

Consejos para el retiro

Ahorro voluntario: el reto de los sistemas de pensiones

Las personas están más dispuestas a **ahorrar** en el futuro, dado que prefieren obtener “la ganancia” inmediata que supone el no-ahorro en el presente.

Amafore • ESPECIAL PARA EL ECONOMISTA

SEGUNDA PARTE

● Ciertamente, las personas en general están dispuestas a **ahorrar** más de lo que efectivamente lo hacen. En muchas ocasiones, la razón tiene que ver con sesgos del comportamiento que inducen a que la elección más común, aunque no la más preferida, sea no **ahorrar**.

Uno de posibles sesgos que hemos visto es la desidia, la inercia o la propensión a dejar todo para después, lo cual hace que quizás no **ahorremos**. Otro ejemplo, es la sensación de pérdida al **ahorrar**, es decir, la mala comprensión del **ahorro** como pérdida de dinero o de capacidad de consumo. Este tipo de sesgos se han tratado de aminorar implementando esquemas de afiliación automática con opción de salida, acompañados con esquemas de aportaciones aparejadas por parte del Estado o el empleador. Sin embargo, no son los únicos sesgos de comportamiento.

Uno más es la dificultad para pensar en el largo plazo. En general, el tiempo es un factor importante para explicar la propensión a **ahorrar** para el retiro. Las generaciones más jóvenes suelen no pensar en la vejez y el retiro, porque se entienden como etapas muy lejanas y poco deseadas. La encuesta **Ahorro Futuro 2014**, realizada por Amafore, reveló que las generaciones de mayor edad tienden a estar mejor preparadas para el retiro; por ejemplo, 80% de las personas que tiene entre 18 y 24 años prefiere dejar para después los temas del retiro, mientras que ese porcentaje se reduce a 66% en el grupo de personas entre 45 y 54 años.

Otro de los sesgos más importantes que evitan una oportuna preparación para el retiro es el exceso de optimismo. Por ejemplo, la encuesta **Ahorro Futuro 2014**, realizada por Amafore, concluyó que 62% de las personas considera que “aunque no se planee el futuro, Dios siempre proveerá”. Otro dato que ilustra muy bien este sesgo lo registró la encuesta **Ahorro Futuro 2011**. En

ella, resalta que 89% de la población universitaria cree que tendrán un retiro tranquilo y económicamente seguro; no obstante, sólo 1% **ahorra** para esa etapa de la vida.

Finalmente, existe el sesgo conocido como el descuento hiperbólico; esto es, las personas tienden a favorecer los beneficios inmediatos sobre los futuros. Por ejemplo, para la mayoría de personas, es mejor recibir una manzana hoy, que dos la próxima semana. En el contexto de **ahorro** para el retiro, esto significa que las personas están más dispuestas a **ahorrar** en el futuro, dado que prefieren obtener la “ganancia” inmediata que supone el no-**ahorro** en el presente. Por tanto, en términos generales, hay más probabilidad de que una persona no **ahorre** hoy, pero sí se comprometa a **ahorrar** dentro de un año.

Se han empleado diversas estrategias para tratar de disminuir los efectos de estos sesgos en los hábitos de **ahorro** para el retiro. Por ejemplo, en relación a la dificultad para pensar o planear para el largo plazo, la estrategia más utilizada es tratar de traer a el futuro a las personas, estimulando la imaginación. Existen aplicaciones móviles que envejecen el rostro, para que las personas sean capaces de pensarse adultas mayores, con la intención de que detonen su preparación financiera para el retiro. En México, se realizó un estudio experimental, que concluyó un aumento de 13% en el número de personas que realizan **ahorro** voluntario y de 54% en el monto total ahorrado de forma voluntaria, tras el uso de un filtro que envejece el rostro.

En el caso del excesivo optimismo, que afecta especialmente a las personas más jóvenes, se ha intentado mostrar de alguna forma la insuficiencia de los buenos deseos o intenciones, de manera que resulte necesario empezar a planear realizando acciones específicas de **ahorro**. En general, para atacar esto, la idea siempre ha estado relacionada con estrategias de comunicación



Fecha 19.06.2019	Sección Valores y Dinero	Página 15
----------------------------	------------------------------------	---------------------

que ilustren la consecuencias negativas de no prepararse oportunamente para el retiro. Algunas compañías, por ejemplo, ha desplegado campañas pensadas casi exclusivamente para tratar de aminorar este sesgo.

Por su parte, el descuento hiperbólico se ha tratado con estrategias que vinculen las decisiones presentes con decisiones futuras (las cuales suelen ser más racionales). El programa Save More Tomorrow, que, en el 2006, se consagró como parte de la Pension Protection Act, en Estados Unidos, el cual fomenta que las empresas adopten los principios básicos que buscan que las personas se comprometan a [ahorrar](#) más en el futuro, con una fecha específica, lo que ge-

nera, entre otras cosas, la sensación de ganancia o no-pérdida en el presente.

Estas estrategias, en la mayoría de las ocasiones, están diseñadas para atacar varios sesgos al mismo tiempo. La intención de la economía del comportamiento es, como se ha mencionado, moldear la arquitectura del proceso de toma de decisiones, a fin de ayudarles a las personas a preparar mejor su retiro. Debido a lo anterior, invitamos a los mexicanos a que se preparen y [ahorren](#) para su futuro.

Para obtener mayor información sobre el sistema de pensiones visite la página de Internet: www.amafore.org