

Laboratorio de Ahorro para el Retiro



SMS para incrementar el ahorro voluntario para el retiro



PAÍS: COLOMBIA

FINANCIAMIENTO: FOMIN
y MetLife Foundation

POBLACIÓN OBJETIVO:
Personas de bajos ingresos

SESGO DE COMPORTAMIENTO:
Atención limitada, sesgo
hacia el presente y
preferencias sociales.

¿Qué problema motivó esta intervención?

Una gran parte de los trabajadores en Colombia no cotizan regularmente al sistema de pensiones, especialmente aquellos con ingresos volátiles o muy bajos. En respuesta a esta realidad, en 2015 el gobierno colombiano creó el programa de ahorro previsional voluntario Beneficios Económicos Periódicos (BEPS). Al iniciar la intervención, en agosto de 2017, BEPS contaba con 808.000 vinculados de los que 214.716 (26,6%) se encontraban activamente ahorrando. Además, solo el 19% de quienes ahorraban lo hacían constantemente: o habían ahorrado al menos COP 147.500 (aprox. USD 115 PPP) en 2017 o habían hecho más de seis aportes en este año, requerimientos para acceder a un seguro de vida subsidiado en 2018. Esta intervención estudia cómo formar el hábito de ahorrar a través de recordatorios vía SMS, y se lleva a cabo con apoyo de Colpensiones, en colaboración con el Banco interamericano de Desarrollo (BID) e Innovations for Poverty Action (IPA).

Existen múltiples razones que limitan el ahorro voluntario de largo plazo. Por un lado, muchas personas prefieren no ahorrar debido a incompatibilidades entre sus actividades productivas y el diseño del sistema pensional (aproximadamente un 50% de los trabajadores colombianos tiene ingresos menores a un salario mínimo, el valor mínimo por el que se puede cotizar en el sistema de pensiones). Por otro lado, se destacan los sesgos psicológicos, que varían desde el exceso de confianza en la capacidad de seguir trabajando en la vejez o de poder generar ingresos de otras maneras hasta la inacción frente a la incertidumbre que presenta el envejecimiento y la consecuente postergación de la decisión de ahorrar. Otro sesgo psicológico importante es la atención limitada, que hace que las personas tiendan a enfocarse en cuestiones más inmediatas.

Más sobre

Laboratorio de Ahorro para el Retiro

El Laboratorio de Ahorro para el Retiro es una iniciativa que busca fórmulas innovadoras para conseguir que la población de América Latina y el Caribe ahorre para su vejez. Para ello, experimenta con intervenciones basadas en la economía del comportamiento y el uso de nuevas tecnologías.

Laboratorio de Ahorro para el Retiro



Recordatorios para que los ahorradores mantengan el foco

Los recordatorios a través de SMS o correo electrónico pueden minimizar el rol de los sesgos psicológicos, especialmente la atención limitada. Existe evidencia de que los recordatorios pueden ayudar a los ahorradores a mantener el foco en el ahorro para el retiro. Sin embargo, todavía no hay certeza sobre la persistencia de los efectos de los recordatorios para ayudar a incrementar el ahorro de largo plazo.

Con la doble finalidad de motivar a los vinculados que no venían ahorrando (inactivos) para que comenzaran a ahorrar y a quienes sí venían ahorrando (activos) a ahorrar más, se planteó una estrategia de recordatorios vía SMS con componentes comportamentales para incentivar el ahorro. Aproximadamente 120.000 vinculados a BEPS fueron asignados a recibir dos SMS al mes por un período de cuatro meses, 60.000 durante ocho meses y 60.000 durante doce meses. El comportamiento de quienes reciben los mensajes se compara con 150.000 otros vinculados comparables que no reciben mensajes durante la intervención. Cada cuatro meses se identifica cuál ha sido la estrategia más exitosa y se plantean nuevas estrategias para los participantes que continúan recibiendo mensajes. Ya que los participantes son seleccionados aleatoriamente para dejar de recibir los SMS en cada corte, se puede evaluar la formación de hábitos de ahorro.

Los SMS de las campañas se diseñan con la intención de contrarrestar los sesgos psicológicos que pueden limitar el ahorro de largo plazo. En particular, los mensajes buscan disminuir la influencia del sesgo de atención, el sesgo hacia el presente, la inacción frente a una vejez incierta, la creencia de que nadie de bajos ingresos ahorra para la vejez y la aversión a la pérdida. Para medir el impacto de las campañas se utilizan datos administrativos de ahorro a nivel individual de Colpensiones, utilizando como indicadores la probabilidad de realizar un depósito, el número de transacciones y el monto ahorrado.

Una gran parte de los trabajadores en Colombia no cotizan regularmente al sistema de pensiones, especialmente aquellos con ingresos volátiles o muy bajos

