

Mejorando El Bienestar Financiero con Información en Perú

Por Gabriella Wong & Hugo Salas

¿Pueden los mensajes de texto influir en el comportamiento financiero? IPA está trabajando en estrecha colaboración con SBS para descubrir cómo mejorar los puntajes crediticios en Perú.

Según [statisticbrain.com](http://www.statisticbrain.com), una de las resoluciones de año nuevo más populares de 2017 fue tomar mejores decisiones financieras. Sin embargo, en Perú, casi 1,2 millones de personas (16% de los que tienen alguna deuda con el sistema financiero regulado), están atrasadas en el pago de sus deudas. Esto podría tener implicaciones negativas para su futuro financiero y lleva a plantearnos: ¿qué podríamos hacer para mejorar el bienestar financiero de estas personas?



Los enfoques tradicionales han abordado este problema a través de la educación financiera. Pero muchas evaluaciones de impacto han encontrado que estas acciones son costosas,

impopulares y pocoefectivas. En México, por ejemplo, se le ofreció a una muestra de individuos 1.000 pesos (US\$ 72) para participar de una serie de capacitaciones en educación financiera. Pero aún con el incentivo financiero, solo un tercio de ellos accedió a participar y el programa no tuvo ningún efecto en su comportamiento financiero, según datos de sus reportes de crédito (Bruhn, Lara Ibarra y McKenzie, 2014). Otros **dos estudios** analizaron el impacto de 120 programas de educación financiera en varios países y encontraron que los programas rara vez afectaban el comportamiento financiero de los participantes y que los efectos eran significativamente menores en los países de ingresos bajos y medios, en comparación con los países de altos ingresos.

Ante esta evidencia, la Superintendencia de Banca, Seguros y Fondos de Pensiones (SBS) del Perú ha adoptado un enfoque alternativo. Ha creado una herramienta en línea que permite que los usuarios controlen el estado de sus créditos del sistema financiero formal. Esta herramienta, el **portal de Reporte de Deudas de la SBS**, permite a los consumidores acceder a su historial crediticio de los últimos cinco años, incluyendo calificaciones crediticias, deuda total, intereses y número de líneas de créditos. Sin embargo, aunque cerca de 1 millón de usuarios ya han consultado el Reporte de Deudas de la SBS, solo el 38% de ellos ha utilizado el portal más de una vez y apenas el 10% de aquellos que tienen deudas lo han consultado. Al igual que las intervenciones de educación financiera, en teoría, ofrecer información a través del portal parece una buena idea pero, en la práctica, podría tener un efecto poco significativo sobre la vida de las personas.

...aunque cerca de 1 millón de usuarios ya han consultado el Reporte de Deudas de la SBS, solo el 38% de ellos ha utilizado el portal más de una vez y apenas el 10% de aquellos que tienen deudas lo han consultado.

Una posible teoría que podría explicar el escaso uso del portal proviene de la literatura sobre la economía del comportamiento. El llamado "efecto avestruz" predice que las personas "enterrarán sus cabezas en la arena", evitando obtener información adicional cuando se espera que esta traiga "malas noticias". En su artículo, Karlsoon, Loewenstein y Seppi (2009) encontraron que los inversores de Estados Unidos y de varios países escandinavos revisan sus portafolios de inversión con menos frecuencia cuando los mercados están a la baja. Los consumidores financieros podrían estar actuando de manera similar; en lugar de actuar racionalmente e informarse sobre sus deudas, prefieren evitar el dolor emocional evadiendo acceder a esa información.

Una explicación adicional es que los consumidores financieros podrían ser **irracionalmente optimistas** sobre su futuro financiero (Waiter y Lovallo, 1999). En otras palabras, los deudores pueden creer firmemente que su situación crediticia es demasiado buena para preocuparse. Si tienen este exceso de confianza, estos podrían creer que no necesitan vigilar sus deudas.

Si tienen este exceso de confianza, estos podrían creer que no necesitan vigilar sus deudas.

En este contexto, Innovations for Poverty Action (IPA), junto con los investigadores principales **Dean Karlan**, **Jonathan Zinman**, **Kareem Haggag** y **Xavier Gine**, están

trabajando en estrecha colaboración con la SBS para realizar una evaluación de impacto rigurosa: **Mejorando los puntajes crediticios con información en Perú.**

Específicamente, los investigadores de IPA han diseñado una campaña de información de SMS (mensaje de texto) a gran escala para alentar a los usuarios a acceder al portal de Reporte de Deudas de la SBS. La mitad de la muestra del estudio –de un total de 50.000 personas-, y asignada de forma aleatoria, recibió información sobre el portal a través de mensajes de texto (el grupo de tratamiento) mientras que la otra mitad no recibió información (el grupo de comparación). Además, con el fin de superar barreras de comportamiento que podrían estar impidiendo que los usuarios controlen sus deudas, se probarán varios tipos de contenidos en los mensajes para ver cuál es más efectivo.

Pero que los prestatarios conozcan más sobre sus deudas es solo un primer paso para mejorar los resultados. Además de descubrir qué mensajes fomentaron un mayor uso del portal, los investigadores también analizarán cómo ingresar al portal podría influir en un conjunto de resultados financieros: el monto de la deuda, el puntaje de crédito y el monto pagado en intereses. Se espera descubrir los mecanismos de comportamiento que podrían ayudar a los consumidores a obtener información útil para tomar decisiones informadas y generar nuevas ideas para mejorar el bienestar financiero de las persona

April 04, 2018