Mensajes de Texto y Recordatorios para Ahorrar en Ecuador

Sector(s): Economía Política y Gobernabilidad

Fieldwork: Innovations for Poverty Action (IPA)

Ubicación: Ecuador

Muestra: 2700 clientes de FINCA con cuentas de ahorro

Resultado de interés: Household finance

Tipo de intervención: Nudges and reminders

Research Papers: Remembering to Save: Timing of SMS Reminders in Ecuador

Socios Implementadores: FINCA International

Problema de política pública

Los ahorros pueden proveer un colchón de respaldo para los más pobres, ayudándoles a enfrentar riesgos, tener bienes para el futuro y suavizar su consumo durante períodos de bajos ingresos. La mayoría de los pobres en el mundo no tienen acceso a mecanismos formales de ahorro y recurren a métodos informales de ahorro como esconder dinero en sus casas o comprando bienes como joyas o ganado. Estos métodos son riesgosos, ineficientes y costosos. Ha habido pocas investigación que estudien el diseño de productos financieros apropiados para los pobres tomando en consideración sus necesidades específicas y que incentiven un ahorro más disciplinado.

Contexto de la evaluación

Esta intervención está basada en la idea de que los individuos no consideran eventos futuros y por lo tanto no ahorran para esas necesidades futuras en el presente. Recordarle a los clientes de manera frecuente y oportuna que ahorren puede incrementar la habilidad de los clientes de considerar sus necesidades futuras, parar consumos innecesarios en el presente y resultar en ahorros para el futuro. Recordatorios oportunos pueden re-enfocar la atención del cliente de sus actividades actuales a actividades y planes en el futuro.

FINCA Ecuador es una institución de microfinanzas que provee servicios financieros a los emprendedores de más bajos recursos en Ecuador para que puedan crear empleos, desarrollar bienes y mejorar su calidad de vida. Estos servicios incluyen préstamos para negocios, seguros médicos y para el hogar y servicios de salud. Recientemente, FINCA Ecuador se convirtió en un banco regularizado por el gobierno y por lo tanto se le requiere ofrecer servicios de ahorro a sus clientes.

Man looking at text messages in Ecuador.

Photo credit: DFLC Prints, Shutterstock.com

Detalles de la intervención

El estudio tiene una muestra de 2700 clientes, los cuales fueron obtenidos de la base de datos de clientes existentes de FINCA. Se consideraron clientes que tuvieran teléfono celular y clientes nuevos que hayan abierto una cuenta durante los primeros cinco meses del estudio. Datos de línea de base se recolectaron cuando los clientes abrieron sus cuentas. La encuesta de línea de base recolectó información sobre actividad financiera, objetivos de ahorro y preferencias bancarias. A los clientes elegibles se les requirió tener celular pero no se les requirió tener ciertos ingresos. Después de la línea de base, los clientes fueron asignados aleatoriamente a un grupo de tratamiento o a un grupo de comparación.

Los clientes en el grupo de tratamiento recibieron mensajes de texto con recordatorios. Los mensajes variaban en frecuencia, duración, hora de envío, día de semana enviado y contenido. La campaña de mensajes duró de ocho a diez meses dependiendo en el tratamiento. Se recolectaron datos sobre frecuencia de depósitos y balances promedio en las cuentas de ahorro para ambos grupos.

Resultados y lecciones de la política pública

Resultados por definir.