# Recordatorios de Mensajes de Texto e Incentivos para Ahorrar en Bolivia

**Investigadores/as:**

Dean Karlan

Margaret McConnell

Sendhil Mullainathan

Jonathan Zinman

**Sector(s):** Finanzas

**Fieldwork:** Innovations for Poverty Action (IPA)

**Ubicación:** La Paz, Bolivia

**Muestra:** 9,652 clientes del programa de ahorro de Ecofuturo en 2008; 6,119 clientes en 2009

**Grupo objetivo:** Adults

**Resultado de interés:** Earnings and income Savings/deposits

**Tipo de intervención:** Nudges and reminders Savings Non-monetary incentives

**Número de registro del AEA RCT Registry:** AEARCTR-0001350

**Research Papers:** Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Saving

**Socios Implementadores:** Ecofuturo

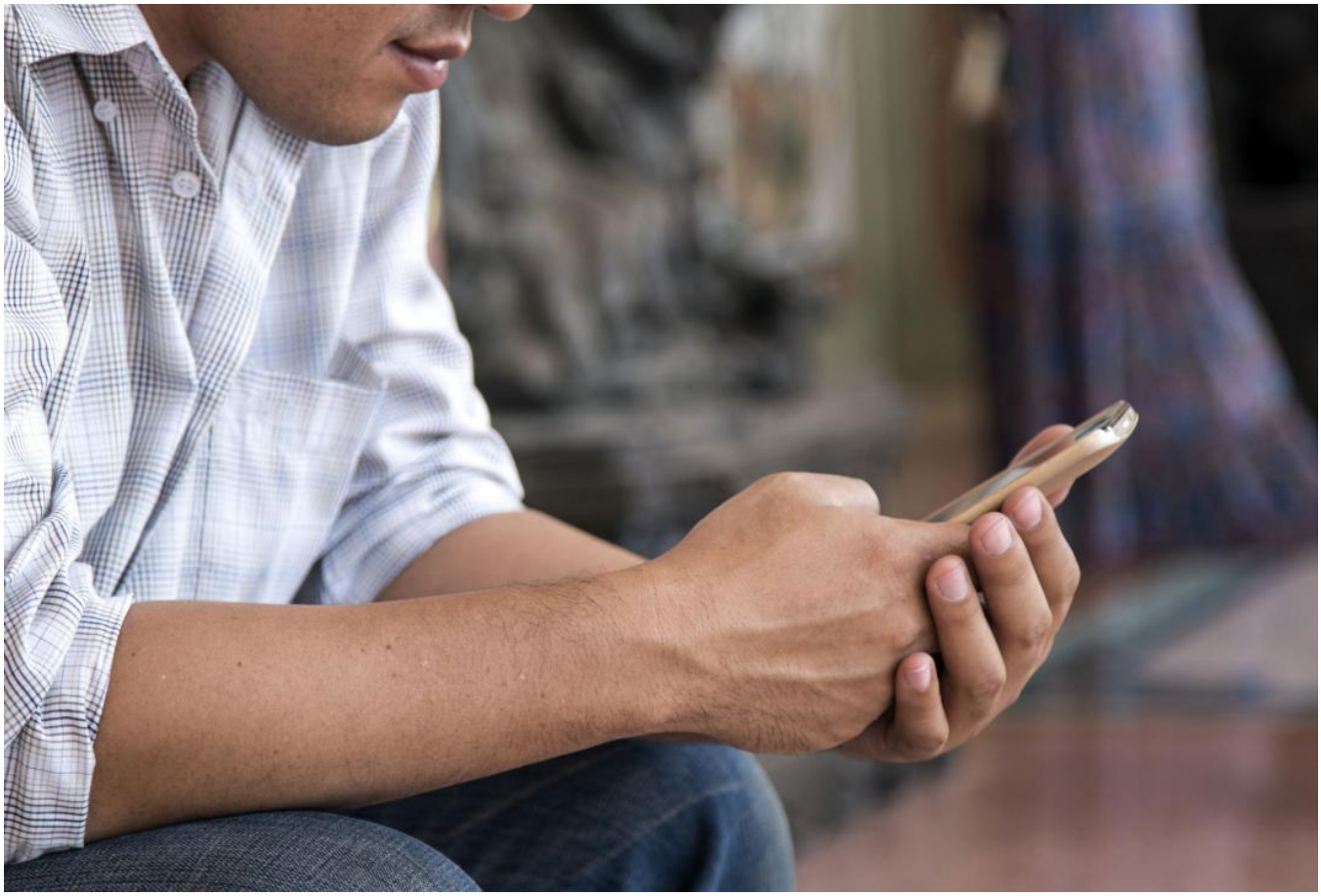
## Problema de política pública

Debido a la ausencia de mercados de créditos y seguros eficientes, los ahorros del hogar son a menudo un determinante crucial del bienestar en países en desarrollo. Sin ahorros, los hogares cuentan con pocos mecanismos para suavizar variaciones inesperadas en sus ingresos; por lo tanto, ante emergencias, tales como de salud, pueden verse forzados a liquidar sus activos o a asumir una deuda. Además, como los ahorros son uno de los pocos medios para acumular activos en la ausencia de crédito y de mercados de seguros, la capacidad para ahorrar se convierte en uno de los principales vehículos de movilidad social y de mejora en la perspectiva de ingresos futuros. Muchas personas manifiestan tener el deseo de ahorrar más en el futuro, pero cuando llega el momento, encuentran difícil hacerlo. Las instituciones financieras han diseñado productos financieros para ayudar a que los clientes se comprometan a ahorrar en el futuro, sin embargo la efectividad de muchos de estos productos aún debe ser evaluado.

## Contexto de la evaluación

La tasa de ahorro en Bolivia es baja comparada con la de otros países de Sud América. Incentivar el ahorro, sin embargo, puede ser costoso y riesgoso. Debido a que las Instituciones Microfinancieras a menudo luchan por controlar los costos y son altamente aversas al riesgo, muchas instituciones en Bolivia han preferido recapitalizar su cartera de créditos con “dinero fácil” tales como fondos de donantes y créditos concesionales. Sin embargo, algunas instituciones de Bolivia están comenzando a darse cuenta que, mientras los servicios de ahorro parecen ser más costosos y riesgosos relativo a otras fuentes de financiamiento, ellos mismos pueden estar entrando en desventaja al no desarrollar buenos servicios de toma de depósitos y sistemas que los

respalden.  Los clientes del banco con fines de lucro Ecofuturo expresan tener un claro deseo de ahorrar: más de 56,000 clientes tenían cuentas de ahorro en 2008, un número mayor aún que los aproximadamente 42,500 deudores activos del banco. Una de las cuentas de ahorro ofrecida por el banco es una cuenta de ahorro "programada," que ofrece a los clientes una tasa de interés favorable y un seguro gratuito de vida y accidentes a cambio de que efectúen depósitos regulares y acepten límites al retiro de fondos. Específicamente, los clientes deben realizar un depósito todos los meses y sólo pueden retirar fondos en el mes de diciembre. A pesar de la popularidad de la cuentas de ahorro, más del 40% de los clientes no efectúan el depósito requerido en cada mes.



Researchers evaluated the effectiveness of sending text message reminders to clients holding programmed savings accounts. Photo: Shutterstock.com

Doug Parkerson

### Detalles de la intervención

Los investigadores están trabajando con Ecofuturo para medir la efectividad de enviar  recordatorios a través de mensajes de texto a clientes que tengan estas cuentas de ahorro programadas. La evaluación se enfoca en una cuenta de ahorros programada específica llamada Ecoaguinaldo, que es similar a la que tiene el Christmas Savings Club. La Ecoaguinaldo imita el aguinaldo, el bono de fin de año que reciben muchos bolivianos asalariados al fin del año.

El Ecoaguinaldo es usado por los trabajadores no asalariados y aquellos que desean suplementar sus cuentas de ahorro existentes, como también por dueños de negocios pequeños que desean asegurarse de tener suficientes fondos para poder entregar a sus empleados el bono de vacaciones esperado. Los clientes típicamente abren una cuenta Ecoaguinaldo al comienzo

del año y retiran los ahorros que han acumulado a través del año en Diciembre. Recibir una suma alzada en Diciembre permite a los clientes cumplir con sus obligaciones financieras de fin de año. Los mensajes recordatorios proporcionan una oportunidad para explorar qué tipos de mensajes son más efectivos para motivar a los clientes a que lleven a cabo sus deseos de ahorrar.
La mitad de los clientes de ahorro que habían registrado un número de celular fueron seleccionados aleatoriamente para recibir un mensaje de texto con un recordatorio sobre su cuenta Ecoaguinaldo. Había cuatro mensajes distintos que combinaban una mención de la meta de ahorro (meta mensual para poder recibir el bono monetario al final de año) o la recompensa (un seguro de vida gratuito si se efectúan todos los depósitos mensualmente), expresado ya sea como una pérdida o una ganancia. Los mensajes para los cuatro grupos de tratamiento fueron:

- Meta-Ganancia: ¡Gane su Aguinaldo! Con el depósito de este mes usted estará un paso más cerca de alcanzar su meta de ahorros.
- Meta-Pérdida: ¡No pierda su Aguinaldo! Si usted no hace el depósito de este mes, puede que no alcance su meta de ahorro.
- Recompensa-Ganancia: ¡Gane su recompensa! No olvide su depósito de este mes. Recuerde que usted ganará una recompensa de X si efectúa todos sus depósitos a tiempo.
- Recompensa-Pérdida: ¡No pierda su recompensa! No olvide su depósito de este mes. Recuerde que usted perderá su recompensa de X si no efectúa todos sus depósitos a tiempo.

La mitad de las personas que recibieron mensajes el 2008 estaban en el grupo de comparación del año siguiente, de manera que el impacto de recibir mensajes un año y no recibirlos al año siguiente podría ser medido. En los últimos tres meses del proyecto del 2008, el número de tratamientos se duplicó a ocho. Cada uno de los cuatro tratamientos originales fue dividido en dos, y una de estas mitades fue precedida por la frase “Ecofuturo apoya su decisión de ahorrar,”. Basado en los resultados del 2008, en el 2009, se enviaron sólo mensajes que se enfocaban en la recompensa.

## Resultados y lecciones de la política pública

En general, los recordatorios aumentaron el ahorro débilmente (el efecto no es estadísticamente significante) y aumentaron la probabilidad de cumplir con la meta de ahorro de efectuar un depósito al mes en 3 porciento. Al agrupar los resultados con aquellos de experimentos similares realizados en Perú y Filipinas, y aumentando así el poder del estudio, encontramos las mismas magnitudes de impacto, con una significancia estadística del 10% en el caso del impacto sobre el ahorro y del 1% en el caso del impacto sobre la proporción de clientes que cumplen su meta. Los mensajes que mencionaban la recompensa de cumplir con los depósitos fueron más efectivos, aumentando el ahorro en un 10%. No observamos ninguna diferencia entre la efectividad de los mensajes expresados en términos de “ganancia” o de “pérdida”. Resultados preliminares del 2009 sugieren que la efectividad de los recordatorios puede disminuir a través del tiempo. El aumento en el ahorro debido a los recordatorios fue lo suficientemente grande para que estos resultaran ser rentables para el banco. De ahora en adelante, los recordatorios serán un componente estándar para las cuentas de ahorro programadas del banco.

Karlan, Dean, Margaret McConnell, Sendhil Mullainathan, Jonathan Zinman. "Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Saving." Working Paper, Yale University, January 1, 2011.