Información e Interacción Social en las Decisiones de Ahorro en Estados Unidos

Investigadores/as:

Esther Duflo

Emmanuel Saez

Sector(s): Finanzas, Protección Social

Ubicación: United States

Muestra: Empleados de la universidad 4,168 tratados y 2,043 control

Grupo objetivo: Adults

Resultado de interés: Take-up of program/social service/healthy behavior

Tipo de intervención: Information Social networks

Número de registro del AEA RCT Registry: AEARCTR-0001700

Las redes sociales y la utilidad de la información son asociadas al incremento de ahorros voluntarios para la jubilación en Estados Unidos.

Problema de política pública

La pobreza de los adultos mayores en los Estados Unidos, disminuyó drásticamente durante el siglo veinte; desde 1960 a 1995, la tasa de pobreza de las personas con 65 años o más, cayó de 35% a 10%. El Sistema de Seguridad Social, a menudo es reconocido como una causa importante de esta baja. Sin embargo, para la mayoría de las familias en Estados Unidos, las pensiones de los empleadores y no la Seguridad Social, son la principal fuente de ingresos durante la jubilación. Además, muchos de estos planes de pensiones privadas dependen de la afiliación voluntaria de los empleados. La elección individual de cuánto y cuándo ahorrar, puede proveer flexibilidad y autonomía, pero los bajos niveles de ahorro pueden generar crisis en los hogares de los adultos mayoresy provocar daños al sistema económico del cual forman parte.

Contexto de la evaluación

Durante los últimos 25 años, la afiliación obligatoria de los empleados a pensiones tradicionales, ha sido parcialmente reemplazada por los planes de retiro Tax Deferred Account (TDA) – Cuenta de Impuesto Diferido – como los 401(k). Al afilarse a estos planes, los empleados escogen si participan y cuánto ahorran. Como resultado, la mayoría de los empleados de los Estados Unidos ahora, deciden cuánto ahorrar para su jubilación, en vez de ser participantes pasivos de un plan de pensiones, proveído por los empleados. Este sistema hace que sea importante, que los individuos comprendan cómo se toman las decisiones sobre los ahorros para la jubilación. Decidir cómo ahorrar para la jubilación, requiere de cálculos complicados y conocimiento sobre opciones financieras, para alcanzar resultados óptimos. De este modo, la información sobre estos cálculos y reglas, al igual que las decisiones de los otros, debieran tener un gran impacto sobre la conducta de ahorro. Si bien 71% de las compañías en Fortune 500 sistemáticamente mantienen sesiones de información, las reuniones tienden a contar con bajos niveles de asistencia.



The university set up a benefits fair to disseminate information about retirement plans. Photo: rkl_foto | Shutterstock.com

Detalles de la intervención

Esta evaluación estudia la influencia de la información y las redes sociales, en las decisiones de afiliación en los planes de retiro voluntario del tipo TDA de los empleados de una universidad. En un esfuerzo para aumentar la afiliación TDA, esta universidad organizó una feria de beneficios, en dónde se impartía información sobre los diferentes planes de beneficios ofrecidos por la universidad.

Los investigadores de J-PAL, ofrecieron una recompensa de $20 por asistir a un grupo de empleados elegidos aleatoriamente, de departamentos de la universidad también seleccionados aleatoriamente. Dos grupos de empleados se estudiaron en el experimento: 2.039 empleados que recibieron una carta prometiendo la recompensa monetaria por asistir a la feria y empleados en el mismo departamento que aquellos que recibieron la carta. El estudio analizó los efectos de la recompensa en la asistencia a la feria y en la afiliación al TDA por los empleados que recibieron la carta. También se observaron los efectos de las redes sociales en la asistencia a la feria y en la afiliación al TDA de los que no recibieron la carta, pero están en el mismo departamento que aquellos que recibieron la carta.

Resultados y lecciones de la política pública

Los pequeños incentivos motivaron exitosamente a los empleados del grupo de tratamiento y a sus pares que no recibieron el tratamiento, a asistir a la feria de beneficios. Veintiún por ciento de las personas que formaron parte del experimento, por medio del grupo de tratados, directa o indirectamente (a través de las redes sociales de los tratados), asistieron a la feria. En el grupo control, sólo 5% asistieron a la feria. Las personas en los departamentos tratados, también fueron más proclives a afiliarse en los

TDA después de la feria. El programa aumentó la participación después de un año, con 5% de los 4.000 empleados no afiliados en los departamentos tratados, comparados con el 4% de los departamentos control.

El efecto directo no es mayor que el efecto indirecto. En los departamentos tratados, aquellos que recibieron la carta fueron igual de proclives a afiliarse al TDA, como los que no recibieron la carta. Esto sugiere que la decisión de un individuo de participar en los TDA, es afectada por pequeños cambios en el ambiente y no sólo por el contenido de la información de la feria. Sin embargo, estos efectos siguen siendo muy pequeños, comparados con los cambios en la afiliación, los cuales pueden ser afectados por las reglas de afiliación automática.

[1], National Bureau of Economic Research (NBER), “Social Security and Elderly Poverty,” http://www.nber.org/aginghealth/summer04/w10466.html, .

Duflo, Esther, and Emmanuel Saez. 2003. "The Role of Information and Social Interactions in Retirement Plan Decisions: Evidence from a Randomized Experiment." The Quarterly Journal of Economics 118(3): 815-42.

1. National Bureau of Economic Research (NBER), "Social Security and Elderly Poverty," http://www.nber.org/aginghealth/summer04/w10466.html.