

La Campaña de Respuesta de Voz Interactiva de OISL — Un Ensayo Aleatorizado Que Casi Duplicó el Uso de Banca Móvil Entre Prestatarios Ganeses de Baja Alfabetización

Digital Inclusion · Buena práctica · Ghana

Puntuación de calidad: 68/100

Solidez de la evidencia: Moderada

Resumen

Un ensayo aleatorizado dio a 5.000 clientes rurales de microfinanzas en Ghana diez llamadas de voz automatizadas semanales sobre banca móvil. Las transacciones mensuales casi se duplicaron y la morosidad en los pagos cayó un 8%, con un costo de 0,28 USD por cliente al mes, aunque las mismas llamadas no aumentaron el ahorro.

Dimensiones clave

Dimensión	Puntuación
Innovation level	2/5
Sustainability (ongoing)	0/1
Evaluation evidence	1/1
Demonstrated reach	1/1
Documented learning	1/1

Evaluable por C-NAPSE

Fuentes de datos

C-NAPSE web research — consultado el 2026-09-24

Opportunity International Savings and Loans (OISL), with Innovations for Poverty Action / J-PAL — consultado el 2026-09-24

Riley & Shonchoy (2025), Economic Development and Cultural Change — consultado el 2026-09-24

AEA Social Science Registry: pre-registered trial — consultado el 2026-09-24

Emma Riley: research page — consultado el 2026-09-24

Citar — Evidoria. La Campaña de Respuesta de Voz Interactiva de OISL — Un Ensayo Aleatorizado Que Casi Duplicó el Uso de Banca Móvil Entre Prestatarios Ganeses de Baja Alfabetización. ID persistente: 4eb8bd3c-e281-4ceb-9e89-3a3f92094924.