

VISA



Plataformas Tecnológicas Complementarias para la Educación y la Inclusión Financiera

***Instituto de Estudios
Peruanos***

Noviembre 2014

Intervenciones

1. POS en la sierra rural del Perú

Visa Internacional; VISANET;
Banco de la Nación; MIDIS;
JUNTOS, IEP.



2. Videos de Educación Financiera

Visa Internacional; Banco de la Nación;
IEP.

POS en la sierra rural del Perú



Contexto

- Las usuarias del Programa JUNTOS reciben una tarjeta de débito Visa emitida por Banco de la Nación para disponer de los 200 soles que reciben bimestralmente
- Pese a ser medio de pago, la tarjeta NO se usa para realizar compras y las usuarias siguen manejando efectivo
 - Fuerte desconocimiento del acceso a un medio de pago electrónico
- En general, la aceptación de pagos electrónicos en distritos de usuarias de JUNTOS es muy limitada o inexistente

Comunidades elegidas



Departamento de Junin

1. San Jose de Quero
 - 220 hogares JUNTOS
2. San Juan de Jarpa
 - 214 hogares JUNTOS
3. Yanacancha
 - 60 hogares JUNTOS
4. Chongos Altos
 - 157 hogares JUNTOS

NOTA: Los beneficiarios de “JUNTOS” representan entre 11% y 24% del total de hogares

Desarrollo del Proyecto



Intervención en 2 fases

Primera fase

- Instalación de POS en 10 comercios de las comunidades elegidas.
- Charlas básicas sobre uso de POS, en reuniones convocadas por municipios, o aprovechando días de cobro de JUNTOS, ferias y otros espacios.






Evaluación– Primera Fase

Reporte de transacciones POS (después 3 meses de instalados):

- no se registran transacciones proveniente de las cuentas del Programa JUNTOS.

Exploración Cualitativa: 4 grupos focales con usuarias

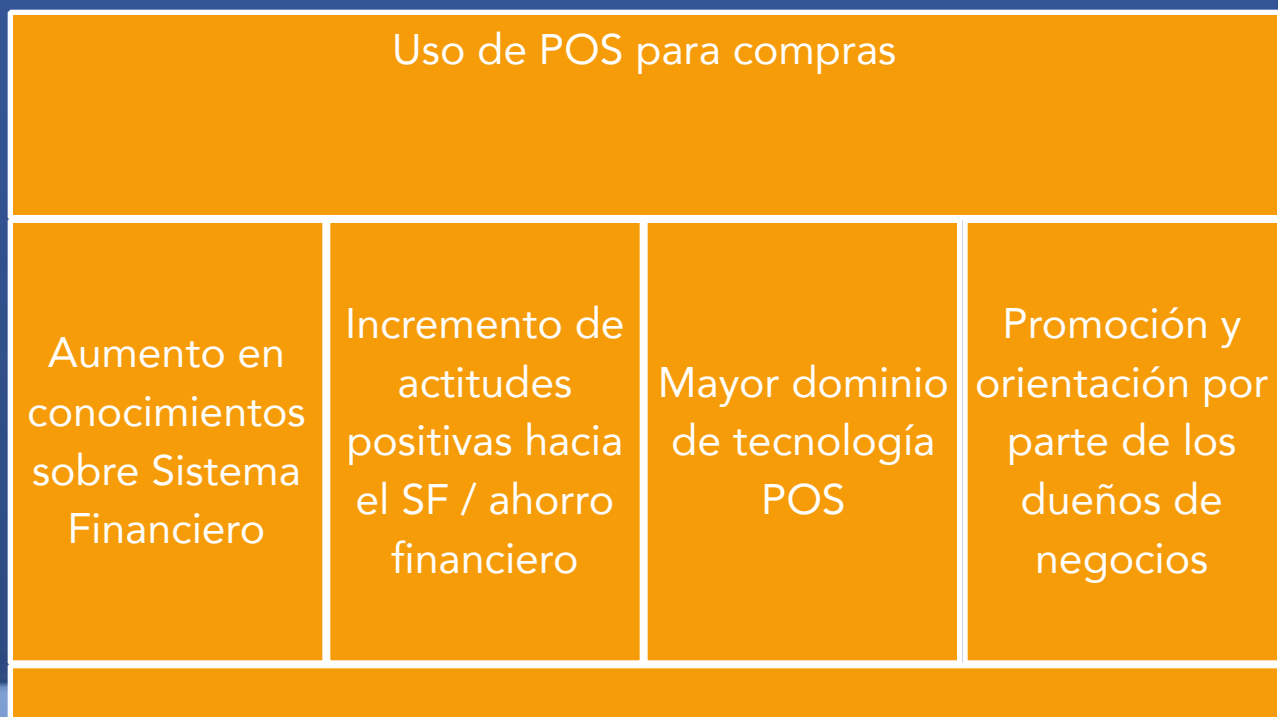
- Usuaris siempre retiran la totalidad del subsidio, principalmente por:

DESCONOCIMIENTO		<ul style="list-style-type: none">- No saben utilizar las tarjetas de débito.- No saben que tienen una cuenta de ahorro a su nombre.- No conocen los usos de la cuenta de ahorro.
COSTOS DE TRASACCION		<ul style="list-style-type: none">- Por traslados a agencia.
TEMOR		<ul style="list-style-type: none">- De perder el dinero.- De ser expulsado de JUNTOS.

Intervención – Segunda fase (en curso)

Objetivo:

Facilitar el uso de la tecnologías POS, a través capacitaciones en educación financiera complementaria, tanto a usuarias de JUNTOS como a tenderos.



Intervención- 2ª fase



USUARIAS DE JUNTOS

- ✓ Educación financiera* vía desarrollo de tres módulos:
 - Sistema financiero
 - Cuenta de ahorro
 - Presupuesto familiar

- ✓ Incentivos por compras realizadas
 - Sorteo de canasta de víveres

**Sesiones mensuales de dos horas*

**Con refuerzos sobre el uso del POS / Orientación para el uso del POS hacia el final de cada sesión*

COMERCIOS

- ✓ Educación financiera* mediante tres módulos
 - Incrementando los ingresos
 - Necesidades de usuarias de JUNTOS
 - Cuaderno de flujo de caja

- Señalización de comercios

- Programa de visitas semanales

- Incentivos por ventas realizadas a usuarias de JUNTOS
 - Refrigeradores y anaqueles para los tres comercios ganadores

Evaluación 2ª fase (en curso)



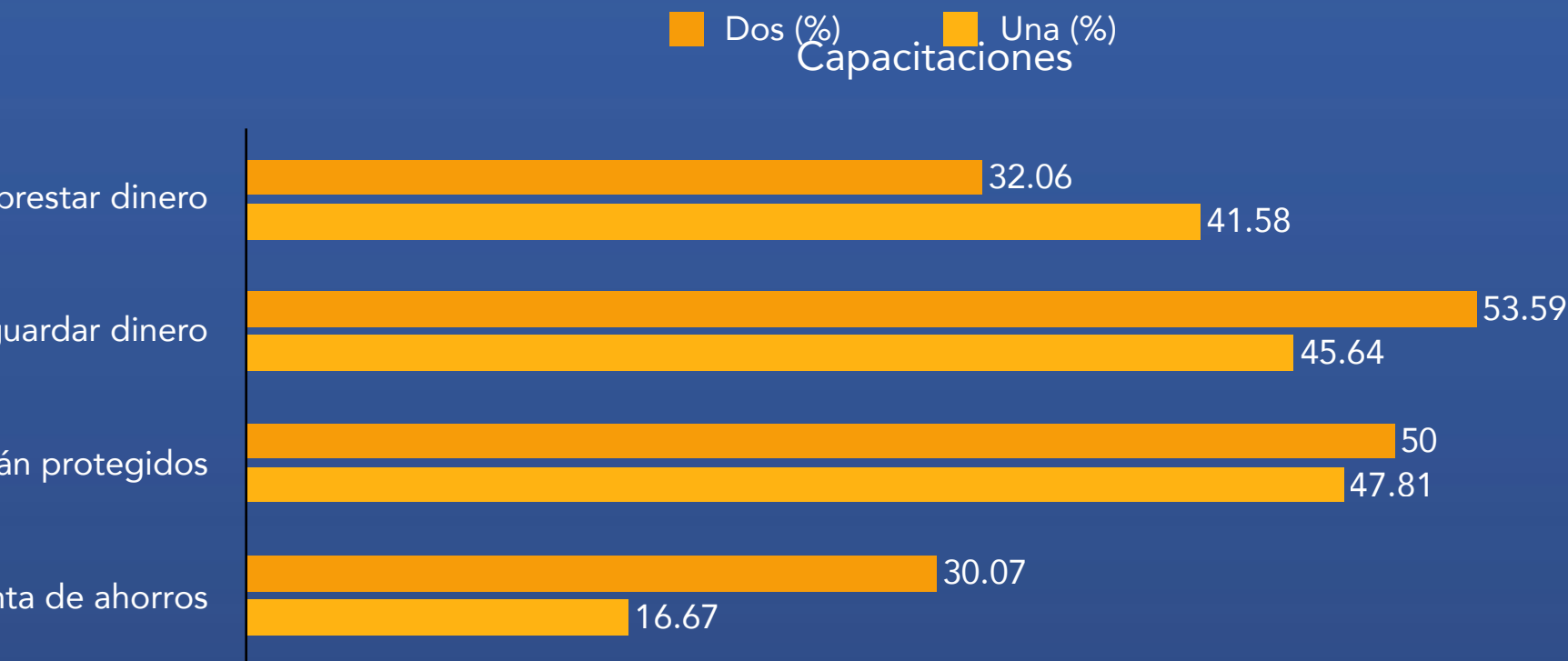
Encuesta a usuarias

- ✓ A todas las usuarias que asisten a capacitación
- ✓ Al inicio de la capacitación
- ✓ 3 mediciones
 - o 1ª al inicio de módulo 2
 - o 2ª al inicio de módulo 3
 - o 3ª en operativo de pago de noviembre 2014

Asistencia a capacitaciones

Distrito	Total de Usuarias	Capacitadas por Módulo		
		M1	M2	M3
San Juan De Jarpa	214	77	99	179
Chongos Alto	60	35	15	52
Yanacancha	157	172	200	202
San Jose De Quero	220	193	157	199
Total	651	477	471	632

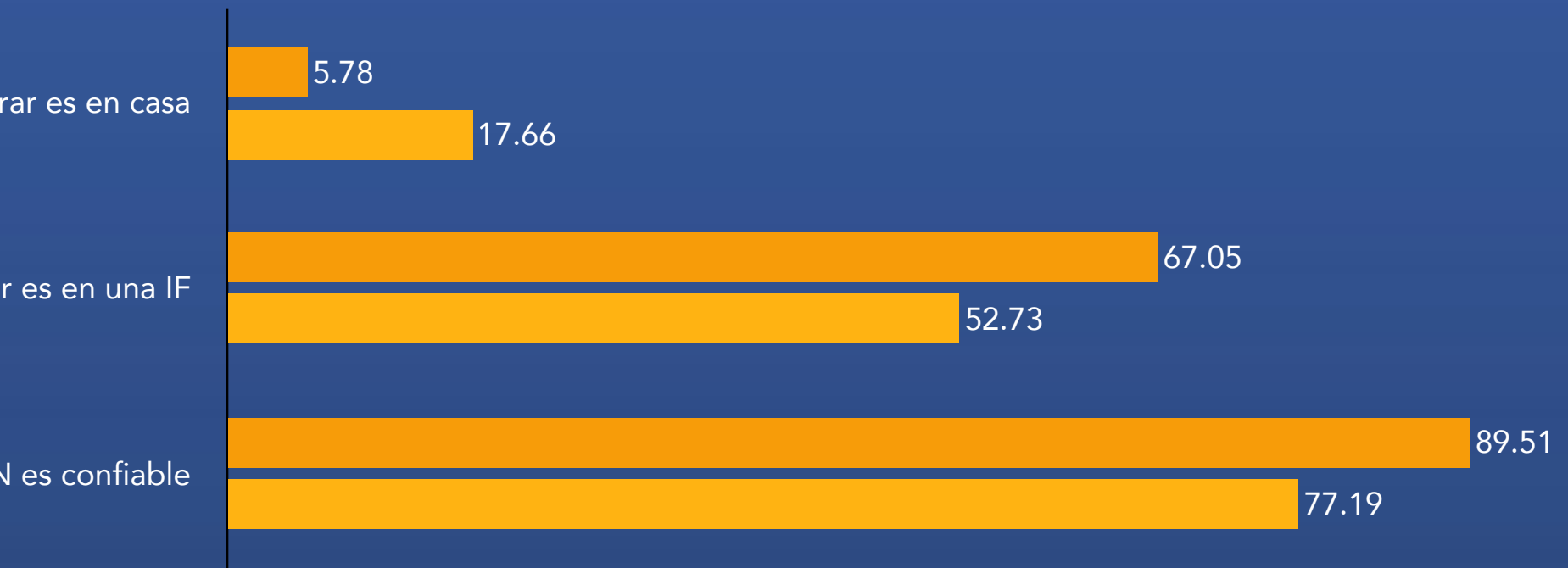
Resultados preliminares— Conocimientos Financieros



***No se retienen temas complejos (nombre de instituciones que supervisan el funcionamiento de IF, o de devolver el dinero a clientes en caso de quiebra).*

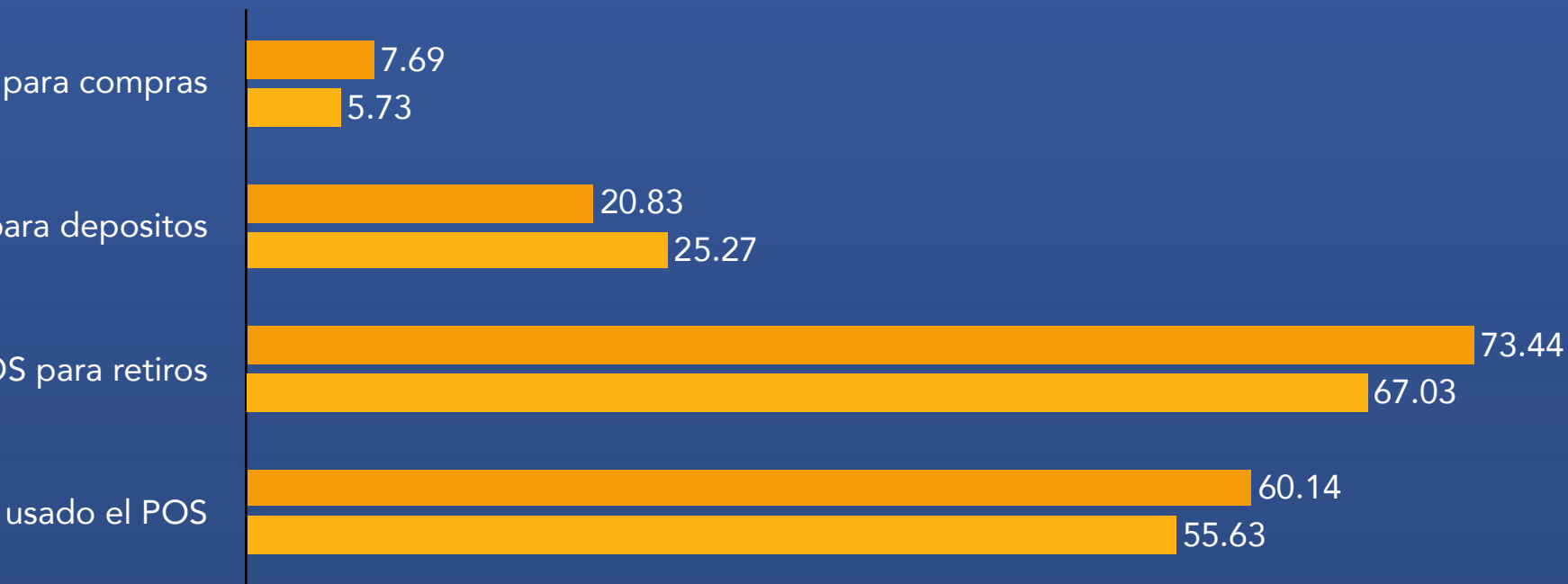
Resultados preliminares – Actitudes y Creencias hacia el Sistema Financiero

■ Dos (%) ■ Una (%)
 Capacitaciones

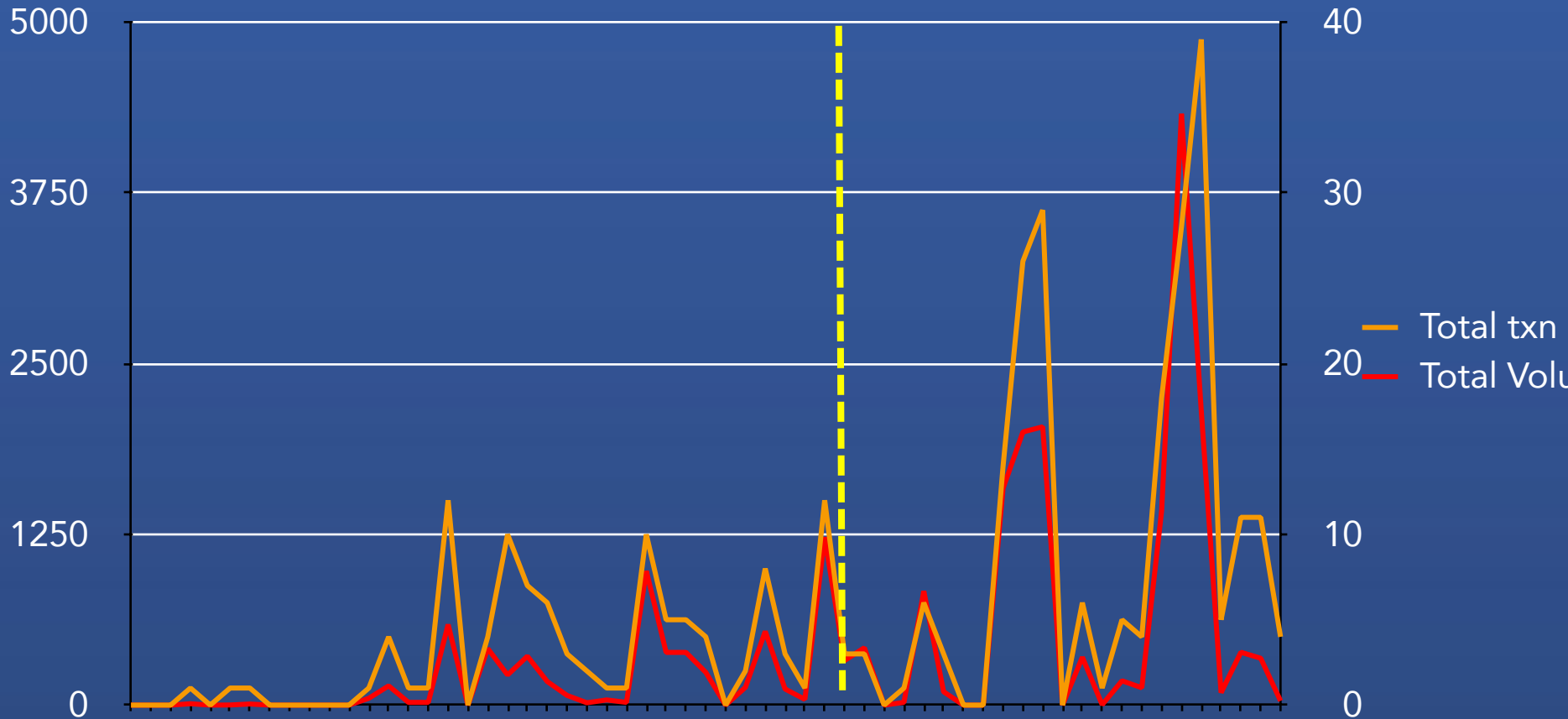


Resultados preliminares— Comportamientos Financieros

■ Dos (%) ■ Una (%)
 Capacitaciones



Resultados preliminares – Reporte de Transacciones



Lecciones aprendidas

- La sola instalación de una plataforma tecnológica, aunque esté acompañada de procesos **informativos**, no trae consigo su uso por parte de poblaciones vulnerables.
- A través de acciones complementarias de **educación financiera** se puede llegar a estos resultados (uso)
- Complejidad de uso de pagos electrónicos requiere de colaboración conjunta entre el gobierno, sector privado y la comunidad.

Lecciones aprendidas

Desde los Programas Sociales

- El apoyo de los Programas Sociales para los objetivos del proyecto, resulta fundamental.
- Se deben transmitir mensajes claros, alineados inter institucionalmente y a todo nivel, orientados a apoyar en el proceso de aprendizaje de las usuarias.

Lecciones aprendidas



Desde las Intervenciones en Inclusión Financiera

- El aprendizaje teórico práctico es necesario para romper las barreras relacionadas a la desconfianza y la falta de acceso a la tecnología, ya que permite entender mejor el proceso de uso de tarjetas.
- Deben diferenciarse procesos informativos de programas de educación financiera
- Usar una estrategia de incentivos para la utilización de terminales POS puede promover más rápidamente el cambio de hábito
- Para evitar la deserción de los tenderos es necesario comunicar claramente las ventajas (ventas) y desventajas (costos) de la plataforma y darles acompañamiento hasta que entiendan bien su funcionamiento.

Lecciones aprendidas



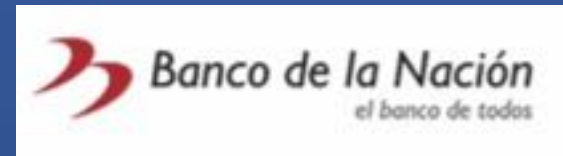
Desde el sector privado y el Estado

Infraestructura, conectividad y formalización: resulta crucial para la generación de condiciones para ofrecer servicios y productos financieros en zonas de alta vulnerabilidad social y de exclusión, pero con un enorme potencial para generar capacidades y cambios de comportamiento deseados.

Videos de Educación Financiera



- Hacia mediados del año 2013, VISA Int. realizó cinco videos de educación financiera, con la asistencia técnica del área de Comunicación Corporativa del Banco de la Nación (BN) y el Proyecto Capital.



Introducción

- Surge el interés de recoger las percepciones sobre el material producido, y evaluar su efectividad para la transmisión de conceptos financieros básicos.



Intervención

- 5 videos de aproximadamente minuto y medio cada uno
- Tratan los temas de:



- *Difundidos al interior de las agencias del BN a nivel nacional,*
- *En agencias de la sierra en quechua y castellano*
- *En el resto de las agencias sólo en castellano*
- *Emitidos uno cada 15 minutos durante horario de atención al público*

Evaluación



INSTRUMENTOS

1. Encuestas (cuotas por participante)
2. Grupos Focales

EJES TEMATICOS COMPARTIDOS

- Satisfacción
- Utilidad
- Comprensión
- Presencia de las Prácticas Financieras promovidas

PARTICIPANTES

- Clientes Pensionistas
- Clientes Ocasionales
- Usuaris de JUNTOS
- Usuarios de PENSIÓN 65

A nivel de seis agencias bancarias:

- 1 en Lima Metropolitana
- 1 en Lima Provincias
- 4 en Ancash y Cusco
(Provincias de Sierra Centro y Sierra Sur)

Metodología- Encuesta



Selección de muestra

(2 etapas)

$$n = 720$$

1. Criterios para selección de agencias

- Que realizan pagos del Programa JUNTOS y PENSION 65.
- Con un acumulado de clientes de JUNTOS y P65 por encima del percentil 25.
- Con un número de transacciones mayores al percentil 25 del promedio del volumen mensual de operaciones.
- Que se encontraran en distritos con porcentaje de población rural más cercano a la mediana nacional.
- Que no se encontraran en capitales de provincia.
- Que no se encontraran en zona de Selva o Ceja de Selva.

2. Criterios para la selección de usuarios

- Se encuestó dentro de cada agencia a los usuarios del Banco que hayan tenido la oportunidad de observar uno de los videos mientras esperaban su turno a ser atendidos.
- Se estableció una cuota fija de 60 encuestas para cada uno de los cuatro tipos de cliente, en cada agencia
 - *Menos en Lima, que no cuenta con usuarios de JUNTOS o P65*

Metodología- Grupos focales



$n = 12$

Selección de participantes

- Las personas encuestadas eran luego invitadas a participar de un grupo focal, programado el mismo día a pocas cuadras de la agencia bancaria.
- Se establecieron cuatro grupos focales diferenciados por tipo de cliente en cada agencia (Lima solo dos tipos de cliente).
- Se contó con aproximadamente 8 participantes por GF
- Se evaluaron los cinco videos en cada grupo focal.

Se aprovechó de recoger las sugerencias de mejora que los mismos participantes tuvieran respecto a los videos presentados.

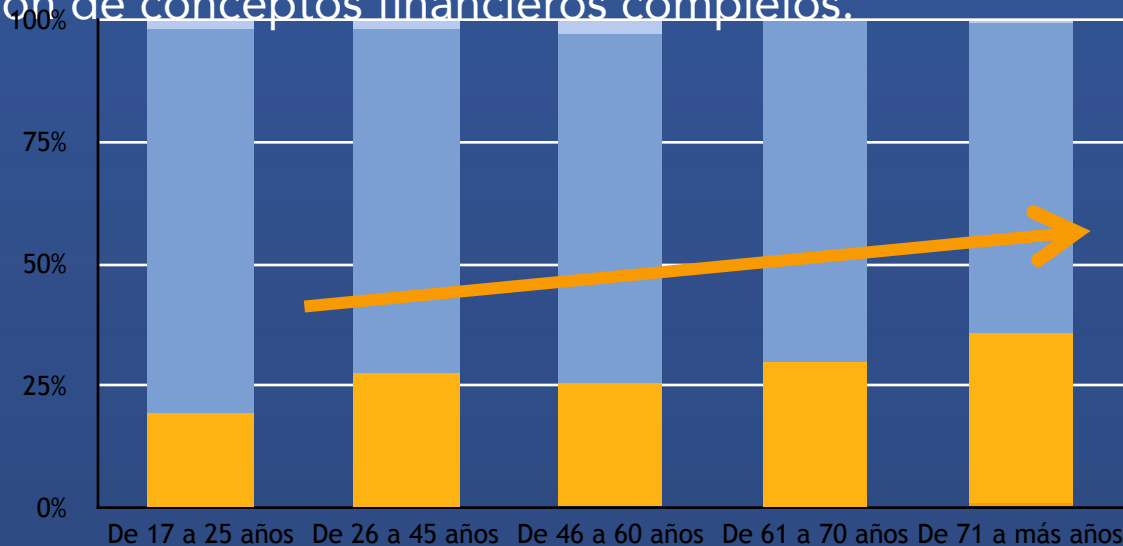
Resultados - Satisfacción



✓ Empleo de gráficos animados se percibe como un medio atractivo para la transmisión de conceptos financieros

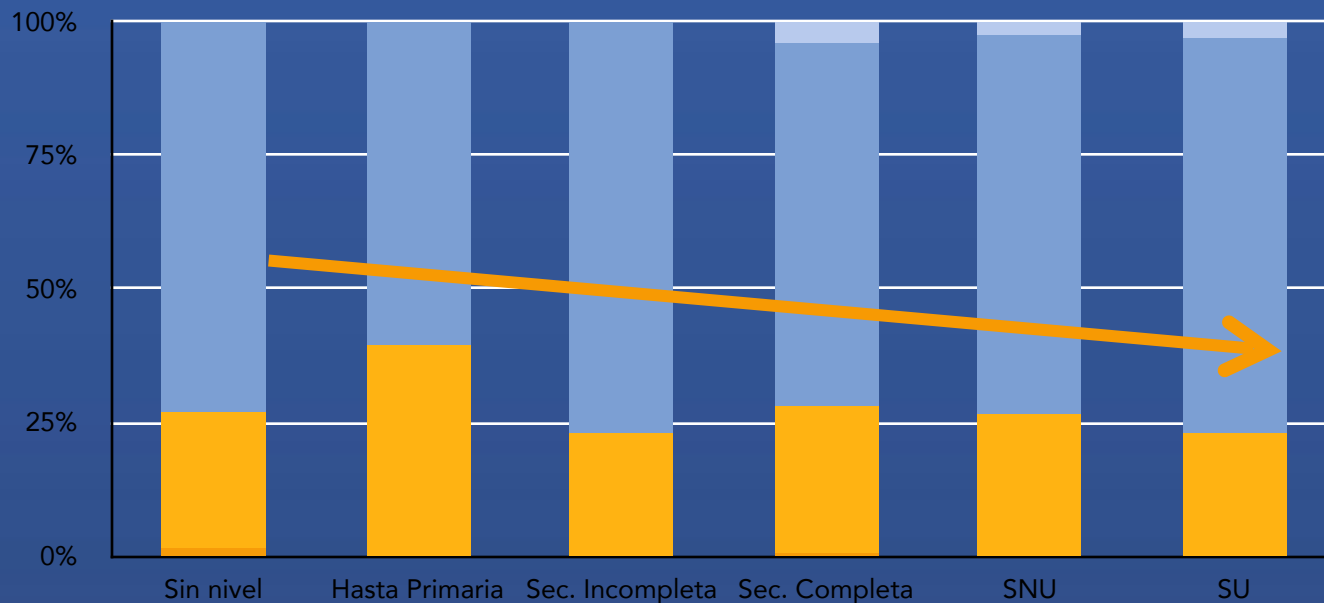
Sin embargo:

- ❑ Poblaciones más vulnerables (- educación, + edad, solo uso de quechua) conciben el uso de videos cortos como un medio insuficiente para la transmisión de conceptos financieros complejos.



Resultados - Satisfacción

Satisfacción con la velocidad de la información - N. Educativo



Sería un poquito más largo o más amplio para que puedan llegar a tener más conocimiento, a veces muchas personas bajan de las alturas y sería [para ellos] un poco más amplio.

Usuaría de JUNTOS, San Marcos

Resultados Utilidad



- ✓ Todos los temas presentados en los videos son **considerados de utilidad por los clientes.**

Yo creo que es bastante útil para nosotros, es instructivo, yo he tomado nota donde dice que el ahorro es importante, porque es importante ahorrar en un Banco y no como dicen poniendo dinero debajo de la cama, bajo el colchón. Sí es instructivo, claro, y nos enseña cómo manejar, cómo proteger la clave y todas esas cosas.

Cliente Pensionista, Puente Piedra

Sin embargo:

- ❑ Video vinculado a los beneficios del ahorro se considera muy **poco detallado** para la promoción del ahorro.

Ahí se termina eso [video] y se genera ese vacío de no saber cómo ahorrar en el Banco de la Nación. Eso es lo que no te dice. Te creo, pero no te dice más, queda en el vacío.

Cliente Ocasional, Puente Piedra

Resultados Comprensión

83.2 % Efectivamente comprendió mensaje central

16.8 % Tuvo dificultades para comprender (nivel educativo, edad avanzada)



Videos mas difíciles: Presupuesto / Ahorro Bancario

[Relación con complejidad de la información, en un medio muy didáctico y simplificado]

Resultados – Balance Final

- Videos cuentan con una valoración positiva, pues se los considera educativos, didácticos y entretenidos.
- Son efectivos al momento de transmitir conceptos básicos tales como el ahorro y el uso de la tarjeta.
- Si embargo, se los considera insuficientes al momento de transmitir información más compleja, vinculada a los beneficios del ahorro financiero o el proceso de apertura de cuentas.

→ Poca familiaridad del usuario con estas prácticas

Es bueno por lo que no conozco y nos trae estas novedades. A mí me parece como un nuevo estudio, para mí es muy bueno, porque captamos y llevamos para explicar a nuestra familia, y ser porta voces.

Usuario de PENSION 65, San Marcos.

Nos enseña la palabra “ahorrar” pero si quieren que uno ahorre verdaderamente en el Banco de la Nación, no ahorraría porque no me dicen cómo ni qué beneficios me brinda.

Cliente Ocasional, Puente Piedra.

Aprendizajes

- ✓ La duración de cada video debe ser pertinente a la complejidad de la información que se está presentando
- ✓ Siempre se debe ser explícito al momento de presentar **conceptos importantes** (i.e. enunciar siempre los elementos que se presentan en pantalla, como *tarjeta de débito, POS, voucher*, etc.), **sobre todo si el espectador no está familiarizado con ellos.**
- ✓ Es necesaria la adopción de **estrategias complementarias**: folletería, acompañamiento de un portavoz para dudas o uso de cajero, elaboración de más videos con énfasis adecuados.

Reflexión

- ✓ La implementación de plataformas tecnológicas para la inclusión financiera de población vulnerable, no logrará desarrollar su potencial de inclusión si no se acompaña de adecuadas acciones de educación financiera, pertinentes al público objetivo.

