

BORRADORES DE ECONOMÍA



Percepción pública y conocimiento
sobre el trabajo del Banco de la
República

Por:
Luis Eduardo Castellanos-Rodríguez
Andrea López-Rodríguez
Diego A. Rodríguez-Pinilla
Pilar Esguerra-Umaña
Jean-Louis Arcand

Núm. 1306
2025



Percepción pública y conocimiento sobre el trabajo del Banco de la República¹

Luis Eduardo Castellanos-Rodríguez¹
Lcastellanosrodr@worldbank.org

Andrea López-Rodríguez²
alopezro@banrep.gov.co

Diego A. Rodríguez-Pinilla²
drodripi@banrep.gov.co

Pilar Esguerra-Umaña²
pesgueum@banrep.gov.co

Jean-Louis Arcand³
jean-louis.arcand@graduateinstitute.ch

¹ Banco Mundial ² Banco de la República de Colombia ³ Global Development Network

Las opiniones contenidas en el presente documento son responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen a las instituciones para las que trabajan. Los autores son los únicos responsables por errores de contenido

Resumen

Este artículo, basado en una encuesta, dirigida a la población adulta del país, reveló que el 95% de los colombianos, en efecto, ha oído hablar del Banco de la República, y que el 38,4% de los ciudadanos confía parcial o completamente en sus acciones. Este porcentaje es significativamente mayor entre públicos más especializados, como empresarios o líderes de opinión, quienes en la mayoría de los casos otorgan calificaciones superiores a 4,5, consolidando al Banco de la República como la institución más confiable en Colombia. Sin embargo, en 2023, solo el 44,6% de los encuestados sabía que el Banco de la República es la institución responsable de mantener la inflación baja y estable en Colombia. Aunque esta cifra sigue siendo minoritaria, representa un avance significativo de 14,9 puntos porcentuales en comparación con el 29,7% registrado en la encuesta piloto realizada en 2022. Por otra parte, alrededor del 61% de los encuestados afirmó que las comunicaciones del Banco de la República no son fáciles de entender, lo que representa un desafío significativo para el Departamento de Comunicación y Educación Económica, quien debe enfocarse en producir contenidos con un lenguaje claro y accesible, que permita difundir de manera efectiva los mensajes del Banco. Sin una comunicación eficaz, la transmisión de la política monetaria puede verse comprometida. Además, la encuesta también mostró que la televisión y las redes sociales son las principales fuentes de información sobre el Banco de la República. Por tanto, es fundamental mantener una relación sólida con periodistas especializados en Economía y, además, fortalecer la colaboración con influenciadores en temas económicos y financieros. Esto permitirá ampliar el alcance y la efectividad de las comunicaciones del Banco, conservando la rigurosidad técnica de su contenido.

Palabras clave: Banco de la República, percepción pública, conocimiento, comunicación, confianza, inflación, tasas de interés, riesgo

JEL: A2, E58, D83, D89, G53

¹ Primer borrador para comentarios. Por favor no circular

Agradecemos a la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos de Suiza (SECO) por su apoyo

Public perception and knowledge of the work of the central bank of Colombia²

Luis Eduardo Castellanos-Rodríguez ¹
Lcastellanosrodr@worldbank.org

Andrea López-Rodríguez ²
alopezro@banrep.gov.co

Diego A. Rodríguez-Pinilla ²
drodripi@banrep.gov.co

Pilar Esguerra-Umaña ²
pesgueum@banrep.gov.co

Jean-Louis Arcand ³
jean-louis.arcand@graduateinstitute.ch

¹ World Bank

² Banco de la República de Colombia

³ Global Development Network

The opinions contained in this document are the sole responsibility of the authors and do not commit Banco de la República or its Board of Directors. The authors are solely responsible for content errors

Abstract

Based on a survey of the country's adult population, this article reveals that 95% of Colombians have heard of Banco de la República and that 38.4% of citizens partially or completely trust its actions. This percentage is significantly higher among more specialized audiences, such as businesspeople or opinion leaders, who usually give ratings above 4.5, consolidating Banco de la República as the most trustworthy institution in Colombia. However, in 2023, only 44.6% of respondents knew that Banco de la República is responsible for keeping inflation low and stable in Colombia. Although this figure is still a minority, it represents a significant advance of 14.9 percentage points compared to the 29.7% recorded in the pilot survey conducted in 2022. On the other hand, around 61% of respondents stated that Banco de la República's communications are not easy to understand, which represents a significant challenge for the Department of Communication and Economic Education, which must focus on producing content with clear and accessible language, which allows the Bank's messages to be effectively disseminated. Without effective communication, the transmission of monetary policy can be compromised. In addition, the survey also showed that television and social media are the main sources of information about Banco de la República. Therefore, it is essential to maintain a solid relationship with journalists specialized in Economics and, in addition, to strengthen collaboration with influencers on economic and financial issues. This will allow expanding the reach and effectiveness of the Bank's communications while maintaining the technical rigor of its content.

Keywords: Banco de la República, public perception, knowledge, communication, confidence, inflation, interest rates, risk

JEL: A2, E58, D83, D89, G53

² First draft for comments. Please do not circulate.

We thank the State Secretariat for Economic Affairs of Switzerland (SECO) for their support

Resumen de los hallazgos

Principales mensajes y resultados alrededor de la percepción y conocimiento sobre el Banco de la República.

- El Banco debe continuar e intensificar sus esfuerzos en comunicación y educación para que la población colombiana comprenda mejor sus funciones y la relevancia que tiene para el bienestar del país. Aunque la mayoría de los ciudadanos ha escuchado sobre la entidad, el nivel de conocimiento sobre sus actividades y su rol en la economía colombiana sigue siendo insuficiente.
- Aunque se registró un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que consideran que las comunicaciones del Banco de la República son fáciles de comprender, esta cifra aún no supera el 50% de los encuestados.
- La televisión y las redes sociales son los canales de mayor impacto en la difusión de las actividades del Banco de la República. Por ello, resulta fundamental que la entidad fortalezca sus vías de comunicación y capacitación con periodistas e influenciadores económicos en estos y otros medios. El objetivo debe ser que la información del Banco, tanto en la web como en redes sociales y televisión, sea accesible, clara y relevante para el público general, facilitando su comprensión.
- El Banco debe continuar fortaleciendo los mecanismos que promuevan un mayor entendimiento de sus actividades principales. Una parte significativa de la población que ha oído hablar del Banco de la República le atribuye funciones incorrectas, como prestar dinero a individuos o empresas, o establecer la tasa de usura, lo que evidencia la necesidad de aclarar su verdadero rol dentro de la economía nacional.
- La mayoría de los encuestados perciben que las comunicaciones del Banco de la República no son fáciles de comprender. Por lo tanto, la institución debe continuar mejorando sus canales de comunicación con el público, para transmitir de manera más clara sus actividades y aumentar la efectividad del esquema de inflación objetivo.
- Se ha evidenciado una disminución en la proporción de personas que adoptan comportamientos económicamente saludables ante las variaciones en la tasa de interés, lo que podría afectar negativamente la eficacia de la transmisión de la política monetaria. Por lo tanto, el Banco debe seguir reforzando su programa de educación económica, con el fin de aumentar el número de personas que comprenden el concepto de tasa de interés y su impacto en su bienestar, promoviendo así la incorporación de este conocimiento en sus decisiones cotidianas.
- Las encuestas revelan que los colombianos tienden a sobreestimar el nivel de inflación total, especialmente en grupos como alimentos y transporte, en un contexto de alta inflación. Esta percepción puede intensificar las expectativas sobre futuros aumentos de precios y afectar negativamente la efectividad de la política monetaria. El Banco debe seguir trabajando para que la ciudadanía comprenda cómo opera su esquema de inflación objetivo, y recupere la confianza en los mecanismos que implementa para alcanzar la meta del 3% en un plazo prudente y compatible con el crecimiento económico y el bienestar de todos los colombianos.

1. Introducción

El principal objetivo de la política monetaria del Banco de la República, bajo el esquema de inflación objetivo, es mantener una tasa de inflación baja y estable que permita al país alcanzar y sostener niveles de producción y empleo de manera sostenible (Banco de la República, s.f.a). Para que este objetivo se cumpla y la política monetaria se transmita de manera efectiva, es fundamental que la población conozca y confíe en las acciones del Banco para alcanzar la meta de inflación. En este contexto, la transparencia, la difusión y la claridad en las comunicaciones son elementos cruciales para garantizar el buen funcionamiento de los canales de transmisión de la política monetaria. Solo así el Banco podrá cumplir con su misión de preservar el poder adquisitivo de la moneda y contribuir al bienestar de la población (Banco de la República, s.f.b).

Con el fin de evaluar la efectividad de sus comunicaciones, el Banco de la República, en colaboración con la empresa encuestadora Invamer, llevó a cabo una encuesta representativa a nivel nacional para analizar la percepción y el conocimiento que la ciudadanía tiene sobre sus actividades. Para el análisis e interpretación de los resultados, se contó con el apoyo del Programa de Cooperación Económica y Desarrollo con Suiza (SECO). El objetivo de la encuesta fue recopilar información acerca de la percepción y el entendimiento que tienen las personas sobre el Banco de la República, sus funciones, así como conceptos económicos clave como la inflación, las tasas de interés y las expectativas sobre el comportamiento de los precios. Esta información proporcionará insumos valiosos para desarrollar formas innovadoras de comunicar las actividades del Banco y explicar conceptos económicos de manera clara y concisa. Una comunicación más transparente y accesible no solo ayuda a los ciudadanos a tomar mejores decisiones en su vida cotidiana, sino que también facilita la transmisión de las acciones de política monetaria y contribuye a anclar las expectativas inflacionarias, evitando así posibles desbordamientos inflacionarios (Carrière-Swallow et al., 2018).

A continuación, se presentan los principales hallazgos sobre la percepción y el conocimiento de la población colombiana respecto a las funciones y actividades del Banco de la República para los años 2022 y 2023, con un enfoque en la evolución de las respuestas en un contexto de alta inflación. Este artículo está estructurado en cinco secciones, incluyendo esta introducción.

La segunda sección ofrece una revisión de la literatura relevante; la tercera describe los datos y la metodología empleados en la encuesta. En la cuarta sección se analizan los resultados relacionados con la percepción sobre la calidad del desempeño del Banco de la República en sus funciones principales, el nivel de conocimiento y confianza general en la institución, y las opiniones de la población acerca de la evolución de los precios y las tasas de interés. Esta sección también abarca información sobre el acceso y la tenencia de productos financieros, así como los comportamientos esperados frente a cambios en las tasas de interés. Además, se presentan los hallazgos sobre las expectativas de inflación y tasas de interés, junto con la percepción ciudadana respecto a las comunicaciones del Banco y su gestión cultural. Finalmente, la quinta sección expone las conclusiones del estudio.

2. Revisión de bibliografía

Varios estudios internacionales han explorado la relación entre la confianza y el conocimiento de los ciudadanos sobre las funciones de un banco central y sus expectativas en torno a la inflación. Estos estudios destacan la importancia de factores como la confianza, el conocimiento y las expectativas sobre los bancos centrales en la toma de decisiones de los consumidores. Un estudio particularmente relevante es el de Mellina y Schmidt (2018), quienes analizan la relación entre las expectativas de inflación de los individuos en Alemania y su confianza en el Banco Central Europeo (BCE) y el Bundesbank, así como su conocimiento sobre estas instituciones. Los autores examinan características sociodemográficas y el interés en política monetaria y economía como determinantes del conocimiento y la confianza en los bancos centrales. Concluyen que tanto la confianza como el conocimiento influyen en las expectativas de inflación de los ciudadanos alemanes. Aunque la mayoría de los encuestados cree tener un buen conocimiento del BCE y el Bundesbank, solo alrededor del 20% menciona la "estabilidad de precios" cuando se les pregunta por los objetivos de estas instituciones. Además, la confianza en el BCE y el Bundesbank incrementa la probabilidad de que las personas esperen precios estables, mientras que reduce la probabilidad de que anticipen aumentos de precios a mediano plazo.

El estudio también sugiere que el conocimiento sobre la inflación pasada es relevante para las expectativas inflacionarias futuras. Mellina y Schmidt destacan la importancia de una comunicación efectiva por parte de los bancos centrales y la necesidad de construir confianza para influir positivamente en las expectativas inflacionarias de los hogares. Asimismo, conocer la tarea principal de los bancos centrales, como la estabilidad de precios, mejora la confianza del público en estas instituciones. Los autores subrayan que, aunque dirigir las expectativas de inflación mediante la comunicación y la construcción de confianza puede ser un proceso complejo y costoso, los beneficios resultantes son significativos.

En un estudio reciente, Christelis et al. (2020) examinan la relación entre la confianza en el Banco Central Europeo (BCE) y las expectativas de inflación de los individuos. Los autores encuentran que una mayor confianza en el BCE está asociada con expectativas de inflación más bajas y una menor incertidumbre sobre la inflación futura. En particular, subrayan que la confianza en el BCE ayuda a anclar las expectativas de inflación en torno al 2%, el objetivo a mediano plazo de la institución. Sin embargo, el impacto de la confianza en las expectativas de inflación varía según el punto de partida: aumenta las expectativas en el extremo inferior de la distribución y las reduce en el extremo superior. Un hallazgo destacado es que la credibilidad institucional del BCE influye de manera independiente en las expectativas de inflación, más allá del conocimiento que los individuos tengan sobre los objetivos y funciones del banco central. Los autores sugieren que, en un entorno de bajos tipos de interés, donde las herramientas tradicionales de política monetaria pueden tener menor efectividad, invertir en la construcción de confianza y credibilidad institucional resulta clave para fortalecer la efectividad de la política monetaria.

En un estudio realizado en Alemania, Dräger y Nghiem (2023) analizaron cómo la alfabetización en materia de inflación influye en las expectativas inflacionarias y la confianza en el banco central, utilizando una encuesta experimental aplicada a una muestra representativa de la población alemana. El estudio reveló que proporcionar información general sobre inflación y política monetaria incrementó en un 20% el nivel de alfabetización sobre inflación de los encuestados. Si bien este aumento en el conocimiento no afectó directamente las predicciones de inflación de los participantes,

sí mejoró significativamente su confianza tanto en su capacidad para prever la inflación como en el propio banco central. Los resultados también mostraron que el incremento en la alfabetización en inflación se mantuvo incluso tres meses después de la encuesta. Estos hallazgos sugieren que una comunicación eficaz de información general sobre inflación y política monetaria no solo contribuye a una mejor comprensión por parte del público, sino que también fortalece la confianza en las instituciones financieras, logrando efectos positivos en el mediano y largo plazos.

Por su parte, Van der Crujisen y Samarina (2021) investigan los niveles, determinantes y efectos de la confianza en el Banco Central Europeo (BCE) durante la pandemia de COVID-19, utilizando datos preliminares de la Encuesta de Expectativas de los Consumidores del BCE en varios países clave de la zona euro. Los autores concluyen que existe un margen significativo para mejorar la confianza de los consumidores en el BCE, ya que esta varía considerablemente entre países, siendo más baja en Italia y España, en comparación con los Países Bajos, Alemania, Francia y Bélgica. El estudio también revela que experiencias personales negativas vinculadas a la pandemia, como la reducción de horas laborales, disminuyen la confianza en el BCE, y que esta confianza varía incluso dentro de los mismos países. Similar a estudios previos, factores como el género, la situación financiera, el conocimiento económico, la educación, los ingresos, la riqueza y la confianza interpersonal influyen significativamente en la confianza en el BCE. Además, tanto la confianza en la institución como el nivel de alfabetización financiera contribuyen a un mejor anclaje de las expectativas inflacionarias de los consumidores en torno al objetivo de inflación a mediano plazo del BCE. Por último, los autores señalan que expectativas de inflación más elevadas tienden a aumentar la disposición de los hogares a incrementar sus gastos y realizar compras de mayor envergadura.

Para finalizar, Letamendia y Poher (2020) examinan la relación entre la educación financiera y la confianza en el sistema financiero, con un enfoque en la población española. Los autores señalan que, aunque la educación financiera básica es crucial para entender la solvencia de los bancos, su impacto en la confianza en las instituciones financieras es limitado. En contraste, un nivel más avanzado de educación financiera, como el conocimiento sobre productos de inversión, tiene un efecto considerable en la confianza general en el sistema financiero. Un hallazgo destacado del estudio es que los inversores activos y aquellos que consultan a asesores financieros tienden a mostrar una mayor confianza tanto en el sistema financiero como en las instituciones bancarias.

Además, los autores subrayan la necesidad de mejorar la educación financiera y proporcionar más información sobre las opciones y productos de inversión disponibles para incentivar el ahorro entre los hogares.

Este estudio proporciona ideas clave sobre la importancia de medir el conocimiento y la percepción que tienen los individuos respecto al Banco de la República, y cómo estos factores influyen en la confianza hacia la meta de inflación y las expectativas inflacionarias en un contexto de alta inflación. Asimismo, ofrece información sobre cómo se perciben las comunicaciones del Banco y el nivel de conocimiento de la población sobre variables económicas como la inflación y el comportamiento de las tasas de interés.

3. Datos y metodología

Los datos utilizados en este estudio provienen de una encuesta diseñada por el Banco de la República y aplicada por la firma Invamer en los años 2022 y 2023. En 2022, la encuesta se encontraba en fase piloto, ya que era necesario evaluar su consistencia para garantizar su aplicación futura. Los análisis

de consistencia arrojaron resultados satisfactorios para la mayoría de las preguntas, lo que permitió modificar aquellas que no obtuvieron buenos resultados antes de su implementación en 2023.

La encuesta de 2022 se llevó a cabo entre el 30 de marzo y el 13 de mayo, y la de 2023, entre el 11 de mayo y el 1 de junio. Ambas se realizaron en los municipios de Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla. En ambos años, la muestra estuvo compuesta por 1.000 personas. En 2022, se empleó un muestreo probabilístico estratificado, no proporcional por ciudad y proporcional por nivel socioeconómico, con selección aleatoria simple dentro de cada estrato. Para 2023, la muestra fue representativa a nivel nacional para personas mayores de 18 años y se utilizó un muestreo probabilístico estratificado por ciudad y proporcional por nivel socioeconómico, manteniendo el método de selección aleatoria simple.

La recolección de los datos se realizó de manera presencial en ambos años, con el apoyo de dispositivos móviles que empleaban tecnología CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*).

4. Resultados

4.1. Conocimiento sobre el Banco de la República

4.1.1. Conocimiento y confianza en las principales funciones del Banco de la República

Según los resultados obtenidos tanto en 2022 como en 2023, el 95% de los encuestados afirma conocer o haber oído hablar del Banco de la República, consolidándolo como la institución económica más reconocida en el país (Cuadro 1). Otras entidades como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y la Superintendencia Financiera de Colombia también son conocidas por la población, aunque en menor medida que el Emisor. Sin embargo, al indagar sobre el grado de conocimiento profundo respecto al papel del Banco de la República en la economía colombiana, un porcentaje reducido de encuestados demostró comprender a fondo sus funciones.

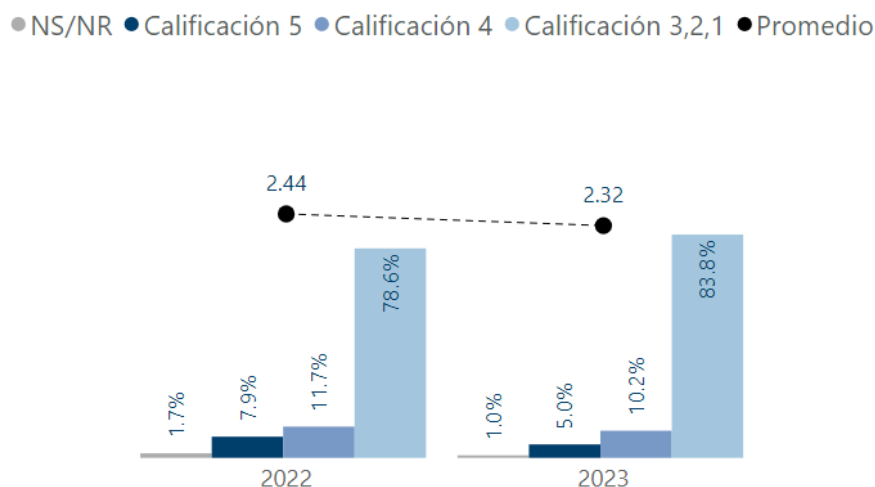
Cuadro 1. Conocimiento de las instituciones colombianas

Opción respuesta	2022	2023
Banco de la República	95.2%	94.6%
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)	88.7%	92.5%
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)	83.0%	84.4%
Departamento Nacional de Planeación	78.4%	84.0%
Superintendencia Financiera de Colombia	72.9%	79.1%
Bolsa de Valores de Colombia	72.1%	78.7%
Confederación Colombiana de Consumidores	70.7%	77.4%
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	67.1%	75.5%
No sabe/ No responde	1.1%	0.8%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 y 2023).

Para esta pregunta, se diseñó una escala de uno a cinco³ en la que los encuestados debían autoevaluar su nivel de conocimiento sobre el Banco de la República. En 2023, la media de conocimiento reportada por la población colombiana fue de 2,32, en comparación con el 2,44 obtenido en 2022. El porcentaje de personas que calificaron su conocimiento como bajo (entre 1 y 3) aumentó de 78,6% a 83,8%, mientras que el porcentaje de quienes consideraron tener un buen o muy buen conocimiento del rol del Banco (entre 4 y 5) disminuyó de 19,6% a 15,2% en el mismo periodo (Gráfico 1).

Gráfico 1. Conocimiento del papel que desempeña el Banco de la República en la economía colombiana



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 y 2023).

De igual forma, en 2022 y 2023, las personas pertenecientes a los estratos socioeconómicos cuatro, cinco y seis reportaron los niveles más altos de conocimiento, con una media de 3,11 en 2022 y 2,64 en 2023 (Cuadro 2). En contraste, en los estratos uno y dos, el 88% de los encuestados calificó su conocimiento entre uno y tres, con una media de 2,18 en 2022 y 2,15 en 2023.

Cuadro 2. Conocimiento del papel que desempeña el Banco de la República en la economía colombiana por ciudad y estrato socioeconómico

	Ciudad										NSE					
	Bogotá		Medellín		Cali		Barranquilla		Bucaramanga		Estrato 1-2		Estrato 3		Estrato 4-5-6	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Promedio	2.50	2.34	2.41	2.36	2.28	2.21	2.28	2.33	2.67	2.37	2.18	2.15	2.33	2.43	3.11	2.64
5. Conoce profundidad	9%	3%	6%	7%	5%	8%	9%	9%	13%	5%	6%	4%	5%	7%	17%	5%
4	11%	10%	14%	10%	11%	11%	11%	12%	10%	12%	7%	7%	11%	10%	21%	20%
Calificación 3/2/1	78%	86%	77%	82%	83%	81%	81%	79%	75%	82%	84%	88%	82%	81%	63%	75%
No sabe/ no responde	2%	1%	3%	1%	1%	0%	-	-	2%	0%	3%	1%	2%	2%	0%	0%
Base	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	490	504	298	300	212	196

Fuente: encuesta de percepción realizada por Invamer (2022 y 2023).

³ Donde uno indica nada o casi nada de conocimiento y cinco representa un conocimiento muy profundo.

Con el objetivo de identificar posibles relaciones entre las características demográficas de los encuestados y su autopercepción de conocimiento sobre el Banco de la República, se presenta en el Cuadro 3 un modelo logit ordenado basado en los datos de 2023. Este análisis permite concluir que: i) las mujeres tienden a reportar un menor nivel de conocimiento sobre el Banco en comparación con los hombres, y ii) el conocimiento reportado aumenta significativamente con el nivel educativo, especialmente a partir del ingreso a la universidad.

Cuadro 3. Logit ordenado sobre el conocimiento del Banco de la Republica

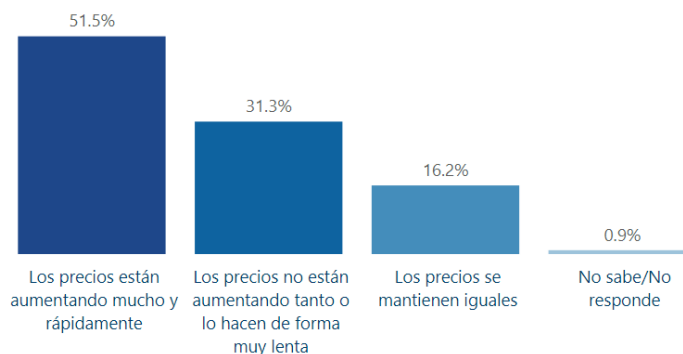
VARIABLES	(1) Conocimiento del BR
Mujer	-0.621*** (0.141)
Bachillerato	0.864*** (0.246)
Universidad	1.648*** (0.313)
Estrato 3 y 4	0.307* (0.173)
Estrato 5 y 6	0.421 (0.367)

Nota: los errores estándar están agrupados a nivel de comuna. Se analizaron 964 observaciones. Se controló por el número de adultos en el hogar encuestado, el estatus laboral y el cuadrado de la edad. Para la estimación, los estratos 1 y 2 se agruparon como "bajo", los estratos 3 y 4 como "medio", y los estratos 5 y 6 como "alto". Las variables "bachillerato" y "universidad" indican si la persona reportó haber cursado estudios en esos niveles, independientemente de si los completó.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

En 2023, la encuesta buscó evaluar el conocimiento sobre el concepto de inflación mediante una pregunta sobre el objetivo de la política monetaria del Banco de la República, solicitando a los encuestados definir qué significa mantener una inflación baja y estable (Gráfico 2). El 51,5% de los participantes respondió incorrectamente, mientras que solo el 31,3% dio una respuesta correcta. Además, el 16,2% afirmó que una inflación baja y estable implica que los precios se mantienen sin cambios. Estos resultados revelan que, aunque más de la mitad de la población asocia inmediatamente la inflación con un aumento de precios, existen confusiones al tratar de definir este concepto en el contexto del objetivo de política monetaria del Banco de la República.

Gráfico 2. Conocimiento sobre el concepto de inflación
(Pregunta: una inflación baja y estable indica que:)



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 y 2023).

El Cuadro 4 presenta los resultados de un modelo logit multinomial que analiza los factores que influyen en el conocimiento del concepto de inflación. Los resultados muestran que, con un nivel de

significancia del 1%, las personas que respondieron correctamente una pregunta sobre el rango de la inflación para finales de 2023, así como aquellas con educación universitaria, tienen una mayor probabilidad de responder acertadamente sobre el concepto de inflación. En contraste, las mujeres presentan una mayor probabilidad de responder incorrectamente, asociando erróneamente una inflación baja y estable con un rápido aumento de precios.

Cuadro 4. Modelo *logit* multinomial sobre conocimiento de concepto de inflación baja y estable

VARIABLES	(2) Precios no están aumentando tanto	(3) Precios se mantienen iguales	(4) No sabe /no responde
Rango correcto de inflación	1.030*** (0.240)	0.0386 (0.278)	-0.987 (0.707)
BR como principal encargado de inflación	0.232 (0.237)	0.180 (0.243)	-0.457 (1.331)
Mujer	-0.618*** (0.192)	-0.967*** (0.258)	-0.275 (1.206)
Bachillerato	0.559 (0.343)	0.483 (0.393)	0.188 (1.526)
Universidad	1.531*** (0.381)	0.951** (0.439)	1.592 (1.471)
Estrato 3 y 4	0.602* (0.322)	0.509 (0.313)	1.842 (1.979)
Estrato 5 y 6	0.941 (0.720)	-0.318 (0.689)	-14.11*** (1.126)

Nota: los errores estándar están agrupados a nivel de comuna. Se analizaron 964 observaciones. Se controló por el número de adultos en el hogar encuestado, el estatus laboral y el cuadrado de la edad. Para la estimación, los estratos 1 y 2 se agruparon como "bajo", los estratos 3 y 4 como "medio", y los estratos 5 y 6 como "alto". Las variables "bachillerato" y "universidad" indican si la persona reportó haber cursado estudios en esos niveles, independientemente de si los completó.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

En la encuesta se formularon varias preguntas para evaluar el conocimiento económico de la población sobre temas como la inflación, las tasas de interés y las expectativas. Una de estas preguntas buscaba determinar si la población colombiana conoce cuál es la institución responsable de controlar la inflación (Cuadro 5). En 2022, el 45,5% de los encuestados indicó erróneamente que la Confederación Colombiana de Consumidores era la encargada de esta función, mientras que solo el 21,5% identificó correctamente al Banco de la República. Otras respuestas incluyeron el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (18,4%) y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (15,2%), con un 9,4% de personas que afirmaron no saber. Estos resultados evidenciaron un desconocimiento significativo de la función principal del Banco de la República, con la Confederación Colombiana de Consumidores recibiendo un reconocimiento 25 puntos porcentuales mayor que el Banco en 2022.

Sin embargo, en 2023, los resultados mostraron un cambio notable: el 44,6% de los encuestados identificó correctamente al Banco de la República como la entidad responsable de controlar la inflación, un incremento de 14,5 puntos porcentuales respecto al año anterior. Le siguieron la Superintendencia Financiera de Colombia (30,1%) y la Confederación Colombiana de Consumidores (29,7%).

Cuadro 5. Institución colombiana responsable directa de controlar la inflación
(Pregunta: ¿Cuál o cuáles instituciones colombianas son las responsables directas de mantener la inflación baja y estable?)

Opción respuesta	2022	2023
Confederación Colombiana de Consumidores	45.5%	29.7%
Banco de la República	21.5%	44.6%
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	15.2%	27.6%
Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)	18.4%	23.1%
Superintendencia Financiera de Colombia		30.1%
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)	1.3%	24.2%
Bolsa de Valores de Colombia		24.4%
No sabe / No responde	9.4%	9.0%
Departamento Nacional de Planeación		12.7%

Nota: los resultados muestran un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que identifican al Banco de la República como la institución responsable de controlar la inflación. Asimismo, se observó una disminución, también estadísticamente significativa, en la proporción de personas que atribuían esta responsabilidad a la Confederación Colombiana de Consumidores.
Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 y 2023).

A pesar del conocimiento limitado sobre las funciones del Banco de la República, los colombianos tienden a confiar en las acciones de esta institución (Cuadro 6). Utilizando una escala de confianza de 1 a 5, donde 1 representa la menor confianza y 5 la mayor, el 39% de los encuestados manifestó un alto nivel de confianza en el Banco (seleccionando 4 o 5), mientras que el 29% se ubicó en un nivel intermedio (nivel 3) y el 26% expresó poca o ninguna confianza (niveles 1 y 2). Al desglosar los resultados por ciudades, Barranquilla registró el mayor porcentaje de encuestados con alta confianza en el Banco (49%), en contraste con Bogotá, donde solo el 33% reportó niveles de confianza similares. En términos de estrato socioeconómico, los encuestados de los estratos uno, dos y tres mostraron menores niveles de confianza, con cerca del 60% ubicándose entre los niveles uno y tres de la escala. Esta cifra disminuyó al 49% entre los encuestados pertenecientes a los estratos más altos (4, 5 y 6).

Cuadro 6. Confianza en el Banco de la República por ciudad y nivel socioeconómico

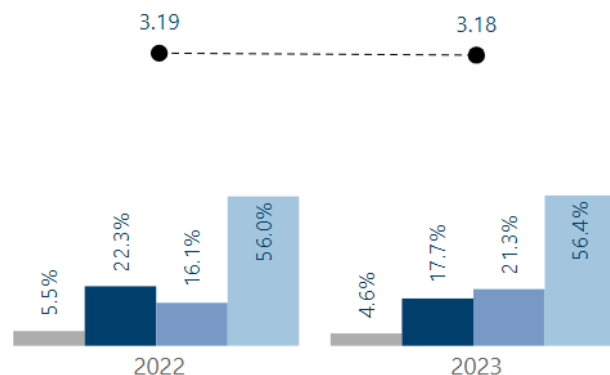
	Bogotá		Medellín		Cali		Barranquilla		Bucaramanga		Estrato 1-2		Estrato 3		Estrato 4-5-6	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Promedio	3.21	3.02	3.27	3.47	2.89	3.23	3.31	3.50	3.42	3.14	3.07	3.24	3.19	2.96	3.43	3.45
Confianza de 5 (%)	23%	10%	26%	28%	11%	26%	29%	30%	28%	20%	21%	19%	23%	14%	25%	22%
Confianza de 4 (%)	15%	23%	18%	23%	18%	12%	14%	19%	19%	21%	12%	20%	14%	21%	27%	25%
Confianza ≤ 3	56%	62%	50%	46%	65%	50%	53%	50%	52%	56%	57%	56%	61%	61%	48%	49%
No sabe/ no responde	6%	4%	6%	3%	6%	12%	4%	2%	2%	4%	11%	5%	2%	4%	-	4%
Observaciones	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	490	504	298	300	212	196

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 y 2023).

Al comparar los resultados de 2022 y 2023, se observa que el nivel de confianza en el Banco de la República ha permanecido relativamente estable. Sin embargo, la proporción de personas que afirmaron confiar plenamente en la institución (calificación de 5) disminuyó del 22,3% en 2022 al 17,7% en 2023 (Gráfico 3).

Gráfico 3. Nivel de confianza en el Banco de la República

● NS/NR ● Calificación 5 ● Calificación 4 ● Calificación 3,2,1 ● Promedio



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 y 2023).

El Cuadro A1 (Anexo) muestra los resultados de un modelo *logit* ordenado que analiza el nivel de confianza reportado por los encuestados. Los hallazgos sugieren que el nivel de confianza en la institución es relativamente independiente de las características socioeconómicas, ya que ninguno de los coeficientes resulta estadísticamente significativo al nivel de confianza del 95%.

4.1.2. ¿Es comprensible la información del Banco de la República?

Ante la pregunta "¿Cree usted que las comunicaciones del Banco de la República son fáciles de entender?", el 52% de los encuestados respondió que no, lo que representa una mejora en comparación con el 61% registrado en 2022. Por otro lado, el 42% afirmó que sí son fáciles de entender, lo que supone un incremento de 9 puntos porcentuales respecto a la medición anterior, mientras que el 6% manifestó no saber (Cuadro 7). Estos resultados sugieren que la claridad de los mensajes del Banco ha mejorado, logrando así alcanzar a un público más amplio.

Cuadro 7. Comprensión de la información del Banco de la República
(Pregunta: ¿Es fácil de entender la información divulgada por el Banco de la República?)

Opción respuesta	2022	2023
No	61.1%	51.7%
Sí	33.2%	41.7%
No sabe/ No responde	4.7%	5.7%
No me interesa entender la información del Banco.	1.0%	0.9%

Nota: los resultados indican un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que reportaron que la información proporcionada por el Banco de la República es fácil de comprender.

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

El Cuadro 8 presenta los resultados de un modelo de probabilidad lineal estimado sobre una variable dicotómica que toma el valor de 1 si los encuestados indicaron que la información divulgada por el Banco de la República es fácil de entender y 0 en caso contrario. Los resultados revelan que las mujeres y las personas dedicadas a labores domésticas tienen una menor probabilidad significativa de encontrar comprensibles las comunicaciones del Banco. Asimismo, esta probabilidad disminuye a

medida que aumenta la edad de los encuestados. Estos hallazgos sugieren que los esfuerzos recientes del Banco por mejorar la claridad de sus mensajes han tenido un mayor impacto entre los grupos más jóvenes, quienes tienden a tener mayor acceso a internet, redes sociales y recursos pedagógicos interactivos y actualizados.

Cuadro 8. Modelo de probabilidad lineal acerca del entendimiento de las comunicaciones del Banco

VARIABLES	(1) Fácil de entender
Mujer	-0.111*** (0.0371)
Edad	-0.0176*** (0.00616)
Independiente	-0.0567 (0.0751)
Empleado Privado	-0.0508 (0.0824)
Empleado Oficial	-0.0498 (0.0980)
Estudiante	0.0246 (0.105)
Retirado	0.00656 (0.101)
Trabajo Domestico	-0.149** (0.0717)
Estrato 3 y 4	-0.0563 (0.0502)
Estrato 5 y 6	-0.0479 (0.0951)
Constante	0.948*** (0.155)
R-cuadrado	0.119

Nota: los errores estándar están agrupados a nivel de comuna. Se analizaron 964 observaciones. El modelo controla por el número de adultos presentes en el hogar encuestado, el nivel máximo de escolaridad alcanzado y el cuadrado de la edad. Para la estimación, los estratos se agruparon en tres categorías: estratos 1 y 2 (bajo), estratos 3 y 4 (medio), y estratos 5 y 6 (alto).

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Funciones del Banco de la República y percepciones sobre la calidad de su trabajo

A los encuestados se les preguntó si tenían conocimiento previo sobre algunas de las principales funciones del Banco de la República, como producir y hacer circular el dinero, prestar dinero a entidades financieras en caso de necesidad, administrar las reservas internacionales, influir en las tasas de interés del sistema financiero, y controlar la inflación, entre otras (Cuadro 9a).

El 87% de los encuestados afirmó conocer que el Banco de la República es responsable de producir dinero y ponerlo en circulación en el país, mientras que el 70% señaló que sabe que el Banco administra las reservas internacionales. Por su parte, el 57% respondió correctamente que el Banco influye en las tasas del sistema financiero a través de la tasa de interés de intervención. Sin embargo, solo el 43% reconoció que el Banco es la entidad encargada de controlar la inflación, su principal

función desde la firma de la Constitución de 1991. En contraste, apenas el 36% identificó que el Banco también promueve la cultura y el conocimiento⁴.

Adicionalmente, la encuesta incluyó preguntas sobre funciones que el Banco no desempeña, con el objetivo de medir el nivel de desconocimiento, validar algunos mitos y promover acciones educativas para corregir (Cuadro 9b). En este sentido, el 64% de los encuestados erróneamente creyó que el Banco presta dinero a las entidades financieras cuando sus utilidades disminuyen. Además, otro 64% respondió que el Banco calcula la tasa de usura⁵, y el 40% afirmó que el Banco recolecta, analiza y difunde las estadísticas oficiales del país, una labor que en realidad corresponde al Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Cuadro 9a y 9b. Conocimiento de las principales funciones del Banco de la República

Cuadro 9a. Funciones que desempeña el Banco de la República

	Total 2022		Total 2023	
	Sí	No	Sí	No
Producir el dinero en efectivo y ponerlo a circular en el país.	85%	15%	87%	13%
Administrar las reservas internacionales del país, como las reservas externas en otras monedas, el oro, entre otras.	60%	40%	70%	30%
Influir, a través de la tasa de interés de intervención, en las tasas de interés que cobran o pagan las entidades del sistema financiero a sus clientes.	59%	41%	57%	43%
Garantizar que se puedan realizar los pagos que se hacen a diario en la economía.	47%	53%	49%	51%
Mantener una inflación controlada, es decir, procurar que los precios de la canasta familiar no suban tanto.	52%	48%	43%	57%
Promover la cultura y el conocimiento.	38%	62%	36%	64%

Cuadro 9b. Funciones que no desempeña el Banco de la República

	Total 2022		Total 2023	
	Sí	No	Sí	No
Prestar dinero a las entidades del sistema financiero cuando sus utilidades caen.	71%	29%	64%	36%
Calcular la tasa de interés máxima, o de usura, en Colombia.	-	-	64%	36%
Recolectar, analizar y difundir las estadísticas oficiales de Colombia.	-	-	40%	60%

Nota: los resultados muestran un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que reconocen al Banco de la República como la entidad responsable de administrar las reservas internacionales. Asimismo, se observa una disminución significativa en la proporción de quienes creen que el Banco presta a entidades del sistema financiero cuando sus utilidades caen. Sin embargo, también se registra una caída significativa en la proporción de personas que identifican como función del Banco mantener la inflación baja y estable. Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

⁴ El Banco de la República cuenta con una nutrida red de bibliotecas y centros educativos en múltiples ciudades del país. En particular, el Banco tiene 17 centros culturales, entre las que destaca la manzana cultural ubicada en el corazón de Bogotá, integrada por la Biblioteca Luis Ángel Arango, el Museo de Arte Miguel Urrutia, el Museo Casa de Moneda y el Museo Botero.

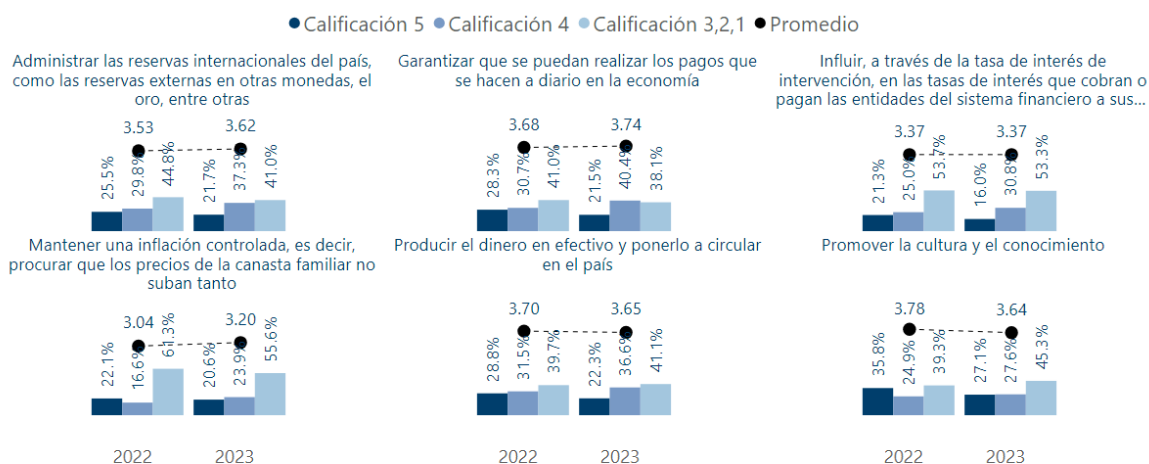
⁵ Con la Ley 599 del 24 de julio de 2000, por la cual se expide el Código Penal, se estipula que el interés de usura es equivalente a 1.5 veces el Interés Bancario Corriente que la Superintendencia Financiera de Colombia calcula y certifica para cada una de las modalidades de crédito.

4.2. Percepción sobre la calidad del trabajo del Banco de la República.

A los encuestados que afirmaron conocer alguna de las funciones del Banco de la República se les solicitó evaluar la calidad del desempeño del Banco en ese aspecto específico, utilizando una escala de uno a cinco (donde cinco representa la mejor calificación). Los resultados revelan que, en general, la percepción sobre el desempeño del Banco es favorable, ya que las calificaciones promedio superaron el valor de tres en todos los casos, incluyendo aquellas funciones que no desempeña, que como se mencionó anteriormente, se incluyeron como medida de desconocimiento (Gráfico 4, paneles 4a y 4b). No obstante, la función de controlar la inflación, que es el objetivo principal de la institución, recibió la peor evaluación, con solo el 44,5% de los encuestados calificando las acciones del Banco en esta área como buenas o muy buenas (cuatro o cinco en la escala).

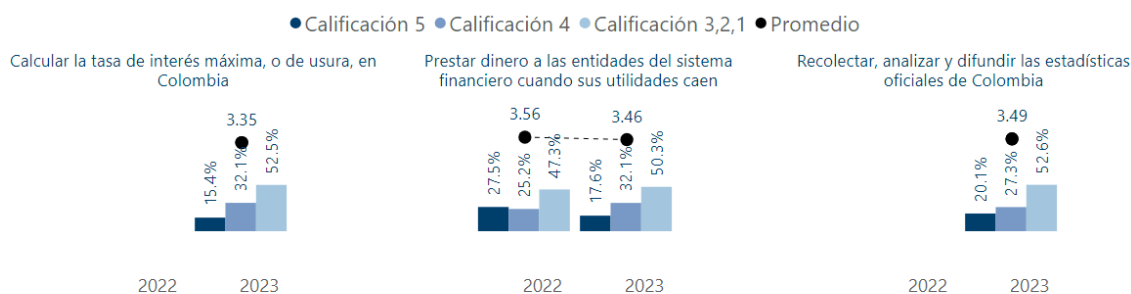
Gráfico 4. Percepción sobre la calidad de las principales funciones del Banco de la República y calificación promedio

Panel 4a. Funciones que desempeña el Banco de la República



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

Panel 4b. Funciones que no desempeña el Banco de la República



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

El Cuadro A1 (Anexo) muestra los resultados de un modelo logit ordenado, en el que la variable dependiente es la calificación que los encuestados otorgaron a las distintas funciones del Banco de la

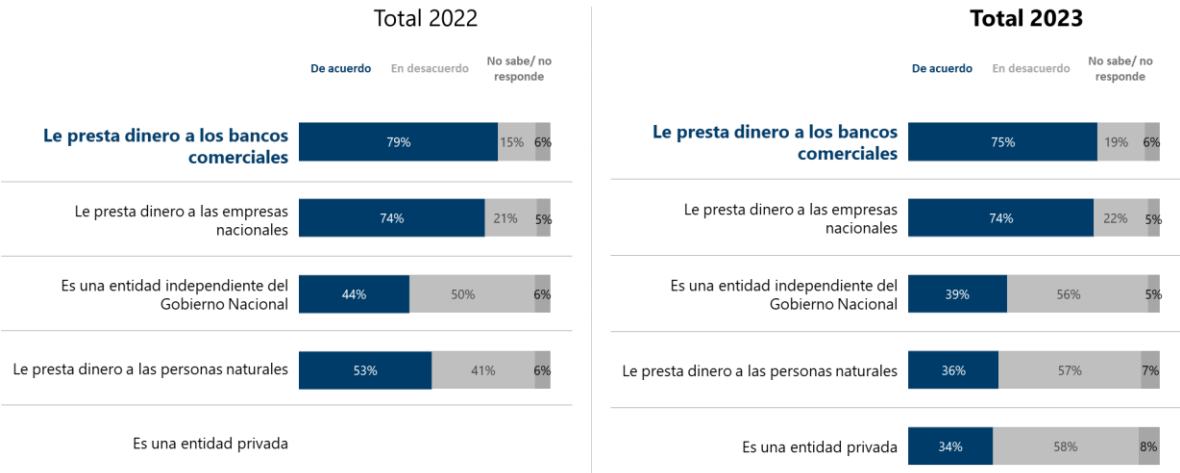
República. Como variables independientes, se incluyeron características demográficas de los encuestados. Los resultados indican que, en promedio, las mujeres tienden a tener una percepción más favorable de las actividades del Banco; sin embargo, este efecto solo es significativo en relación con las actividades culturales (columna 2). Por otro lado, los empleados públicos y privados, así como los trabajadores domésticos, tienden a otorgar una calificación más baja a la influencia del Banco sobre las tasas de interés del sistema financiero. Finalmente, los encuestados de estratos socioeconómicos más altos (cinco y seis) otorgaron calificaciones significativamente más altas a la función de garantizar el correcto funcionamiento de los pagos y, curiosamente, a la supuesta función de prestar a las entidades financieras en caso de menores utilidades, a pesar de que esta última no es realmente una función del Banco.

4.2.1. ¿Qué es y qué hace el Banco de la República?

Uno de los principales objetivos de las campañas educativas del Banco de la República ha sido informar a los ciudadanos sobre sus funciones y corregir conceptos erróneos que han surgido en torno a la labor de la institución (Gráfico 5). Por esta razón, se les preguntó a los encuestados acerca de las funciones y características del Banco. El 75% de los participantes estuvo de acuerdo con la afirmación de que el Banco presta dinero a los bancos comerciales. Asimismo, el 74% respondió incorrectamente que el Banco otorga préstamos a empresas, y solo el 39% reconoció que el Banco de la República es una entidad independiente del Gobierno Nacional.

Por otro lado, el porcentaje de personas que cree que el Banco presta dinero a individuos disminuyó significativamente, del 53% al 36% entre 2022 y 2023. Finalmente, en 2023, el 34% de los encuestados respondió erróneamente que el Banco es una entidad privada, cuando en realidad es una entidad pública que forma parte del Estado colombiano.

Gráfico 5. Creencias sobre funciones del Banco de la República



Nota: Los resultados muestran una disminución estadísticamente significativa en la proporción de personas que creen que el Banco de la República otorga préstamos a personas naturales.
Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

El Cuadro 10 presenta los resultados de un modelo de probabilidad lineal que analiza si los encuestados están de acuerdo en que el Banco de la República desempeña ciertas funciones. En primer lugar, se observa que las mujeres son estadísticamente menos propensas a creer que el Banco otorga préstamos a los bancos comerciales. Además, a medida que aumenta la edad, disminuye la

probabilidad de que los encuestados crean que el Banco presta dinero a personas naturales o empresas nacionales, lo cual podría estar relacionado con la experiencia acumulada.

Por otro lado, las personas con algún nivel de educación universitaria son menos propensas a considerar que el Banco de la República es una entidad privada o que realiza préstamos a individuos. Asimismo, las personas que trabajan de manera independiente tienen una menor probabilidad estadísticamente significativa de pensar que el Banco otorga préstamos a empresas nacionales, posiblemente debido a su experiencia al buscar financiamiento para sus propias iniciativas. Finalmente, los encuestados pertenecientes a los estratos socioeconómicos cinco y seis son estadísticamente menos propensos a creer que el Banco presta dinero a personas naturales.

Cuadro 10. Modelo de probabilidad lineal sobre creencias respecto al Banco de la República

VARIABLES	(1) Independiente del Gobierno	(2) Presta a personas naturales	(3) Presta a empresas nacionales	(4) Presta a bancos comerciales	(5) Es una entidad privada
Mujer	-0.0187 (0.0137)	0.0157 (0.0393)	-0.0209 (0.0388)	-0.117*** (0.0253)	-0.0284 (0.0389)
Edad	0.000718 (0.00236)	-0.0163** (0.00620)	-0.0124** (0.00489)	0.00627 (0.00491)	-0.0105* (0.00584)
Bachillerato	-0.0207 (0.0191)	-0.0879 (0.0592)	-0.0491 (0.0487)	0.0608 (0.0505)	-0.0515 (0.0514)
Universidad	-0.0255 (0.0216)	-0.152** (0.0627)	-0.0692 (0.0567)	0.0890 (0.0561)	-0.119** (0.0497)
Independiente	-0.0111 (0.0308)	-0.110 (0.0800)	-0.119** (0.0478)	-0.0173 (0.0481)	-0.00999 (0.0724)
Empleado Privado	-0.00521 (0.0292)	-0.192** (0.0832)	-0.0869 (0.0650)	-0.0333 (0.0611)	-0.00293 (0.0806)
Empleado Oficial	0.000653 (0.0383)	-0.184* (0.108)	-0.0952 (0.0607)	0.0370 (0.0694)	-0.0770 (0.0889)
Estudiante	-0.0131 (0.0384)	-0.145 (0.110)	-0.103 (0.0751)	-0.0503 (0.0850)	-0.0170 (0.0972)
Retirado	-0.0175 (0.0399)	-0.169 (0.105)	0.0169 (0.0892)	0.0563 (0.0846)	0.0718 (0.102)
Trabajo Domestico	0.00443 (0.0314)	-0.136* (0.0797)	-0.0927 (0.0597)	0.00529 (0.0618)	0.0112 (0.0903)
Estrato 3 y 4	-0.00102 (0.0107)	-0.109* (0.0612)	-0.0527 (0.0530)	-0.0323 (0.0368)	-0.0406 (0.0639)
Estrato 5 y 6	-0.0154 (0.0149)	-0.297*** (0.0700)	-0.116 (0.110)	0.0505 (0.0934)	-0.122 (0.0826)
R-cuadrado	0.063	0.137	0.118	0.123	0.084

Nota: los errores estándar están agrupados a nivel de comuna, con 964 observaciones en total. El análisis controla por el número de adultos en el hogar encuestado y efectos fijos a nivel de municipio. Para la estimación, se agruparon los estratos en tres categorías: estratos 1 y 2 (bajo), estratos 3 y 4 (medio), y estratos 5 y 6 (alto), tomando como referencia el primer grupo. Las variables "bachillerato" y "universidad" indican si la persona reporta haber cursado estudios en esos niveles, independientemente de si los completó. El modelo incluye una constante.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

4.2.2. ¿Cumple el Banco de la República las mismas funciones que un banco comercial?

Desde su creación hace 100 años, el Banco de la República ha desempeñado funciones muy distintas a las de los bancos comerciales en Colombia. Al consultar a los encuestados sobre este tema (Cuadro 11), el 16,3% respondió incorrectamente que el Banco tiene las mismas funciones que un banco comercial, lo que representa un aumento de 5,2 puntos porcentuales respecto a 2022. Por otro lado,

el 44,6% afirmó correctamente que no es así, un incremento de 13,9 puntos porcentuales frente al año anterior. Finalmente, el 33,4% de los encuestados indicó que el Banco de la República solo realiza funciones similares a las de un banco comercial en ciertas ocasiones, lo que representa una disminución de 18,1 puntos porcentuales respecto a 2022.

Cuadro 11. Funciones frente a los bancos comerciales
(Pregunta: ¿Cumple el Banco de la República las mismas funciones que un banco comercial?)

Opción respuesta	2022	2023
Algunas veces	51.5%	33.4%
No	30.7%	44.6%
Sí	11.1%	16.3%
No sabe/ No responde	6.7%	5.7%

Nota: los resultados revelan una reducción estadísticamente significativa en la proporción de personas que creen que el Banco de la República desempeña las mismas funciones que un banco comercial.

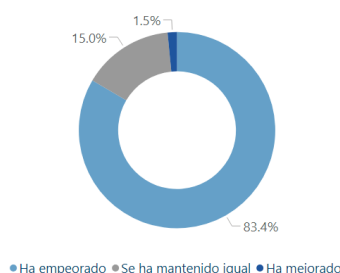
Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

El Cuadro A1 (Anexo) muestra los resultados de un modelo logit multinomial, tomando el "No" como categoría de referencia. Los resultados revelan que las mujeres tienden a responder con mayor frecuencia que no saben la respuesta, mientras que un nivel educativo medio, y especialmente uno superior, incrementan la probabilidad de que los encuestados respondan que el Banco de la República no realiza las mismas actividades que un banco comercial. Aunque no todos los coeficientes resultan significativos al 95% de confianza, se observa que todos son negativos, lo que indica que el "No" fue la respuesta predominante entre los encuestados.

4.2.3. Percepción sobre el comportamiento de los precios

Se preguntó a los encuestados sobre su percepción del cambio en su situación económica durante los últimos doce meses en relación con la evolución de los precios (Gráfico 6). El 83,4% indicó que su situación económica había empeorado, el 15% afirmó que se mantuvo igual, y solo el 1,5% señaló que había mejorado. Es importante destacar que esta encuesta se llevó a cabo entre mayo y junio de 2023, por lo que la pregunta se refiere al período comprendido entre mayo de 2022 y mayo de 2023, cuando la inflación anual alcanzó el 11,86%.

Gráfico 6. Situación económica por el cambio de los precios en los últimos doce meses
(Pregunta: ¿Cómo se ha visto afectada su situación económica por el cambio de los precios en los últimos 12 meses?)



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

Al preguntar sobre la evolución de los precios de los alimentos en los últimos doce meses, el 95,7% de los encuestados percibió un aumento. Además, se les consultó cuánto estimaban que había subido

el precio de una canasta básica de alimentos, si previamente costaba \$100.000. El 84,9% consideró que esa misma canasta ahora costaría más de \$130.000; el 5,9% estimó que su precio estaría entre \$120.001 y \$130.000, y el 6,8% señaló que estaría entre \$110.001 y \$120.000, siendo esta última la más cercana a la realidad, considerando la inflación de alimentos en ese periodo. Esto indica que la mayoría de la población percibe que la inflación de alimentos superó el 30%, una cifra considerablemente distante de la realidad, ya que la variación del índice de precios al consumidor a mayo de 2023 fue del 15,66%. (Gráfico 4).

Con respecto a la percepción del aumento en los precios de los arriendos (Cuadro 12), el 42,7% de los encuestados consideró que un arriendo que costaba \$1.000.000 hace doce meses ahora tendría un valor superior a \$1.300.000. El 20,2% estimó que su precio estaría entre \$1.100.001 y \$1.200.000, mientras que el 19,1% creyó que habría subido a entre \$1.200.001 y \$1.300.000. Por su parte, el 9,2% indicó que el precio se mantendría entre \$1.000.000 y \$1.100.000. Esto revela que la mayoría de la población percibe que la inflación de los arriendos superó el 30%, una percepción alejada de la realidad, dado que la inflación anual del rubro de alquileres efectivos de alojamiento fue del 5,52% a mayo de 2023.

Cuadro 12. Percepción sobre el comportamiento del precio de un arriendo en los últimos doce meses

(Pregunta: asumiendo que hace un año un arriendo costaba \$1.000.000, dígame por favor ¿cuánto cree que está costando hoy en día?)

Opción respuesta	2023
1. Hoy en día cuesta menos de \$1.000.000	2.1%
2. Hoy en día cuesta lo mismo	4.3%
3. Entre \$1.000.000 y \$1.100.000	9.2%
4. Entre \$1.100.001 y \$1.200.000	20.2%
5. Entre \$1.200.001 y \$1.300.000	19.1%
6. Más de \$1.300.000	42.7%
7. No sabe/ No responde	2.4%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

Al preguntar sobre la percepción del aumento en los precios de los servicios públicos en 2023 (Cuadro 13), partiendo de que en 2022 su costo era de \$200.000, el 43,5% de los encuestados consideró que para el momento de la encuesta su precio había subido a más de \$260.000. Otros rangos percibidos fueron entre \$240.001 y \$260.000 (23,1%), entre \$220.001 y \$240.000 (18,6%), y entre \$200.000 y \$220.000 (8,1%), siendo esta última la opción más cercana a la realidad. Esto muestra que la mayoría de la población cree que la inflación de los servicios públicos superó el 30%, una percepción incorrecta. De hecho, la inflación anual a mayo de 2023 para el suministro de agua fue de 7,19%, mientras que, para electricidad, gas y otros combustibles, fue de 6,38%.

Cuadro 13. Percepción sobre el comportamiento del precio de los servicios públicos en los últimos doce meses

(Pregunta: asumiendo que hace un año usted pagaba \$200.000 por los servicios públicos que utiliza mensualmente, dígame por favor ¿cuánto cree que están costando hoy en día?)

Opción respuesta	2023
1. Hoy en día cuesta menos de \$200.000	1.3%
2. Hoy en día cuesta lo mismo	4.6%
3. Entre \$200.000 y \$220.000	8.1%
4. Entre \$220.001 y \$240.000	18.6%
5. Entre \$240.001 y \$260.000	23.1%
6. Más de \$260.000	43.5%
7. No sabe/ No responde	0.7%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

En el caso del transporte, se hizo la misma pregunta (Cuadro 14). Los resultados muestran que el 58,7% de los encuestados consideraba que, si hace doce meses pagaba \$100.000 por su transporte, a mayo de 2023 estaría pagando más de \$130.000. El 18,2% estimaba que pagaría entre \$120.001 y \$130.000, mientras que el 14,8% opinaba que el costo sería de entre \$110.001 y \$120.000, y solo el 5,5% creía que el pago estaría entre \$100.000 y \$110.000. Al igual que en los casos anteriores, la percepción mayoritaria fue que la inflación en el transporte superaba el 30%, cuando en realidad, la inflación anual en este rubro fue de 9,33% a mayo de 2023.

Cuadro 14. Percepción sobre el comportamiento del precio del transporte en los últimos doce meses

Pregunta: asumiendo que hace un año usted pagaba \$100.000 por el transporte que utiliza mensualmente (como pasajes o gasolina), dígame por favor ¿cuánto cree que están costando hoy en día?

Opción respuesta	2023
1. Hoy en día cuesta menos de \$100.000	0.2%
2. Hoy en día cuesta lo mismo	1.6%
3. Entre \$100.000 y \$110.000	5.5%
4. Entre \$110.001 y \$120.000	14.8%
5. Entre \$120.001 y \$130.000	18.2%
6. Más de \$130.000	58.7%
7. No sabe/ No responde	1.0%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

4.3. Factores determinantes en la fijación de precios

Existen múltiples factores que los productores tienen en cuenta al fijar los precios de venta al público de sus productos. La encuesta exploró la percepción del impacto que tendrían factores como los arriendos, los costos de insumos, y el aumento de precios del año anterior, entre otros, sobre los precios de venta (Cuadro 15). Según los resultados, los factores que el público percibe con mayor impacto son el precio de la gasolina (86,8%), los costos de insumos y materias primas (74,6%) y los impuestos (74,3%). En cuanto a los factores considerados de impacto moderado, destacan el aumento del salario mínimo (33,4%), el incremento de precios del año anterior (27,8%) y la tasa de cambio (27,2%).

Cuadro 15. Grado de impacto de distintos factores en la fijación de precios

(Pregunta: si usted fuera dueño de un supermercado, ¿cuál cree que sería el grado de impacto; alto, moderado, bajo, ¿que tendrían los siguientes factores a la hora de establecer el precio de venta al público de sus productos?)

Pregunta resumida	1. Impacto alto	2. Impacto moderado	3. Impacto bajo
Arriendos	71.8%	23.0%	5.2%
Costos de insumos y materia prima	74.6%	18.6%	6.9%
El aumento de los precios en el año anterior	65.6%	27.8%	6.6%
El aumento del salario mínimo	52.2%	33.4%	14.4%
Impuestos	74.3%	21.6%	4.1%
La tasa de cambio (pesos por dólar)	62.5%	27.2%	10.3%
Precio de la gasolina	86.8%	10.7%	2.5%
Precio de los servicios públicos	71.3%	24.8%	3.8%
Tasa de interés	64.3%	26.9%	8.8%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

4.3.1. Tenencia de productos financieros

En cuanto a la tenencia de productos financieros, los encuestados podían seleccionar múltiples opciones (Cuadro 16). En 2023, el 53,8% de los participantes indicó tener un producto financiero digital, como Nequi, Daviplata, Dale o Movii. Además, el 42,5% reportó poseer una cuenta de ahorro tradicional, mientras que el 27,7% señaló no tener ningún producto de ahorro. Asimismo, el 21,9% afirmó tener una tarjeta de crédito, y el 15,7% indicó contar con un crédito. Por otro lado, solo el 10,2% mencionó tener alguna inversión, ya sea en CDT, fondos de inversión colectiva, cuentas AFC, pensiones voluntarias, entre otros. Estos resultados están alineados con un estudio reciente del Banco de la República (2023) sobre la percepción del uso de instrumentos de pago en Colombia. Este estudio, realizado entre febrero y abril de 2022, concluyó que "el efectivo es el instrumento más utilizado (78,4%), seguido por las transferencias electrónicas (12,6%), la tarjeta débito (7,9%) y la tarjeta de crédito (1,2%)" (p.7).

Al analizar los datos desagregados por ciudades y estratos, se observa que en Bogotá y Bucaramanga los productos financieros digitales tienen una mayor prevalencia (61% y 56%, respectivamente), superando el promedio nacional en 8 y 3 puntos porcentuales (53,8% a nivel nacional). Sin embargo, en los estratos 4, 5 y 6, las cuentas de ahorro tradicionales predominan sobre los productos digitales (74% frente a 48%). En general, los productos digitales han democratizado el acceso a servicios financieros como transacciones y pagos en todas las ciudades y estratos. No obstante, persiste un rezago en el acceso a productos de inversión: en 2023, solo el 10% de los encuestados tenía acceso a estos productos, concentrándose principalmente entre los estratos más altos (4, 5 y 6).

Cuadro 16. Tenencia de productos financieros

(Pregunta: ¿Actualmente usted cuenta con algunos de los siguientes productos en entidades del sistema financiero?)

Opción respuesta	2022	2023
Cuentas de Ahorro tradicionales	35.3%	42.5%
Ninguno	46.0%	27.7%
Productos digitales como (Nequi, Daviplata, Dale, Movii, etc.)		53.8%
Tarjeta de crédito	18.2%	21.9%
Crédito (Consumo, vivienda, microcrédito, empresarial, entre otros)	17.8%	15.7%
Inversiones (CDTs, fondos de inversión colectiva, cuentas AFC, pensiones voluntarias, entre otros)	8.8%	10.2%

Nota: los resultados muestran una disminución estadísticamente significativa en la proporción de personas que no poseen ningún producto financiero.

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

El Cuadro 17 presenta las principales estadísticas descriptivas de la pregunta anterior, revelando diferencias notables en el acceso a productos financieros según género, edad, nivel educativo y ocupación. En términos de género, la mayor brecha se observa en el acceso a cuentas de ahorro, donde las mujeres tienen 18 puntos porcentuales menos que los hombres.

En cuanto a grupos etarios, todos los grupos menores de 55 años predominan en el uso de productos financieros digitales, mientras que, en el grupo de mayores de 55 años, el 48,5% afirma no tener ningún producto financiero, seguido del 30,5% que cuenta con una cuenta de ahorro tradicional. Por nivel educativo, el 61% de las personas con educación primaria no tienen productos financieros; el 53% de quienes completaron la secundaria tienen cuentas digitales, mientras que el 64,8% de los universitarios posee cuentas de ahorro tradicionales. Destaca el hecho de que, en todos los productos financieros analizados, la tenencia de estos incrementa de manera proporcional al nivel educativo de los encuestados.

En términos de ocupación, los trabajadores independientes prefieren las cuentas digitales (62,8%), mientras que los empleados privados se inclinan hacia las cuentas de ahorro tradicionales (70,6%), probablemente relacionada con la cuenta de nómina. Para los empleados públicos, los productos digitales y cuentas de ahorro son los más comunes (54,9% y 51,9%, respectivamente), y entre los retirados, las tarjetas de crédito y las cuentas de ahorro tradicionales son los principales productos financieros (47,8% y 42,5%, respectivamente). La mayoría de los trabajadores domésticos reportan no tener productos financieros (51,1%) y quienes lo tienen, mencionan las cuentas digitales (36,2%), mientras que estudiantes y desempleados prefieren las cuentas digitales (72,5% y 42,7%, respectivamente).

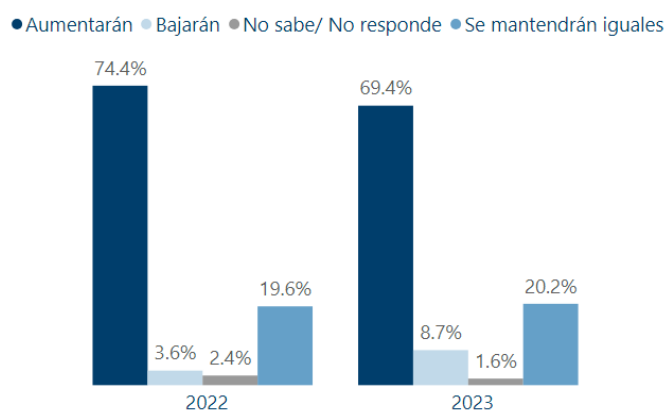
Cuadro 17. Distribución de respuestas sobre tenencia de productos financieros por género, grupo etario, nivel educativo, ocupación y estrato

	Cuenta ahorro (%)	Producto de Crédito (%)	Cuenta digital (%)	Inversiones (%)	Tarjeta de crédito (%)	Ninguno (%)
Género						
Hombre	52,2	18,0	59,2	11,5	24,4	21,0
Mujer	34,1	13,6	49,1	9,1	19,7	33,5
Grupo etario						
18-24	47,7	8,6	68,8	9,3	19,6	23,9
25-34	50,8	16,9	78,2	14,2	26,8	10,7
35-44	47,7	24,8	62,8	10,5	23,2	22,0
45-54	38,6	18,2	45,7	7,0	12,6	28,2
>55	30,7	11,0	21,6	8,9	23,5	48,5
Nivel educativo						
Primaria	12,8	6,5	28,6	1,6	8,5	61,0
Bachillerato	25,7	7,9	53,0	4,2	13,1	32,0
Universidad	64,8	24,7	61,6	17,6	32,9	14,7
Ocupación						
Independiente	42,1	16,5	62,8	10,1	21,3	23,8
Empleado privado	70,6	26,8	58,2	18,9	28,8	14,8
Empleado oficial	51,9	26,5	54,9	13,2	24,9	22,1
Retirado	42,5	16,7	16,3	24,9	47,8	28,2
Trabajador domestico	17,3	5,1	36,2	2,8	10,9	51,1
Estudiante	39,1	3,8	72,5	3,2	13,8	21,9
Desempleado	31,4	8,4	42,7	0,3	17,8	37,5
Estrato						
1	24,0	6,1	49,9	2,1	10,9	36,4
2	33,9	15,9	57,5	5,5	14,1	29,9
3	44,2	14,2	54,6	10,6	22,1	25,6
4	65,7	23,9	42,7	14,5	35,0	25,4
5	88,2	29,4	55,9	51,7	69,9	7,6
6	77,3	30,6	51,6	27,2	56,1	18,0
Total	42,5	15,7	53,8	10,2	21,9	27,7

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

Gráfico 7. Percepción sobre el comportamiento de las tasas de interés en los próximos doce meses

Pregunta: ¿Usted considera que en los próximos 12 meses las tasas de interés ___?



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

4.3.2. Comportamiento potencial frente a cambios en las tasas de interés

En consonancia con lo expuesto, la encuesta profundizó no solo en las percepciones y expectativas sobre el comportamiento de las tasas de interés, sino que también indagó acerca de las decisiones que los encuestados tomarían si las tasas de interés de las entidades financieras aumentaran de manera significativa (Cuadro 18). Esta pregunta busca evaluar el grado de comprensión que tienen los encuestados sobre los mecanismos de transmisión de la política monetaria. Cabe destacar que se permitió a los participantes seleccionar múltiples respuestas. Los resultados para el año 2023 muestran que el 44,3% de los encuestados indicó que aumentaría su ahorro, mientras que el 35,3% afirmó que no tomaría ninguna acción. Un 21,5% señaló que postergaría la solicitud de un crédito, el 10,6% mencionó que ahorraría menos, el 4% manifestó que solicitaría una tarjeta de crédito y el 3,5% indicó que pediría otro tipo de crédito.

Cuadro 18. Potenciales decisiones frente a un aumento de las tasas de interés
(Pregunta: ¿Si las tasas de interés de las entidades financieras comenzaran a subir de manera considerable, usted estaría tentado a ... ?)

Opción respuesta	2022	2023
Ahorrar más	57.8%	44.3%
No haría nada	17.1%	35.3%
Postergar la solicitud de un crédito	29.7%	21.5%
Ahorrar menos	5.9%	10.6%
Solicitar un crédito	6.0%	3.5%
Pedir una tarjeta de crédito		4.0%
No sabe/ No responde		1.5%

Nota: Los datos revelan una disminución estadísticamente significativa en la proporción de personas que afirmaron que aumentarían sus ahorros o postergarían la solicitud de un crédito ante un incremento en las tasas de interés. De manera similar, se observó un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que indicaron que no modificarían su comportamiento financiero en ese escenario. Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

Estos resultados son preocupantes, ya que revelan una disminución estadísticamente significativa en la proporción de personas que indicaron que aumentarían su ahorro o postergarían la solicitud de un crédito ante un alza en las tasas de interés. De manera similar, se observó un aumento estadísticamente significativo en la proporción de quienes señalaron que no tomarían ninguna acción o que reducirían su ahorro. Esto sugiere una disminución en la proporción de personas que reaccionarían a un aumento de las tasas de interés de manera coherente con el mecanismo racional de transmisión de la política monetaria.

En 2023, además de indagar sobre el comportamiento ante una subida de tasas, se incluyó una pregunta sobre cómo actuarían los encuestados frente a una reducción de las tasas de interés. En este caso, el 46,9% afirmó que ahorraría más (una proporción mayor que la observada ante un aumento de las tasas), mientras que el 38,2% indicó que solicitaría un crédito, lo cual es más consistente con el mecanismo racional esperado ante una disminución de las tasas de interés. El 21,3% señaló que no haría ningún cambio, el 15,1% optaría por solicitar una tarjeta de crédito, el 11,8% postergaría la solicitud de un crédito, el 9,7% ahorraría menos y el 0,7% indicó no saber o prefirió no responder.

Con el objetivo de identificar cuáles variables influyen de manera más significativa en la probabilidad

de adoptar un comportamiento financiero coherente con el mecanismo de transmisión de la política monetaria, se creó una variable que toma el valor de 1 cuando los encuestados responden de manera consistente en ambas preguntas. Por ejemplo, optar por ahorrar más ante una subida de tasas y solicitar una tarjeta de crédito en caso de una disminución, entre otras combinaciones coherentes. En cambio, la variable toma el valor de 0 cuando las combinaciones de respuestas no son consistentes con este mecanismo.

El Cuadro 19 presenta los resultados de un modelo de probabilidad lineal basado en esta variable. Los resultados revelan que aquellos encuestados que responden correctamente la pregunta relacionada con el concepto de inflación tienen una mayor probabilidad de mostrar un comportamiento financiero saludable y alineado con los mecanismos de transmisión de la política monetaria. En contraste, se observa que las mujeres presentan una menor probabilidad de responder correctamente en comparación con otros grupos.

Cuadro 19. Modelo de probabilidad lineal sobre el comportamiento financiero saludable ante variaciones en la tasa de interés

VARIABLES	(1) healthy_financial_kn2
Sabe que es inflación baja y estable	0.108*** (0.0357)
Mujer	-0.0780** (0.0357)
R-cuadrado	0.126

Nota: errores estándar clusterizados a nivel de comuna. Se analizaron 964 observaciones. El modelo controla por la edad, el cuadrado de la edad, el número de adultos en el hogar, el nivel educativo más alto alcanzado por el individuo, el estatus laboral y el nivel socioeconómico, e incluye una constante.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

4.4. Expectativas sobre el comportamiento de los precios de bienes y servicios en los próximos doce meses

La encuesta también incluyó preguntas sobre las expectativas de los encuestados en relación con el comportamiento de los precios de diversos bienes y servicios en los próximos doce meses, con el propósito de aproximarse a sus expectativas de inflación. En particular, se buscó diferenciar las respuestas en tres categorías: alimentos, bienes y servicios regulados, y transporte, tal como se hizo en el análisis de la percepción de precios en el pasado.

En cuanto a las expectativas de inflación para diciembre de 2023, los resultados muestran que los encuestados tienden a tener expectativas inflacionarias considerablemente elevadas, las cuales sobrepasan los datos observados (Cuadro 20). Específicamente, el 37,6% de los participantes estimó que la inflación anual a diciembre de 2023 superaría el 15%; el 15,9% predijo que estaría entre el 10% y el 12%; el 12% consideró que se ubicaría entre el 13% y el 15%; el 11,5% proyectó un rango entre el 4% y el 6%; el 11,1% anticipó que estaría entre el 7% y el 9%; el 4,9% estimó un valor entre el 0% y el 3%; el 4,8% no supo o prefirió no responder, y un 2% señaló que la inflación sería negativa o que los precios disminuirían.

Es importante destacar que la inflación anual observada a diciembre de 2023 fue de 9,28%, lo que, para fines de interpretación, se enmarca dentro del rango ampliado de entre el 7% y el 12%, representando el 27,4% de las respuestas totales.

Cuadro 20. Expectativas sobre el dato de inflación a diciembre de 2023

(Pregunta: Y ahora ¿cuál cree que será el dato de inflación a diciembre de 2023? Recuerde que la inflación es la variación de los precios de todo lo que normalmente consumen los colombianos.)

Opción respuesta	2023
1. Será negativo	2.0%
2. Estará entre 0% y 3%	4.9%
3. Estará entre 4% y 6%	11.5%
4. Estará entre 7% y 9%	11.1%
5. Estará entre 10% y 12%	15.9%
6. Estará entre 13% y 15%	12.0%
7. Será superior al 15%	37.6%
8. No sabe / No responde	4.8%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

En cuanto a las expectativas sobre el nivel de precios en el mercado de alimentos, se preguntó a los encuestados cuánto estimaban que costaría una canasta que actualmente tiene un valor de \$100.000 en un plazo de doce meses (Cuadro 21). El 71,2% respondió que superaría los \$130.000; el 11,6% consideró que estaría entre \$120.001 y \$130.000; el 7,4% estimó un valor entre \$110.001 y \$120.000; el 4% proyectó que costaría entre \$100.000 y \$110.000; el 2,6% predijo que sería inferior a \$100.000; el 2,2% señaló que se mantendría en \$100.000, y el 1,2% indicó no saber o prefirió no responder.

Estos resultados revelan que más del 70% de los encuestados prevé una inflación en el mercado de alimentos superior al 30%. No obstante, según los datos observados, la inflación de alimentos a diciembre de 2023 fue del 4,46%. Aunque esta cifra no representa un análisis a doce meses, está significativamente alejada de las expectativas reflejadas por los encuestados. Considerando esta tasa de inflación, si una canasta de alimentos costaba \$100.000 en diciembre de 2022, para diciembre de 2023 su costo habría aumentado a \$104.460.

Cuadro 21. Expectativas sobre el precio de un mercado de alimentos en los próximos doce meses

(Pregunta: ¿Cuánto espera usted que sea el precio de un mercado de alimentos que hoy compra con \$100.000, en 12 meses?)

Opción respuesta	2023
1. Costará menos de \$100.000	2.6%
2. Costará lo mismo	2.2%
3. Entre \$100.000 y \$110.000	4.0%
4. Entre \$110.001 y \$120.000	7.4%
5. Entre \$120.001 y \$130.000	11.6%
6. Más de \$130.000	71.2%
7. No sabe/ No responde	1.2%

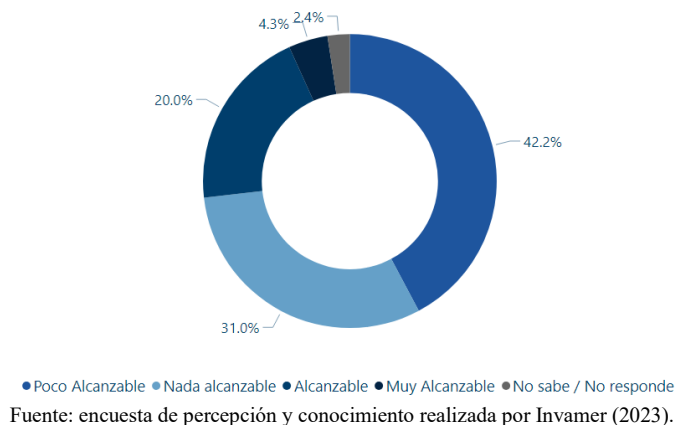
Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

4.4.1. Credibilidad en la meta de inflación y conocimiento de la entidad encargada de definir la tasa de interés de referencia

Uno de los canales clave de la transmisión de la política monetaria es la credibilidad en las acciones adoptadas y en la meta de inflación, factores que contribuyen a anclar las expectativas inflacionarias y reducir la incertidumbre sobre su evolución futura. Estas expectativas, a su vez, refuerzan y aceleran el funcionamiento de otros canales de transmisión, facilitan las negociaciones salariales y promueven decisiones de gasto más eficientes, lo que impacta directamente en la dinámica de los precios. En este contexto, la encuesta preguntó a los encuestados si consideran viable que la inflación alcance el 3% a finales del año 2024 (Gráfico 8).

Los resultados muestran que el 42,2% de los encuestados considera que esta meta es poco alcanzable, seguido de un 31% que la considera completamente inalcanzable, un 20% que opina que sí es alcanzable, un 4,3% que la ve como muy alcanzable, y un 2,4% que no sabe o prefirió no responder. Al cierre de 2023, como se mencionó previamente, la inflación anual se situó en 9,28%, y se proyecta una convergencia hacia la meta del 3% durante 2025.

Gráfico 8. Credibilidad en la meta de inflación
(Pregunta: El Banco de la República ha fijado una meta de inflación del 3% anual. Usted cree que para finales del año 2024 esta meta es:)



En cuanto al conocimiento de los encuestados sobre la entidad responsable de definir la tasa de interés que rige en el sistema financiero en Colombia, el 37,1% identificó correctamente al Banco de la República como la entidad encargada. Sin embargo, un 16,3% respondió que todas las opciones planteadas eran correctas, y un 13,4% atribuyó esta función a la Superintendencia Financiera (Cuadro 22). Aunque el mayor porcentaje de respuestas fue correcto, estos resultados revelan un nivel significativo de desconocimiento o confusión entre la población respecto a esta cuestión fundamental.

Cuadro 22. Conocimiento de la entidad encargada de definir la tasa de interés
(Pregunta: ¿Cuál es la entidad encargada de definir la tasa de interés que rige en el sistema financiero en Colombia?)

Opción respuesta	2023
Banco de la República	37.1%
Todas las anteriores	16.3%
Superintendencia Financiera	13.4%
No sabe / No responde	10.3%
Ninguna de las anteriores	8.4%
Ministerio de Hacienda	8.2%
Presidencia de la República	3.0%
Congreso	1.7%
Consejo de ministros	0.9%
Representantes de los establecimientos financieros	0.8%

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2023).

4.5. Conocimiento sobre los servicios culturales del Banco de la República

Como se discutió en las secciones anteriores, solo el 36% de los encuestados reconocen que el Banco de la República ofrece servicios culturales. De este grupo, el 70% manifestó conocer o haber oído hablar del Museo del Oro; el 49% mencionó estar familiarizado con los museos de arte y otras colecciones; el 35,4% afirmó conocer los servicios de biblioteca virtual, y apenas el 34% estaba al tanto de la red de bibliotecas en todo el país, una de las principales iniciativas del Banco para promover espacios culturales accesibles para todos los colombianos.

Bogotá y Medellín son las ciudades con mayor nivel de conocimiento sobre estos servicios culturales, al igual que entre los encuestados de estratos socioeconómicos altos (estratos 4, 5 y 6). Cabe destacar que a quienes no sabían que el Banco de la República tiene iniciativas culturales, no se les preguntó sobre estos servicios en particular.

El Cuadro 23 presenta los resultados de un modelo de probabilidad lineal, donde la variable dependiente es el conocimiento de algún servicio cultural ofrecido por el Banco de la República. Los resultados indican que la probabilidad de conocer el Museo del Oro tiende a aumentar con la edad, y que la probabilidad de conocer la red de bibliotecas, así como las iniciativas del Banco para apoyar la música y el arte, es significativamente mayor entre las personas de los estratos altos (estratos 5 y 6).

Cuadro 23. Modelo de probabilidad lineal sobre conocimiento de servicios culturales del Banco de la República

VARIABLES	(1) Museo del Oro	(2) Biblioteca virtual	(3) Red de Bibliotecas	(4) Museos de arte y otras colecciones	(5) Labor musical
Mujer	-0.0675* (0.0402)	-0.00213 (0.0283)	-0.0361 (0.0267)	-0.0239 (0.0367)	-0.0389 (0.0263)
Edad	0.0101** (0.00384)	-0.000707 (0.00350)	-0.00113 (0.00380)	-0.000418 (0.00419)	-0.000926 (0.00363)
Estrato 3 y 4	-0.00731 (0.0377)	-0.00240 (0.0342)	0.0249 (0.0377)	-0.0246 (0.0386)	9.94e-05 (0.0404)
Estrato 5 y 6	0.131* (0.0705)	0.0723* (0.0423)	0.171*** (0.0620)	0.144*** (0.0469)	0.104 (0.0637)
R-cuadrado	0.154	0.144	0.134	0.146	0.139

Nota: errores estándar agrupados a nivel de comuna. Se analizaron 964 observaciones. El modelo controla por el cuadrado de la edad, el número de miembros del hogar, el nivel máximo de educación alcanzado y el estatus laboral, e incluye una constante.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

4.6. Fuentes de información sobre el Banco de la República

Se preguntó a los encuestados sobre las fuentes a través de las cuales se informan acerca de las noticias relacionadas con el Banco de la República (Cuadro 24). El 64,4% señaló que se entera a través de la televisión, mientras que el 24% mencionó las redes sociales del Banco como su principal fuente de información. Un 18,3% indicó que utiliza el periódico y el 11,5% afirmó que consulta la página web del Banco. Además, un 16,6% de los encuestados manifestó no recibir noticias relacionadas con el Banco de la República.

Cuadro 24. Fuentes a través de las que las personas se enteran de noticias relacionadas con el Banco de la República

Opción respuesta	2022	2023
Televisión	68.3%	64.4%
Redes sociales del Banco (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)	14.1%	24.0%
Periódico	18.5%	18.3%
No me entero de noticias del Banco	7.0%	16.6%
Página web del Banco	5.2%	11.5%
Blogs	3.6%	4.7%
Otras cuentas de redes sociales		6.1%

Nota: los resultados muestran un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que se informan sobre las noticias del Banco a través de las redes sociales y su página web. De igual manera, se observa un incremento estadísticamente significativo en el número de personas que afirmaron no estar al tanto de las noticias relacionadas con la institución.

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

A los encuestados también se les consultó cuál creían que sería el medio más accesible para obtener información del Banco de la República (Cuadro 25). El 51% consideró que la televisión es el canal más adecuado, seguido por un 42% que señaló las redes sociales, mientras que un 24,5% identificó la página web del Banco como el medio más conveniente.

**Cuadro 25. Consulta de información sobre el Banco de la República
¿Dónde le sería más fácil encontrar información relacionada con el Banco de la República?**

Opción respuesta	2022	2023
Televisión	36.6%	51.0%
Redes sociales del Banco (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)	36.2%	42.3%
Página web del Banco	42.8%	24.5%
Radio	16.4%	18.8%
Periódico	15.5%	15.5%
WhatsApp	9.2%	12.6%
Vallas	9.7%	9.1%
Mensajes de texto	8.0%	10.4%
No me interesa esta información	2.6%	3.6%
Correo electrónico		0.8%
Otros(as)	0.3%	0.1%
Internet (sin especificar)	0.3%	0.0%
Twitter	0.1%	0.0%

Nota: Los resultados muestran un aumento estadísticamente significativo en la proporción de personas que consideran la televisión y las redes sociales como los medios más adecuados para informarse sobre las noticias del Banco de la República. Asimismo, se observa una disminución estadísticamente significativa de casi 18 puntos porcentuales en la proporción de personas que indicaron la página web del Banco como su fuente preferida.

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

4.6.1. Formatos preferidos para la comunicación del Banco de la República

Finalmente, se preguntó a los encuestados cómo preferirían recibir la información relacionada con el Banco de la República (Cuadro 26). El 42% manifestó su preferencia por los videos, mientras que el 27% optó por charlas y talleres virtuales, y el 20% por charlas y talleres presenciales. Un 18% indicó que preferiría recibir la información mediante documentos educativos. Del mismo modo, un 18% señaló que preferiría no recibir información del Banco, y menos del 10% mostró preferencia por formatos como documentos técnicos, podcasts o dibujos animados.

Cuadro 26. Medios preferidos para recibir información sobre el Banco de la República

Opción respuesta	2022	2023
Videos	50.6%	41.6%
Documentos educativos	53.2%	18.0%
Charlas y talleres virtuales		26.9%
Documentos técnicos	15.5%	9.6%
Podcast	11.2%	8.9%
Dibujos animados	11.8%	8.3%
Charlas y talleres presenciales		20.1%
Preferiría no recibir información del Banco de la República		18.4%
Ninguno(a)	1.0%	
No sabe/ No responde	0.3%	

Nota: se observa una reducción estadísticamente significativa en la proporción de personas que manifestaron preferir recibir las comunicaciones del Banco de la República a través de videos, documentos educativos y documentos técnicos.

Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

5. Conclusiones

El Banco de la República goza de amplio reconocimiento y buena reputación entre los colombianos, especialmente entre líderes de opinión (Cifras y Conceptos, 2023) y otros públicos especializados. Sin embargo, aunque la mayoría de los colombianos han escuchado sobre la institución, aún persiste una falta de comprensión sobre su papel en la economía del país. Además, aunque muchos consideran que las acciones del Banco son apropiadas, el conocimiento y la valoración sobre su labor en el control de la inflación, mediante la influencia en las tasas de interés de la economía no son tan positivas.

Estos hallazgos son fundamentales para orientar la estrategia de comunicación de la entidad, ya que es crucial que los ciudadanos comprendan y valoren positivamente la labor del Banco en estas áreas para que sus políticas sean efectivas en el marco del esquema de inflación objetivo. Cabe destacar que las dos mediciones en las que se basan estos resultados se realizaron en un contexto de alta inflación en el país, una situación que posiblemente haya afectado la credibilidad en estas políticas.

En general, los resultados de las encuestas revelan un desconocimiento considerable sobre las actividades, funciones y servicios del Banco de la República, una situación que no solo se observa en Colombia, sino también en otros países con estudios similares. Esto resalta la importancia de fortalecer las iniciativas de divulgación y educación sobre el trabajo del Banco, así como su independencia del Gobierno. Un ejemplo clave es la prevalencia de concepciones erróneas sobre su responsabilidad en temas como el establecimiento de la tasa de usura y su relación con bancos comerciales y otras entidades financieras.

Es relevante también atender las posibles brechas en el acceso a la información del Banco para distintos grupos de la población. La evidencia muestra que las mujeres, las personas mayores y quienes trabajan en el servicio doméstico tienden a manifestar con mayor frecuencia que las comunicaciones del Banco no son fáciles de comprender. Esto pone de relieve la necesidad de seguir desarrollando canales de comunicación más efectivos y accesibles, con el fin de mejorar la comprensión de sus actividades, optimizar el funcionamiento del esquema de inflación objetivo y ampliar el conocimiento sobre la manera en que pueden acceder a los servicios educativos y culturales.

Finalmente, se observa que los encuestados prefieren obtener información del Banco a través de medios digitales, como videos o charlas virtuales y que su principal exposición se da a través de la televisión y las redes sociales. Por lo tanto, es fundamental continuar fortaleciendo la creación de contenidos en estos formatos para mejorar la efectividad de las comunicaciones del Banco de la República, así como seguir teniendo un vínculo estrecho con periodistas económicos e influenciadores en temas económicos y financieros.

6. Referencias

- Banco de la República. (s.f.a). *Política Monetaria: La estrategia de inflación objetivo en Colombia*. <https://www.banrep.gov.co/es/politica-monetaria>
- Banco de la República. (s.f.b). *¿Qué son los canales de transmisión de la política monetaria y cuáles son los principales?* <https://www.banrep.gov.co/es/son-canales-transmision-politica-monetaria-y-cuales-son-principales#:~:text=Los%20mecanismos%20mediante%20los%20cuales,y%20el%20de%20las%20expectativas>
- Banco de la República. (s.f.d). *Tasas de Interés de Política Monetaria*. <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-interes-politica-monetaria>
- Christelis, D., Georgarakos, D., Jappelli, T. and van Rooij, M. (2020) *Trust in the central bank and inflation expectations*. *International Journal of Central Banking*, 16(6), pp. 1-37.
- Clavijo, S. (2001). El régimen cambiario de flotación cambiaria en Colombia (pp. 1–13). Bogotá, Colombia: Banco de la República.
- Carrière-Swallow, K., Jafarov, E. y Yépez, J. (2018). *La importancia de las palabras: Transparencia, comunicación y eficacia de la política monetaria en América Latina*. Fondo Monetario Internacional. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2018/05/23/blog-transparency-communication-and-monetary-policy-effectiveness-in-latin-america>
- Dräger, L. & Nghiem, G., (2023). *Inflation Literacy, Inflation Expectations, and Trust in the Central Bank: A Survey Experiment*. CESifo Working Paper No. 10539, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4506325> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4506325>
- Invamer y Banco de la República. (2022). *Encuesta de imagen, posicionamiento y conocimiento de las funciones del Banco de la República – 2022*.
- Invamer y Banco de la República. (2023). *Encuesta de imagen, posicionamiento y conocimiento de las funciones del Banco de la República – 2023*.
- Letamendia L. & Poher B. (2020). *The effect of financial literacy on trust: do financially literate individuals have more trust in the financial system?* IE University.
- Mellina, S. & Schmidt. (2018). *The role of central bank knowledge and trust for the public's inflation expectations*. Discussion Papers. Deutsche Bundesbank
- Van der Crujisen. C. & Samarina, A. (2021). *Trust in the ECB in turbulent times*. Working Paper No. 722. DeNederlandscheBank.

7. Anexos

Cuadro A1. Modelo *logit* ordenado sobre el nivel de conocimiento y confianza en el Banco de la República

Logit ordenado sobre la confianza en el Banco de la Republica

VARIABLES	(1) Confianza
Mujer	0.128 (0.132)
Edad	0.0128 (0.0265)
Cuadrado edad	-0.000114 (0.000293)
Bachillerato	0.118 (0.298)
Universidad	-0.108 (0.302)
Independiente	-0.387 (0.270)
Empleado Privado	-0.456 (0.309)
Empleado Oficial	-0.568 (0.378)
Estudiante	0.166 (0.314)
Retirado	0.231 (0.455)
Trabajo Domestico	-0.631* (0.381)
Estrato 3 y 4	-0.114 (0.173)
Estrato 5 y 6	0.394 (0.520)

Nota: los errores estándar están agrupados a nivel de comuna. Se analizaron 916 observaciones y se controla por el número de adultos presentes en el hogar encuestado.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Cuadro A2. Logit ordenado sobre la percepción de las funciones del Banco de la República

VARIABLES ⁶	(1) Dinero	(2) Cultura	(3) Presta	(4) Pagos	(5) Tasas	(6) Reservas	(7) Inflación	(8) Estadísticas	(9) Usura
Mujer	0.150 (0.140)	0.567** (0.228)	0.105 (0.176)	0.0670 (0.217)	0.320* (0.180)	0.101 (0.169)	-0.0781 (0.223)	0.404 (0.259)	0.0364 (0.182)
Independiente	0.0894 (0.312)	-0.00840 (0.604)	-0.464 (0.341)	-0.297 (0.400)	-0.712 (0.436)	-0.347 (0.342)	-0.196 (0.428)	-0.0670 (0.544)	-0.219 (0.382)
Empleado Privado	0.00203 (0.319)	-0.235 (0.594)	-0.881** (0.363)	-0.329 (0.402)	-1.031** (0.497)	-0.755* (0.411)	0.127 (0.464)	0.117 (0.561)	-0.491 (0.424)
Empleado Oficial	-0.851** (0.372)	-0.626 (0.856)	-0.674 (0.486)	-1.008* (0.592)	-1.723*** (0.588)	-0.805* (0.473)	-0.184 (0.656)	-0.570 (0.628)	-0.780 (0.543)
Estudiante	-0.0119 (0.396)	-0.468 (0.668)	-0.994** (0.446)	-0.177 (0.509)	-0.927* (0.474)	-0.372 (0.468)	-1.032 (0.654)	0.117 (0.852)	-0.470 (0.579)
Retirado	0.374 (0.441)	0.452 (0.764)	0.0516 (0.674)	-0.274 (0.705)	-0.542 (0.646)	0.261 (0.518)	0.833 (0.665)	0.703 (0.844)	0.371 (0.647)
Trabajo Domestico	0.151 (0.448)	0.485 (0.723)	-0.275 (0.511)	-0.816 (0.569)	-1.057** (0.518)	-0.376 (0.449)	0.107 (0.539)	-0.261 (0.696)	-0.391 (0.483)
Estrato 3 y 4	-0.0735 (0.151)	-0.419 (0.326)	0.224 (0.240)	-0.0452 (0.244)	-0.343 (0.325)	-0.217 (0.216)	-0.222 (0.409)	0.0186 (0.288)	-0.193 (0.199)
Estrato 5 y 6	0.369 (0.469)	0.174 (0.394)	1.226*** (0.447)	0.861** (0.353)	0.308 (0.294)	0.106 (0.308)	0.0125 (0.597)	0.616 (0.596)	0.224 (0.325)
Observaciones	857	370	604	494	543	689	416	390	598

Nota: Los errores estándar están agrupados a nivel de comuna. El análisis se realizó sobre 964 observaciones, controlando por la edad, el número de adultos en el hogar, el nivel máximo de escolaridad y el cuadrado de la edad. Para la estimación, los estratos se agruparon en tres categorías: estratos 1 y 2 (bajo), estratos 3 y 4 (medio), y estratos 5 y 6 (alto).

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

⁶ Las variables dependientes corresponden, respectivamente, a: (1) produce dinero y lo pone a circular; (2) promueve la cultura y el conocimiento; (3) presta dinero a entidades del sistema financiero cuando caen sus utilidades; (4) garantiza que se puedan realizar pagos en la economía; (5) influye, a través de la tasa de interés de intervención, en las tasas del sistema financiero; (6) administra las reservas internacionales; (7) mantiene la inflación controlada; (8) recolecta, analiza y difunde las estadísticas oficiales de Colombia; (9) calcula la tasa de usura.

Cuadro A3. Modelo *logit* multinomial sobre si las personas consideran que el Banco de la República desempeña las mismas actividades que un banco comercial

VARIABLES	(1) Si	(2) Algunas veces	(3) No sabe/No responde
Mujer	-0.143 (0.229)	-0.0268 (0.234)	1.701*** (0.398)
Edad	-0.101** (0.0453)	-0.0427 (0.0316)	-0.0763 (0.0626)
Bachillerato	-0.737** (0.325)	-0.0206 (0.320)	-0.451 (0.449)
Universidad	-1.053*** (0.363)	-0.0652 (0.335)	-1.289** (0.566)
Independiente	-0.200 (0.484)	0.0396 (0.438)	-0.449 (0.721)
Empleado Privado	-1.151** (0.528)	-0.156 (0.554)	-1.346 (0.907)
Empleado Oficial	-0.518 (0.677)	-0.0338 (0.597)	-1.143 (0.837)
Estudiante	-1.333* (0.787)	-0.144 (0.690)	-0.341 (1.170)
Retirado	-0.489 (0.641)	-0.289 (0.638)	-1.360 (1.417)
Trabajo Domestico	-0.00326 (0.468)	0.464 (0.504)	-0.545 (0.830)
Estrato 3 y 4	-0.579 (0.415)	-1.050** (0.408)	0.288 (0.638)
Estrato 5 y 6	-0.934 (0.685)	-1.149* (0.660)	-0.185 (1.261)
Constante	-14.36*** (1.763)	1.831* (1.010)	-16.34*** (1.975)

Nota: los errores estándar están agrupados a nivel de comuna. Para la estimación, se utiliza "No" como categoría base. Los estratos se agruparon en tres categorías: estratos 1 y 2 (bajo), estratos 3 y 4 (medio) y estratos 5 y 6 (alto), tomando como referencia el primer grupo. Las variables "bachillerato" y "universidad" indican si la persona ha cursado estudios en esos niveles, independientemente de si los completó. El modelo controla por el cuadrado de la edad y el número de adultos presentes en el hogar.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Cuadro A4. Nivel educativo de las personas encuestadas

Opción respuesta	2022	2023
Universidad incompleta o estudios técnicos	33.0%	27.6%
Bachillerato completo	23.8%	28.3%
Universidad completa o más	19.3%	19.9%
Bachillerato incompleto	14.1%	10.9%
Primaria completa	6.9%	7.8%
Nada o algo de primaria	2.6%	5.4%
No sabe/ No responde	0.2%	0.1%

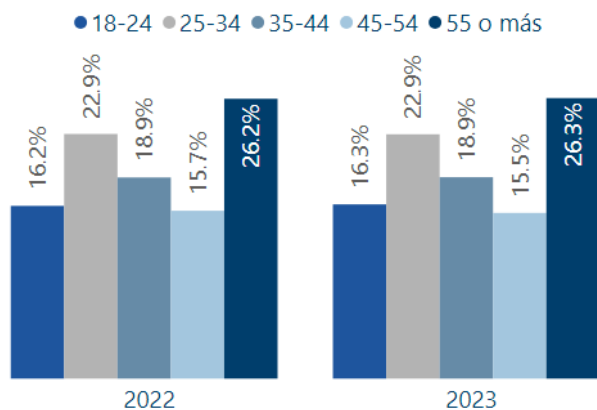
Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

Cuadro A5. Nivel socioeconómico de los hogares encuestados

Opción respuesta	2022	2023
Estrato 1	12.1%	15.3%
Estrato 2	33.6%	34.7%
Estrato 3	31.6%	34.5%
Estrato 4	15.4%	9.5%
Estrato 5	5.6%	4.0%
Estrato 6	1.6%	2.0%

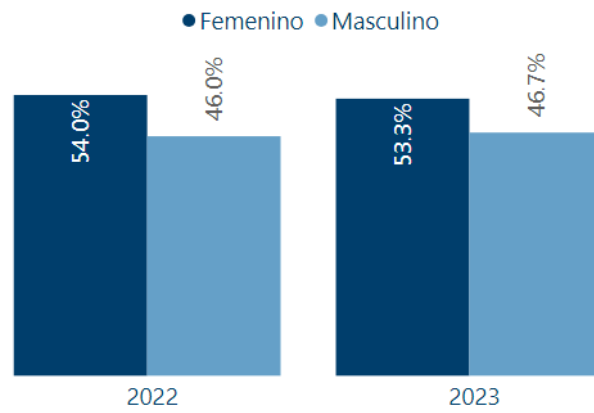
Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

Gráfico A1. Rango de edad de las personas encuestadas



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).

Gráfico A2. Sexo de las personas encuestadas



Fuente: encuesta de percepción y conocimiento realizada por Invamer (2022 Y 2023).