>7</sup>

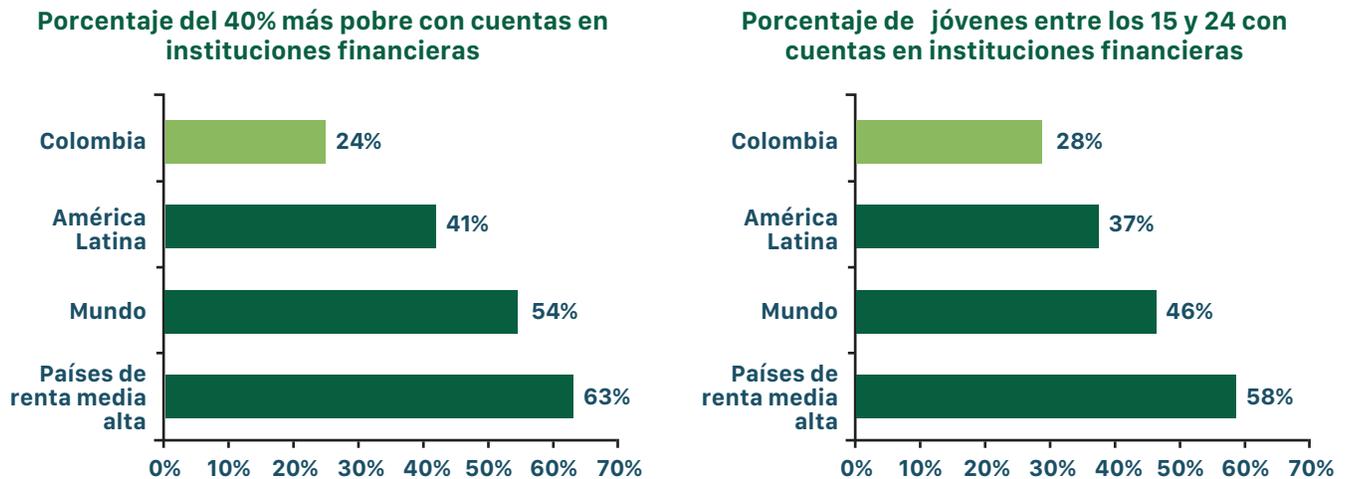
La Universidad de los Andes es una universidad privada enfocada en la investigación. YouthSave trabajó con dos de sus institutos: el Centro de Estudios sobre el Desarrollo Económico (CEDE), y la Escuela de Gobierno Alberto Lleras Camargo, los cuales tienen experiencia en las áreas de educación, salud, desarrollo de la primera infancia, mercados laborales, pobreza, y distribución de los ingresos. Dichos institutos realizan investigación rigurosa en temas de política pública, en áreas relevantes para la iniciativa de YouthSave.

## La Cuentamiga para Jóvenes tuvo una menor aceptación pero mayores saldos que otras cuentas de YouthSave<sup>8</sup>

La experiencia del BCS con la *Tuticuenta* llevó al banco a creer que existía un gran potencial de mercado para una nueva cuenta de ahorros a más largo plazo que la *Tuticuenta*, que pudiese ampliar la participación financiera de la población juvenil no-bancarizada. Como parte de YouthSave, en febrero de 2012, BCS creó la Cuentamiga para Jóvenes (Cuentamiga), una cuenta de ahorros programada para jóvenes entre los 7 y los 17 años de edad. Un año después de su lanzamiento, debido a la baja aceptación de la Cuentamiga y la competencia de la popular *Tuticuenta*, BCS modificó el diseño del producto y redujo las restricciones de la cuenta; también igualó los incentivos para que los empleados del banco vendieran de ambos tipos de cuentas. Las características iniciales y actualizadas del producto se muestran en la Tabla 1.

Para seguir aumentando la apertura y el uso de *Cuentamiga*, BCS y Save the Children iniciaron cuatro estrategias de divulgación a mediados de 2013: 1) asambleas de ahorro; 2) servicios de apertura de cuentas

## Gráfico 1: Inclusión Financiera – el 40 por ciento más pobre y los jóvenes con cuentas en instituciones financieras



Fuente: World Bank Group, *The Little Data Book on Financial Inclusion*, 2015.<sup>9</sup>

en escuelas; 3) mensajes de texto de educación financiera; y 4) campañas de regalos. Estos cambios resultaron en un incremento del 124 % en el número de cuentas y en un incremento del 9 % de los jóvenes de menor edad que abrieron cuentas. A pesar de estas mejoras, sin embargo, los resultados totales en la apertura de la *Cuentamiga* (presentados en la Tabla 2) seguían por debajo de las expectativas. No está claro si un pilotaje externo del producto hubiera podido identificar y abordar de manera preventiva algunos de los retos enfrentados por esta cuenta.

Otros hallazgos clave sobre las cuentas *Cuentamiga*:

- Las cuentas *Cuentamiga* fueron abiertas casi en igual proporción por niños y niñas, una tendencia consistente con las proporciones globales de BCS respecto a los titulares de cuentas que son hombres y mujeres.
- El promedio de edad de los titulares de la cuenta fue de 12.7 años, la mitad de 12 años o menos.
- Los titulares de las cuentas *Cuentamiga* tenían en promedio mayores ingresos que el colombiano promedio: casi el 10 % de los titulares de estas cuentas vivían con menos de \$US 2.50 al día (ajustado a PPA), en comparación con el 17 % de la población total en Colombia.
- 59 % de los jóvenes aumentaron sus ahorros al cabo de un año; a lo largo de la vigencia de las cuentas, el 76 % incrementaron sus ahorros netos.
- Los titulares de las cuentas *Cuentamiga* tuvieron una mayor frecuencia de depósitos comparados con otros países de YouthSave, posiblemente porque BCS fue el único banco aliado que fijó expectativas y metas de depósitos mensuales con los titulares de las cuentas al momento de la apertura.
- Aproximadamente el 45% de los jóvenes realizó retiros y casi la mitad lo hizo al cerrar su cuenta. Comparado con las cuentas YouthSave en otros países, la característica del "Compromiso" de la cuenta *Cuentamiga* (fijando metas de depósitos mensuales) guarda relación con los altos números de depósitos, pero también pudo haber ocasionado un mayor cierre de cuentas una vez las metas eran alcanzadas. Aproximadamente el 20 % de los jóvenes que alcanzaron su meta de ahorro retiraron el dinero y cerraron la cuenta.
- Como parte del diseño del producto, BCS facilitó el acceso a la cuenta permitiéndoles a los jóvenes abrirla sin un depósito inicial. Sin embargo, esto llevó a que algunos jóvenes no hicieran ni un solo depósito durante la vigencia de la cuenta. Esto ocurrió en el 40 % de todas las cuentas abiertas, lo cual refleja el reto de ofrecer flexibilidad en el acceso a productos financieros y al mismo tiempo garantizar inversiones costo - efectivas tanto para el cliente como para la institución financiera.
- A pesar de la baja tasa de apertura, la *Cuentamiga* mostró saldos de ahorro mayores que la *Tuticuenta*, logrando el objetivo del BCS de fomentar el ahorro.

**Tabla 1: Características de la Cuentamiga para Jóvenes**<sup>10</sup>

Características de la cuenta:		
Edad	Edades 7-17 años	
Requerimientos Para Depósitos/Retiros	Los jóvenes podían hacer depósitos y retiros sin la necesidad de un co-titular. El depósito mensual debe ser de mínimo \$20.000 sin penalidad por no completar la meta mensual.	
Tasa de Interés	0.25% - 1% anual basado en el saldo de la cuenta.	
Incentivos	Kit de apertura con brazaletes, tarjeta y/o alcancía.	
Tarifas	Costo por retiro: \$5.000	
Otras Características	Los jóvenes fijaban planes de ahorro a un plazo de 12 - 60 meses en los que debían depositar por lo menos \$20.000 mensuales. Los extractos se enviaban trimestralmente por correo.	
Canales	Oficinas del banco para todas las transacciones y agentes únicamente para depósito	
Estrategias de Mercadeo	Se ofrecieron boletas para eventos promocionales en 14 escuelas de Bogotá y 10 de Medellín.	
Balance requerido para ganar intereses	COP \$1	
Características modificadas de la cuenta		
	<b>Febrero 2012</b>	<b>Julio 2013</b>
Saldo mínimo de apertura	COP \$20.000	COP \$10.000
Saldo mínimo para retiros	COP \$60.000	COP \$10.000
Restricciones de retiro	Un retiro por año	Ilimitados
Tarifa de cancelación	COP \$11.000	COP \$5.000
Conversión una vez cumplida la mayoría de edad	Sin conversión automática. BCS ofreció a los jóvenes productos para adultos hacia los cuales podrían migrar.	La conversión automática a cuentas de adulto comenzó en abril de 2014.

### Los jóvenes reportaron mayores ahorros y más conocimiento técnico después de recibir educación financiera<sup>11</sup>.

Las capacidades financieras de los jóvenes en Colombia son comparativamente bajas. En relación con una muestra piloto de jóvenes de otros países latinoamericanos y de la OCDE, los jóvenes colombianos tuvieron un menor puntaje en dimensiones como el ahorro, la no impulsividad, y la orientación hacia el futuro<sup>12</sup>.

El proyecto YouthSave incluyó un componente de educación financiera. La educación financiera y los titulares de cuentas de ahorros coincidieron en ciertas instancias, sin embargo no constituyen el mismo grupo de jóvenes.

En Colombia, la educación financiera tuvo lugar en diversas escuelas, en dos formatos diferentes: talleres y asambleas, resumidas en la Tabla 3. Adicionalmente, se enviaron mensajes de texto con educación financiera y recordatorios para hacer depósitos a los titulares de las cuentas, más adelante descritos en la sección sobre iniciativas para influenciar el comportamiento del consumidor (nudging).

Las asambleas y talleres cubrieron temas similares y produjeron un patrón global comparable de resultados en términos de los cambios en el conocimiento, las actitudes, y los comportamientos. Sin embargo, la magnitud de estos cambios fue mayor en los talleres que en las asambleas.

Los hallazgos revelan que entre más duradero, más profundo, o más personal haya sido el compromiso, mayores fueron los cambios generados; esto fue especialmente

**Tabla 2: Colombia: Resumen cuentas Cuentamiga**

Resultados del proyecto, Mayo 2015 (todas las cuentas) <sup>13</sup>	
Número total de cuentas	2.496
Saldo total de ahorros netos del país. (nominal)	\$US 257 MM
Promedio del saldo de ahorros por cuenta (nominal)	\$US 103
Resultados del proyecto, Mayo 2014 (Todas las cuentas) <sup>14</sup>	
Promedio de saldo de ahorros por cuenta (nominal)	\$US 121
Cifras de la Evaluación de la Demanda de Ahorro (Mayo 2014, únicamente cuentas de la investigación) <sup>15</sup>	
Promedio de saldo de ahorro por cuenta (Ajustado a la PPA)	\$US 262
Promedio de vigencia de la cuenta en meses	13.2
Mediana de vigencia de la cuenta en meses	11
Porcentaje de cuentas activas	43%
Número promedio de depósitos por cuenta	5.6

importante para influenciar a las niñas con el fin de promover su inclusión financiera. Por otro lado, la educación financiera parece haber sido más efectiva cuando se enfocó en los conocimientos técnicos relacionados con conceptos y métodos de ahorro, en lugar de reflexiones generales que los jóvenes podrían adquirir por su propia cuenta.

### Conocimiento

- El nivel de familiarización con la manera de abrir una cuenta bancaria subió del 19 al 79 % luego de que los jóvenes asistieran a los talleres de educación financiera.
- La comprensión de los jóvenes respecto a las tasas de interés casi se duplicó, pasando del 29 % al 53 %; el entender que un presupuesto consiste en ingresos y gastos creció significativamente, pasando del 58 % al 67 %.
- La cantidad de personas que comprendió que hacer un presupuesto los ayudaría con el ahorro se incrementó del 66 % al 80 %.

### Actitudes

- Antes de los talleres, los pre-tests revelaron que la juventud colombiana ya apreciaba la importancia de ahorrar para el futuro: 97 % de los encuestados manifestó que ahorrar era importante o muy importante para el futuro.
- Después de los talleres, la visión de los participantes colombianos de los bancos como un lugar seguro para ahorrar subió del 78 % al 89 %.
- La percepción de los jóvenes colombianos sobre los bancos como instituciones diseñadas únicamente para aquellos con altas cantidades de dinero descendió del 7 % al 3 %; los jóvenes que veían los bancos como algo sólo para adultos se redujo del 5 % al 3 %.

### Comportamiento

- Cuando se realizó un segundo post-test dos meses después de los talleres, 30 % de los jóvenes declaró que había ahorrado más desde que participó en los talleres.
- 15 % de los jóvenes reportó haber abierto una cuenta de ahorros después de la formación. A pesar de ser un porcentaje notable, esta aceptación fue menor a la de otros países de YouthSave, lo cual puede haber sido el resultado de una menor participación por parte del BCS en los talleres, comparada con la de los bancos aliados en Nepal y en Kenia.

**Tabla 3: Alcance de la educación financiera en Colombia**<sup>16</sup>

Divulgación de Educación Financiera	Número de Jóvenes
<b>Talleres:</b> Talleres de una sola vez, de aproximadamente 4 horas de duración, para grupos de 25-35 jóvenes, dictados en escuelas por facilitadores entrenados. Incluyeron actividades grupales como juegos y ejercicios.	7.149
<b>Asambleas:</b> Asambleas de una hora de duración con 100-200 jóvenes, realizadas por Save the Children y BCS, acompañadas de actividades promocionales de Cuentamiga.	6.095
<b>Mensajes SMS:</b> Mensajes de texto enviados a los titulares de cuenta con contenidos de educación financiera o recordatorios para depositar fondos.	8.839

## Los recordatorios SMS sobre depósitos probaron ser efectivos para incrementar los saldos<sup>17</sup>

YouthSave realizó por separado un estudio sobre el nudging (iniciativas para influenciar el comportamiento del consumidor) usando mensajes SMS para enviar recordatorios de depósitos y educación financiera a 10.000 cuentahabientes seleccionados al azar. Todos los participantes tenían cuentas transaccionales *Tuticuenta*, por lo tanto no estaban necesariamente comprometidos con un ahorro a largo plazo, a diferencia de los titulares de cuentas de ahorros *Cuentamiga*. Los participantes fueron divididos en cuatro grupos al azar, que recibieron una de las siguientes opciones: 1) 12 mensajes de texto mensuales con educación financiera; ó, 2) 12 recordatorios de ahorro mensuales; ó, 3) 24 recordatorios de ahorro quincenales; ó 4) un grupo de control que no recibió mensajes de texto.

Después de 12 meses, los saldos de las cuentas de los jóvenes a quienes se les enviaron recordatorios mensuales y quincenales aumentaron entre 28 y 43 %, respectivamente, comparado con quienes no recibieron mensajes del BCS. En ese entonces, los saldos de las cuentas de quienes recibieron recordatorios de ahorro eran alrededor de \$US 30 más que los de quienes sólo recibieron mensajes con educación financiera, o de los participantes del grupo de control. Los mensajes con educación financiera no llevaron a un incremento en los saldos de las cuentas. Se encontró que la mayoría de los aumentos netos en los saldos de las cuentas se debió principalmente a una reducción significativa en las cantidades de dinero que los jóvenes retiraron de sus cuentas.



Participantes discuten las ventajas y desventajas de diferentes formas de ahorro durante un taller de educación financiera.

En promedio, los jóvenes que recibieron cualquier recordatorio retiraron \$US 38 menos por mes que el grupo de control. Ninguno de los recordatorios SMS tuvo un efecto significativo en el número de retiros, ni en el número o la cantidad de los depósitos. Los efectos de los recordatorios sobre el ahorro duraron 8 meses después de que los jóvenes dejaron de recibir mensajes, la franja de tiempo observable más larga. Dado el bajo costo de los mensajes de texto, valdría la pena realizar investigaciones futuras para adquirir una comprensión más profunda sobre cómo el uso de la tecnología con la juventud puede afectar la toma de sus decisiones financieras.

## En sus propias palabras

Vea la historia de Nayibe, de 14 años, una participante de YouthSave de Santa Rosa, Colombia. <https://vimeo.com/94984391>.

## Notas Finales

- Masa, R. (2009). *Colombia Country Assessment for Youth Development Account (Country Brief)*. St Louis, MO: Center for Social Development at Washington University. <https://www.newamerica.org/downloads/CB09-34.pdf>.
- Johnson, L., Lee, Y., Sherraden, M., Ansong, D., Chowa, G., Ssewamala, F., Saavedra, J. (2015). *Youth Savings Patterns and Performance in Colombia, Ghana, Kenya, and Nepal*. Washington University, Center for Social Development. <http://csd.wustl.edu/publications/documents/rr15-01.pdf>
- United Nations Population Fund (2014). *The Power of 1.8 Billion: Adolescents, Youth, and the Transformation of the Future*. New York, NY: UNFPA. [https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/EN-SWOP14-Report\\_FINAL-web.pdf](https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/EN-SWOP14-Report_FINAL-web.pdf)
- <http://www.advocatesforyouth.org/publications/publications-a-z/455-youth-and-the-state-of-the-world>
- Rodríguez, C. & Saavedra, J. (2015). *Nudging Youth to Develop Savings Habits: Experimental Evidence Using SMS Messages*. Los Angeles, CA: USC Dornsife Center for Economic and Social Research and USC Schaeffer, Leonard D. Schaeffer Center for Health Policy and Economics. [http://static.usc.edu/documents/WP\\_2015\\_018.pdf](http://static.usc.edu/documents/WP_2015_018.pdf).
- Johnson et al (2015).
- YouthSave Consortium (2010). *Colombia*. <https://www.newamerica.org/youthsave/colombia/>.
- Johnson et al (2015).
- World Bank Group (2015). *The Little Data Book on Financial Inclusion 2015*. Washington, DC: International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/21636/9781464805523.pdf?sequence=3>
- Johnson et al (2015).
- A menos que se indique lo contrario, todo el contenido proviene de: Kosmyrina, D. (2015). *Towards Financially Capable Youth*. Washington, DC: Save the Children Federation. <https://static.newamerica.org/attachments/9608--178/Toward%20Financially%20Capable%20Youth.57df83f39d4d41bea6946797f612d589.pdf>.
- Bruhn, M., Reddy, R., Tan C. (2013). *Financial Capability in Colombia: Results from a National Survey on Financial Behaviors, Attitudes, and Knowledge*. World Bank, Washington, DC. [http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDS/IB/2013/07/30/000356161\\_20130730154233/Rendered/PDF/ACS46980REVI00in0Colombia0English.pdf](http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDS/IB/2013/07/30/000356161_20130730154233/Rendered/PDF/ACS46980REVI00in0Colombia0English.pdf).
- Save the Children Federation (2015). Internal data.
- Ibid.
- Sólo las cuentas con autorización explícita para ser incluidas en la investigación fueron analizadas como parte de la Evaluación de la Demanda de Ahorro. En Colombia todas las cuentas participaron en esta investigación incluyendo 1.114 cuentas sin actividad transaccional durante la vigencia de la cuenta. Fuente: Johnson et al (2015).
- Kosmyrina, D. (2015).
- Rodríguez, C. & Saavedra, J. (2015).

Fotos cortesía de Save the Children.