

Sensibilidad de la Demanda con Consumidores Desinformados:

El caso Chileno

Solange Berstein

División Estudios

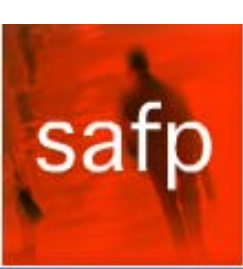
Superintendencia de AFP

Noviembre, 2003

Diagnóstico

Políticas

Desafíos



Situación Actual

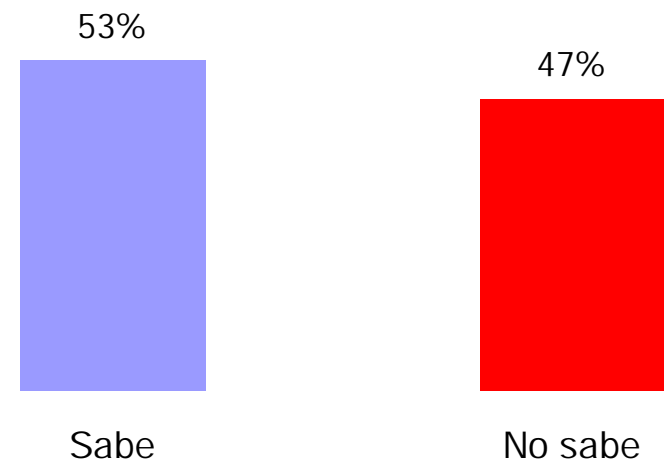
Sistema de capitalización individual con administradoras privadas que compiten requiere de consumidores activos respecto al tema previsional



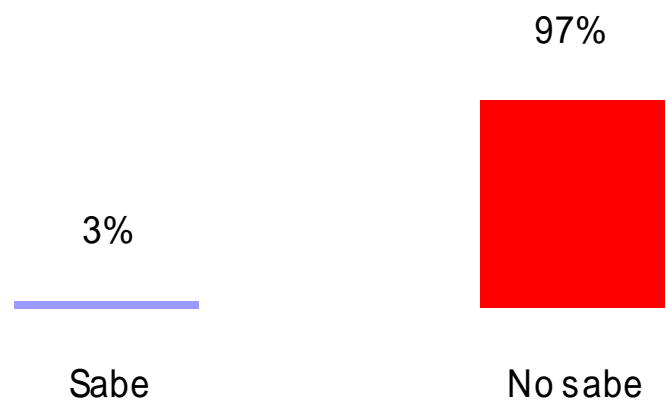
La cantidad de información que los afiliados manejan es muy baja, al igual que el “involucramiento” con su vida previsional!!!



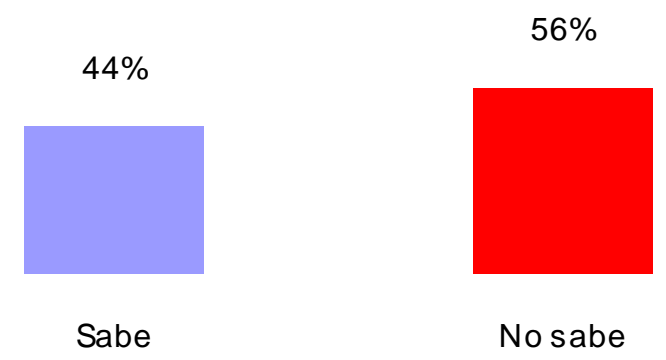
La mitad de los cotizantes no saben bien cuanto aportan mensualmente:



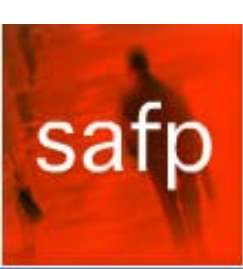
Prácticamente nadie sabe bien cuanto le paga a su AFP:



Menos de la mitad sabe cuanto tiene acumulado en su fondo:



Fuente: Encuesta de previsión social 2002



Las mujeres, los jóvenes, los de menor educación y menor ingreso, parecen tener menor nivel de conocimiento

Resultados Probit (efectos marginales en la media):

	¿Conoce cotización?	¿Conoce comisión?	¿Conoce saldo?
Género	-12%	-1,5%	-10%
Edad	0%	0,5%	2,5%
Educación*	25%	20%	16,5%
Ingreso**	3%	4%	3%
% Si	53%	3%	44%

* Definido como 4 niveles: de 1 (ninguna a básica) a 4 (universitaria)

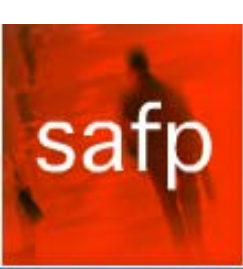
** Definido como desviaciones de la media de US\$336,7

Fuente: Encuesta de previsión social 2002

Diagnóstico

Políticas

Desafíos

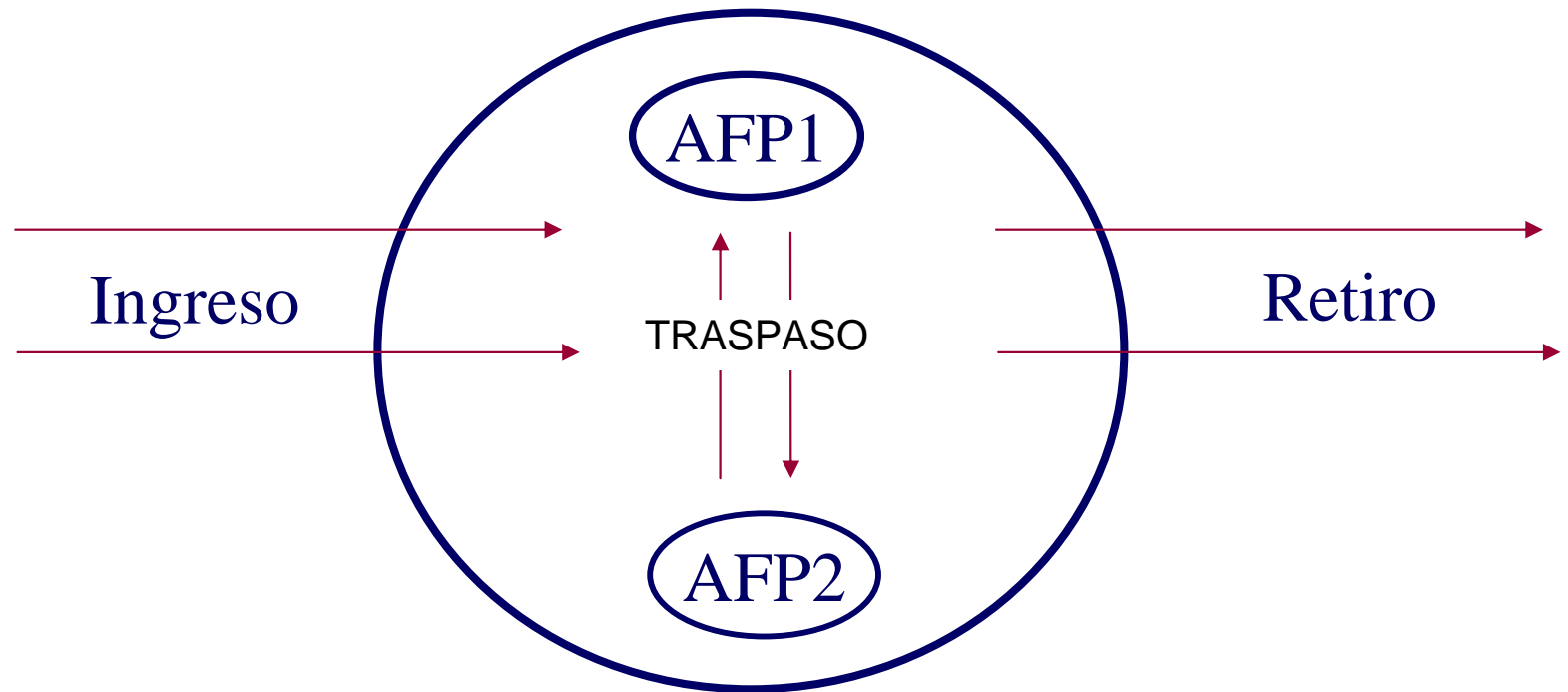


Otras variables relacionadas pero poco robustas:

- Respecto al Sector económico el sector agrícola tendría un menor conocimiento
- En cuanto a estado civil, los casados parecen estar más informados
- Aquellos que declaran no haber firmado contrato están menos informados



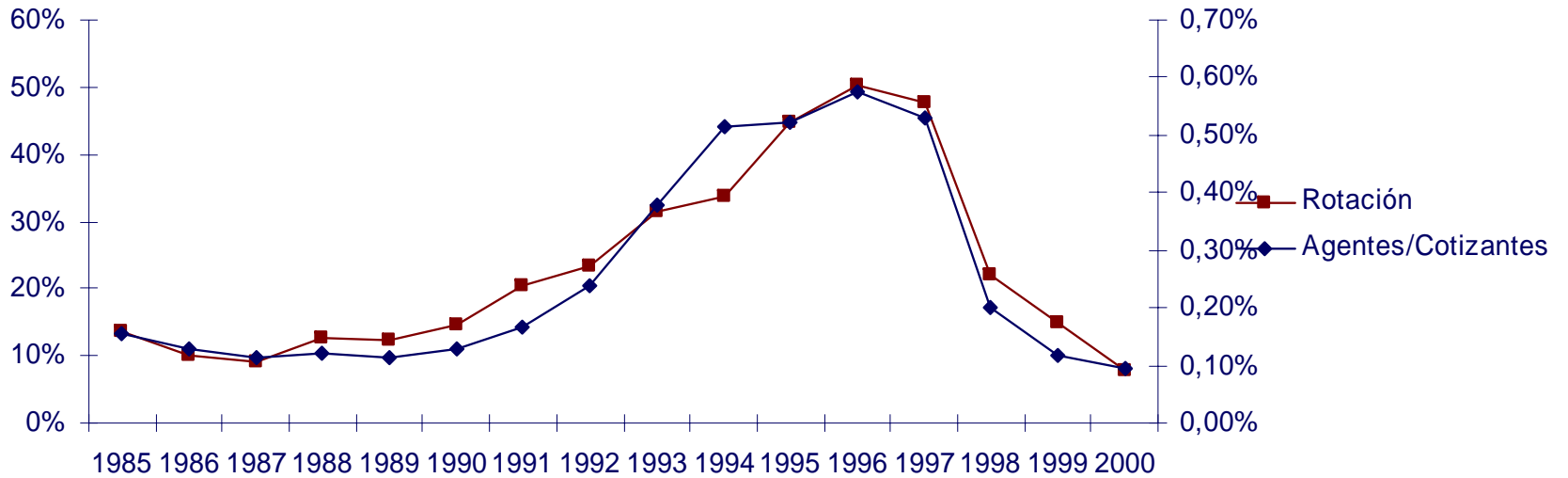
Como se ha dado la competencia en este mercado de consumidores desinformados....





Se ha observado un nivel de rotación excesivamente alto...

Traspasos y agentes de ventas



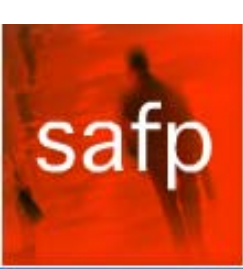
Modelo Teórico Berstein y Micco (2002)

$$\text{Rotación} = \text{Proporción de Cotizantes Optimo Cambiarse} \left\{ \begin{array}{l} \text{Porcentaje Informado} + \text{Porcentaje Visitado Optimo} + \text{Porcentaje Visitado En Exceso} \end{array} \right\} + \text{Cotizantes Se Cambian Por Regalo}$$

Diagnóstico

Políticas

Desafíos



Traspasos Brutos muy elevados con un bajo nivel de traspasos netos.

AFP	1997		1998		1999		2000		2001	
	cedido	captado	cedido	captado	cedido	captado	cedido	captado	cedido	captado
Aporta	0,5%	0,5%	0,8%	0,8%	1,3%	1,5%	2,2%	2,4%	0,3%	0,1%
Bansander (1)	4,5%	4,9%	3,7%	2,9%						
Cuprum	11,2%	13,1%	15,8%	14,9%	17,8%	17,5%	14,4%	15,1%	13,0%	12,1%
Fomenta (2)	0,3%	0,3%	0,2%	0,4%						
Habitat	17,3%	18,3%	16,0%	20,7%	17,5%	16,5%	15,9%	13,9%	13,7%	15,1%
Magister	1,6%	1,6%	2,2%	1,6%	2,3%	3,2%	4,4%	6,7%	7,5%	3,6%
Planvital	4,7%	3,3%	3,9%	2,2%	3,3%	4,1%	6,5%	7,4%	7,9%	8,9%
Protección	7,0%	7,6%	10,4%	9,2%						
Provida	23,2%	24,8%	20,1%	23,1%	31,4%	29,2%	28,1%	26,4%	27,6%	28,3%
Qualitas	2,0%	1,2%	0,9%	0,8%						
Santa María	14,6%	11,3%	12,3%	12,8%	13,1%	12,9%	15,5%	15,3%	16,6%	18,2%
Summa	8,3%	9,4%	11,9%	10,1%	13,2%	15,1%	13,0%	12,7%	13,4%	13,8%
Unión	4,8%	3,6%	1,8%	0,6%						
Traspasos Efectivos	1.574.189		695.984		489.360		255.627		235.239	

Fuente: Superintendencia de AFP

(1): se fusiona con summa

(2): se fusiona con Aporta

Diagnóstico

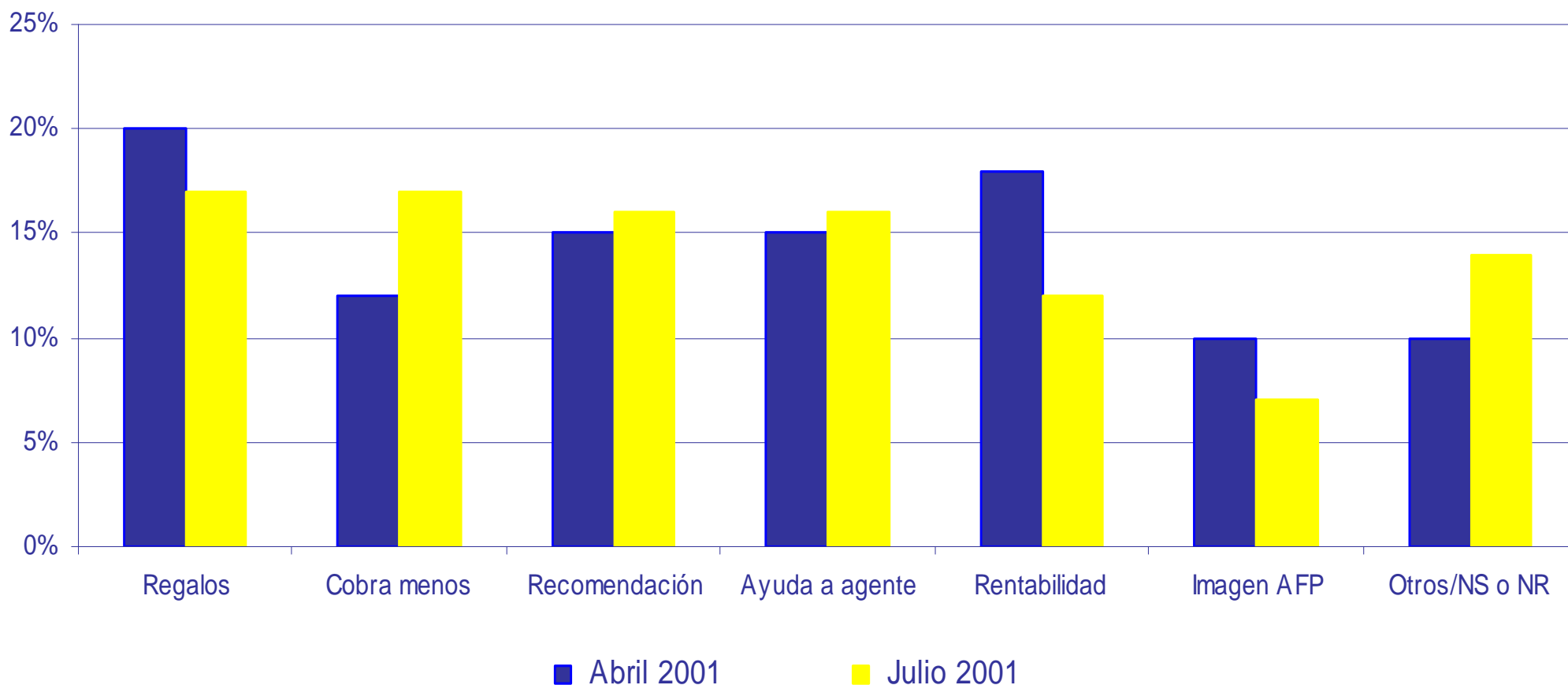
Políticas

Desafíos



Aun en el año 2001 el principal motivo para haberse cambiado de AFP eran los regalos:

MOTIVOS QUE MUEVEN A LOS AFILIADOS A CAMBIARSE DE AFP

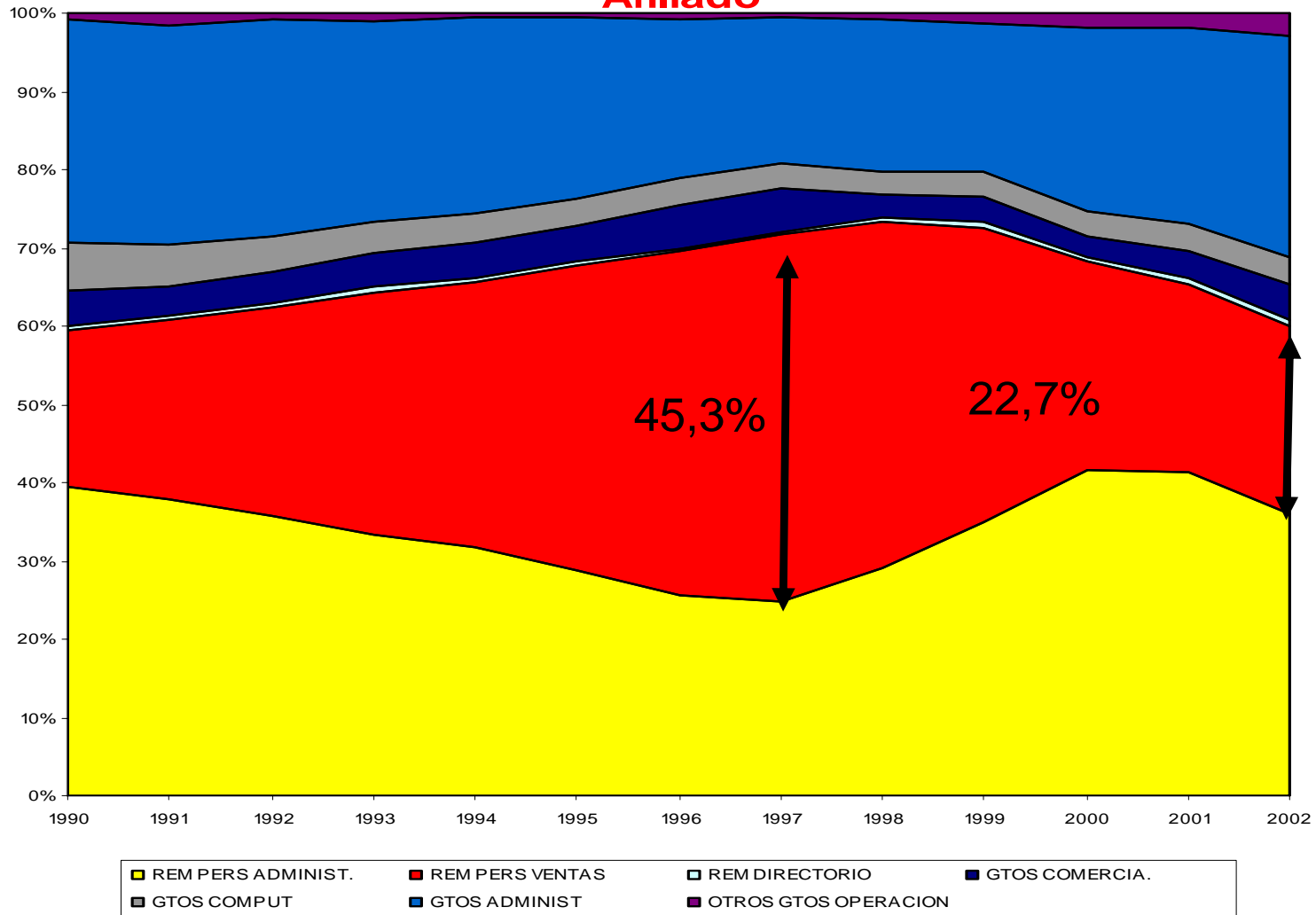


ENCUESTAS: BARÓMETRO CERC, ABRIL Y JULIO 2001:



Los gastos asociados a los traspasos fueron muy significativos

Evolución de los (G. Operacionales- PSIS) por Afiliado



Diagnóstico

Políticas

Desafíos



Los Traspasos en la industria de AFP se caracterizan por:

- Han sido superiores al óptimo social, incrementando los costos administrativos
- La decisión de traspaso esta influenciada por variables como la rentabilidad, el precio y el servicio en el sentido correcto.
- No obstante, los regalos o incentivos no previsionales provocan que aun consumidores racionales puedan cambiar su elección hacia una AFP de menor rentabilidad o mayor costo
- Los agentes de venta, a través de los premios reducen la sensibilidad de los consumidores a las variables precio y rentabilidad



Políticas Implementadas

Son varios los frentes en que se ha estado avanzando, los que han aumentado la cercanía de los cotizantes al sistema de pensiones:

- Mayor y mejor información
 - Internet, cartola, boletines, oficina de atención al público.
- Multifondos
- Ahorro Previsional Voluntario



Se han implementado medidas para mejorar la información al afiliado.....

Información sobre costo previsional

Costo previsional mensual para cotizantes dependientes y diferencia anual de costo entre Administradoras Octubre 2003

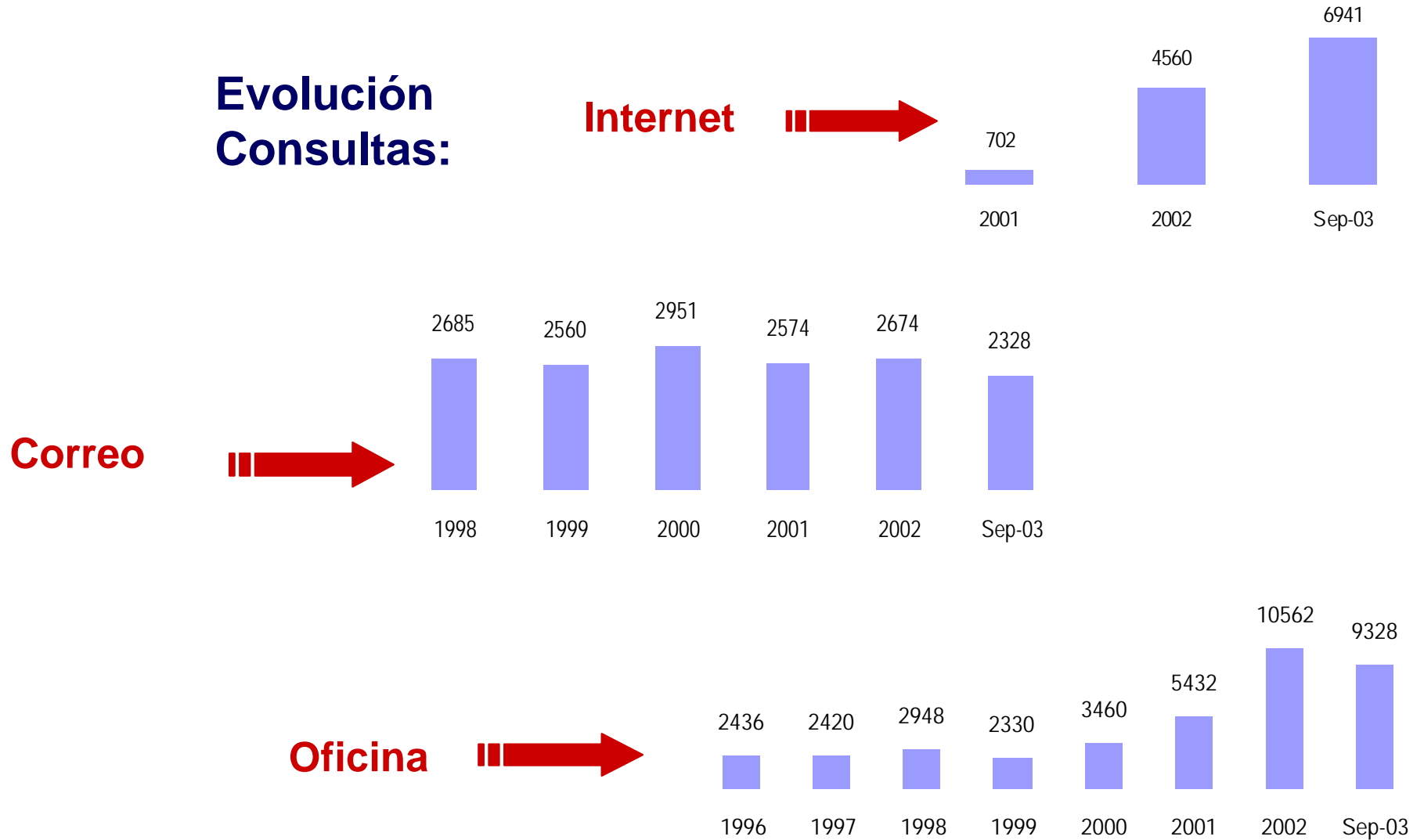
AFP	INGRESO IMPONIBLE									
	\$ 115.648		\$ 169.803		\$ 254.704		\$ 509.408		\$ 1.018.815	
	Costo Mensual	Diferencia Anual (*)	Costo Mensual	Diferencia Anual (*)	Costo Mensual	Diferencia Anual (*)	Costo Mensual	Diferencia Anual (*)	Costo Mensual	Diferencia Anual (*)
CUPRUM	\$ 2.880	\$ 0	\$ 4.228	\$ 204	\$ 6.342	\$ 2.748	\$ 12.684	\$ 14.964	\$ 25.368	\$ 39.420
HABITAT	\$ 3.207	\$ 3.924	\$ 4.339	\$ 1.536	\$ 6.113	\$ 0	\$ 11.437	\$ 0	\$ 22.083	\$ 0
MAGISTER	\$ 3.639	\$ 9.108	\$ 5.020	\$ 9.708	\$ 7.185	\$ 12.864	\$ 13.680	\$ 26.916	\$ 26.670	\$ 55.044
PLANVITAL	\$ 3.949	\$ 12.828	\$ 5.330	\$ 13.428	\$ 7.495	\$ 16.584	\$ 13.990	\$ 30.636	\$ 26.980	\$ 58.764
PROVIDA	\$ 2.992	\$ 1.344	\$ 4.211	\$ 0	\$ 6.121	\$ 96	\$ 11.852	\$ 4.980	\$ 23.313	\$ 14.760
SANTA MARÍA	\$ 3.343	\$ 5.556	\$ 4.583	\$ 4.464	\$ 6.528	\$ 4.980	\$ 12.360	\$ 11.076	\$ 24.026	\$ 23.316
SUMMA BANSANDER	\$ 3.385	\$ 6.060	\$ 4.646	\$ 5.220	\$ 6.625	\$ 6.144	\$ 12.559	\$ 13.464	\$ 24.428	\$ 28.140

(*) Corresponde a la diferencia de costo previsional entre la A.F.P. con costo más bajo, para cada nivel de remuneración imponible, y la respectiva Administradora multiplicado por doce.



Se han fortalecido los canales de atención.

Evolución Consultas:



Diagnóstico

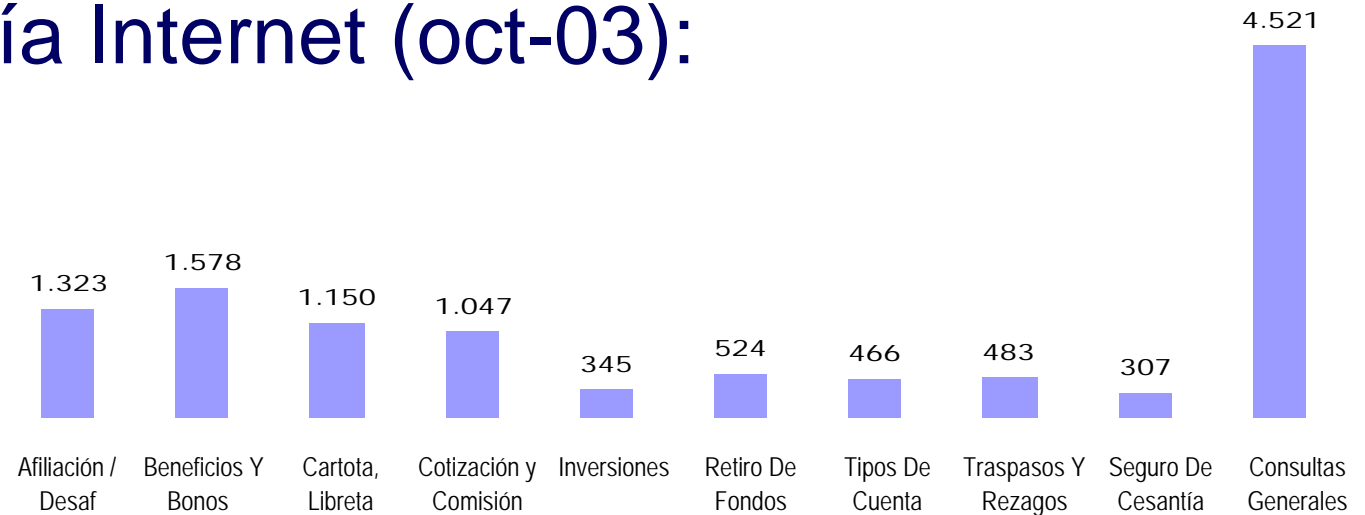
Políticas

Desafíos

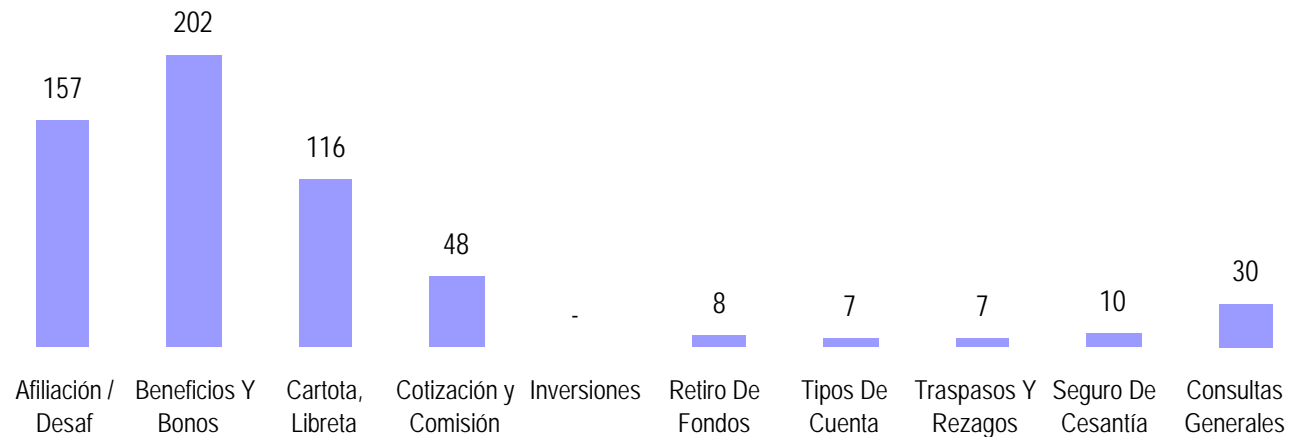


¿Qué información solicitan los cotizantes?

Vía Internet (oct-03):



Vía oficina a público (oct-03):



Diagnóstico

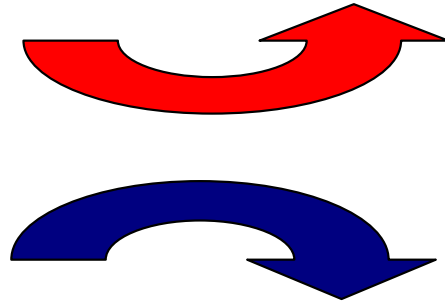
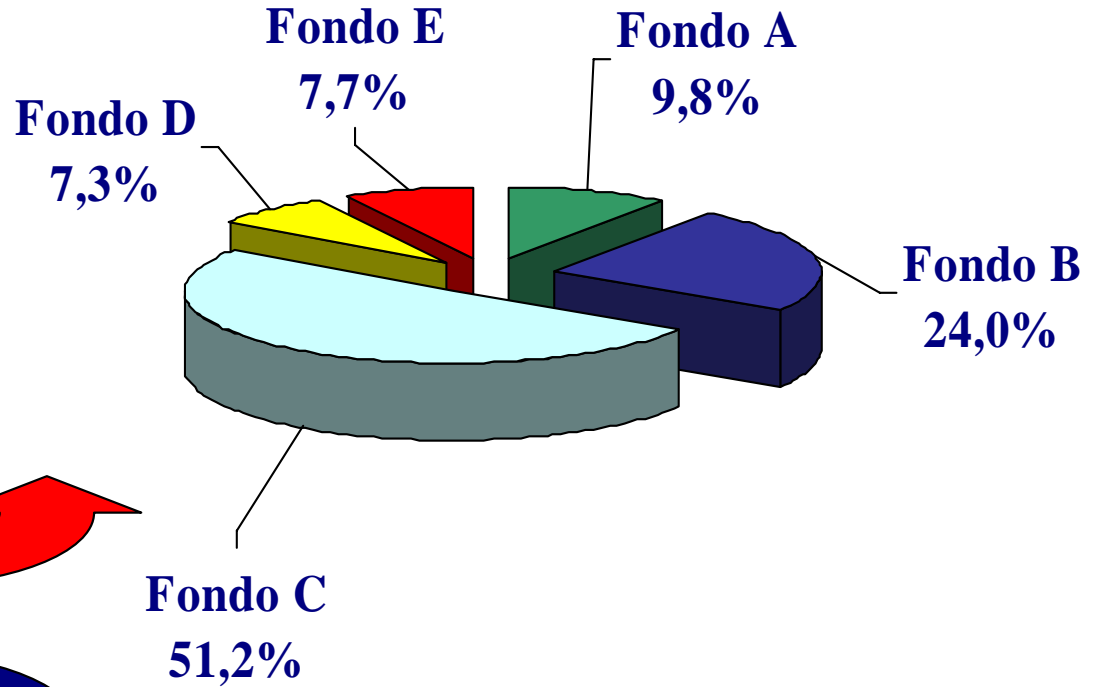
Políticas

Desafíos

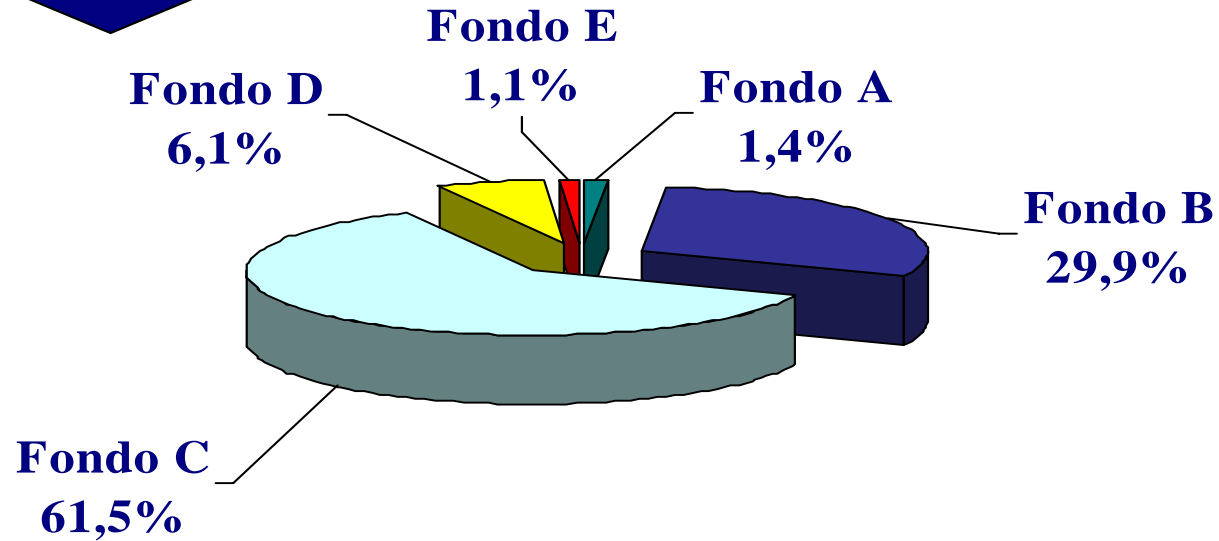


Los Multifondos han despertado interés....

1/2 De los cotizantes han escogido un Fondo



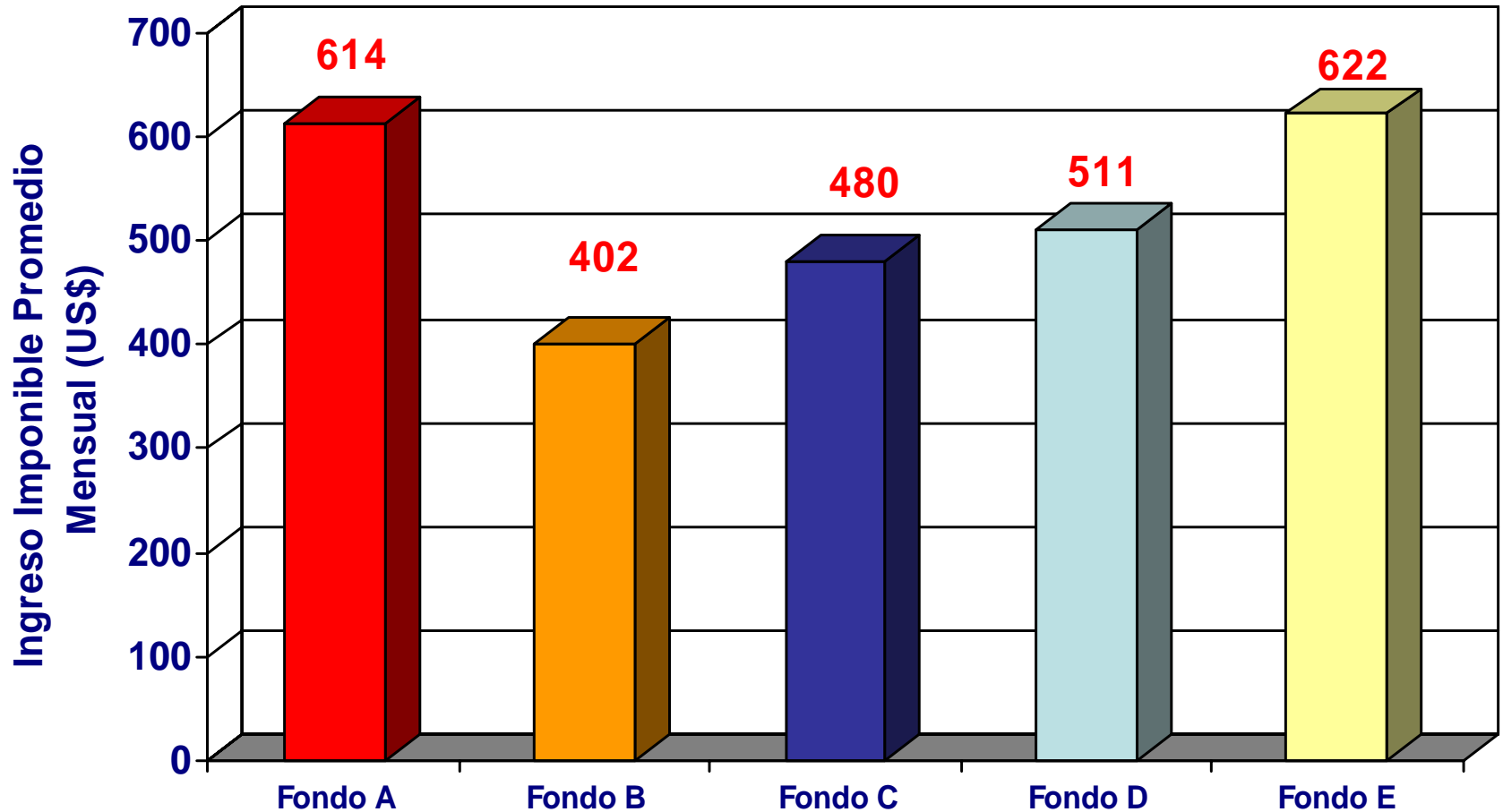
Distribución del total de cotizantes



(*) August 2003.



Salarios mas altos en fondos 100% voluntarios: A & E



Diagnóstico

Políticas

Desafíos



Trabajadores más jóvenes eligen el fondo A



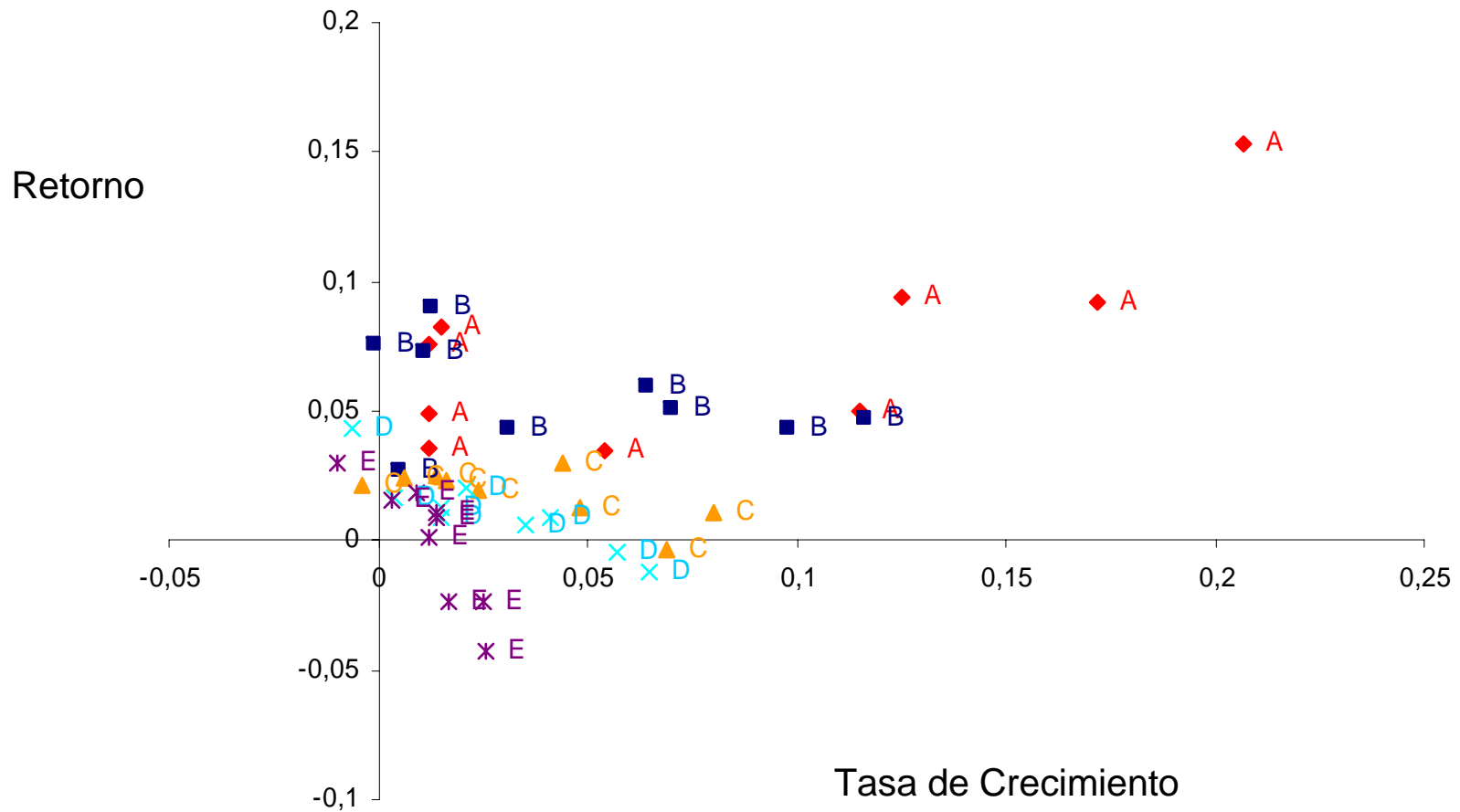
Diagnóstico

Políticas

Desafíos

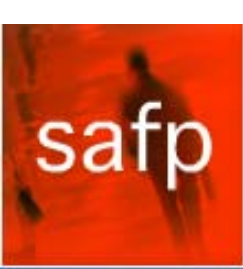


- Los cotizantes han preferido los fondos con mayor rentabilidad

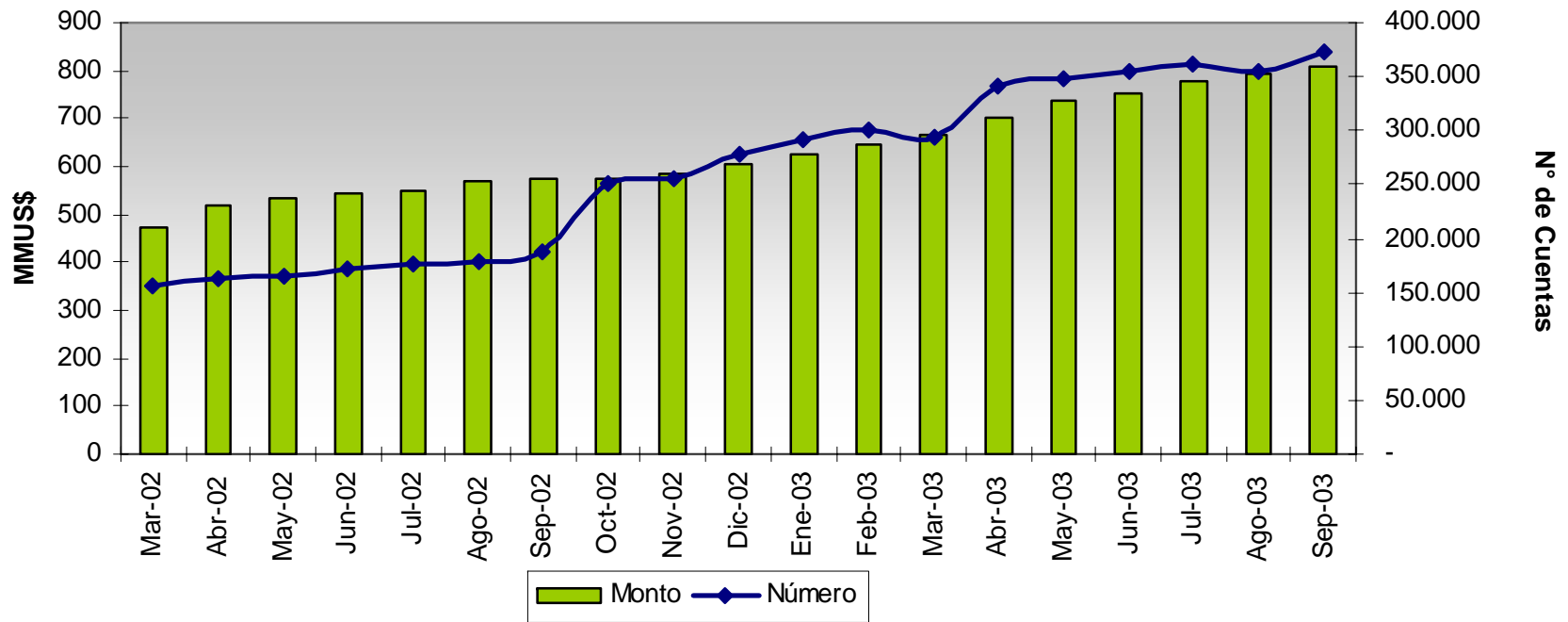


La incorporación del Ahorro Previsional Voluntario (APV) ha permitido:

- Incentivar el ahorro, aunque de los tramos más altos de ingreso. Por lo que podría constituir sustitución de ahorro y no generación de nuevo ahorro.
- Acercar a los afiliados al ahorro previsional



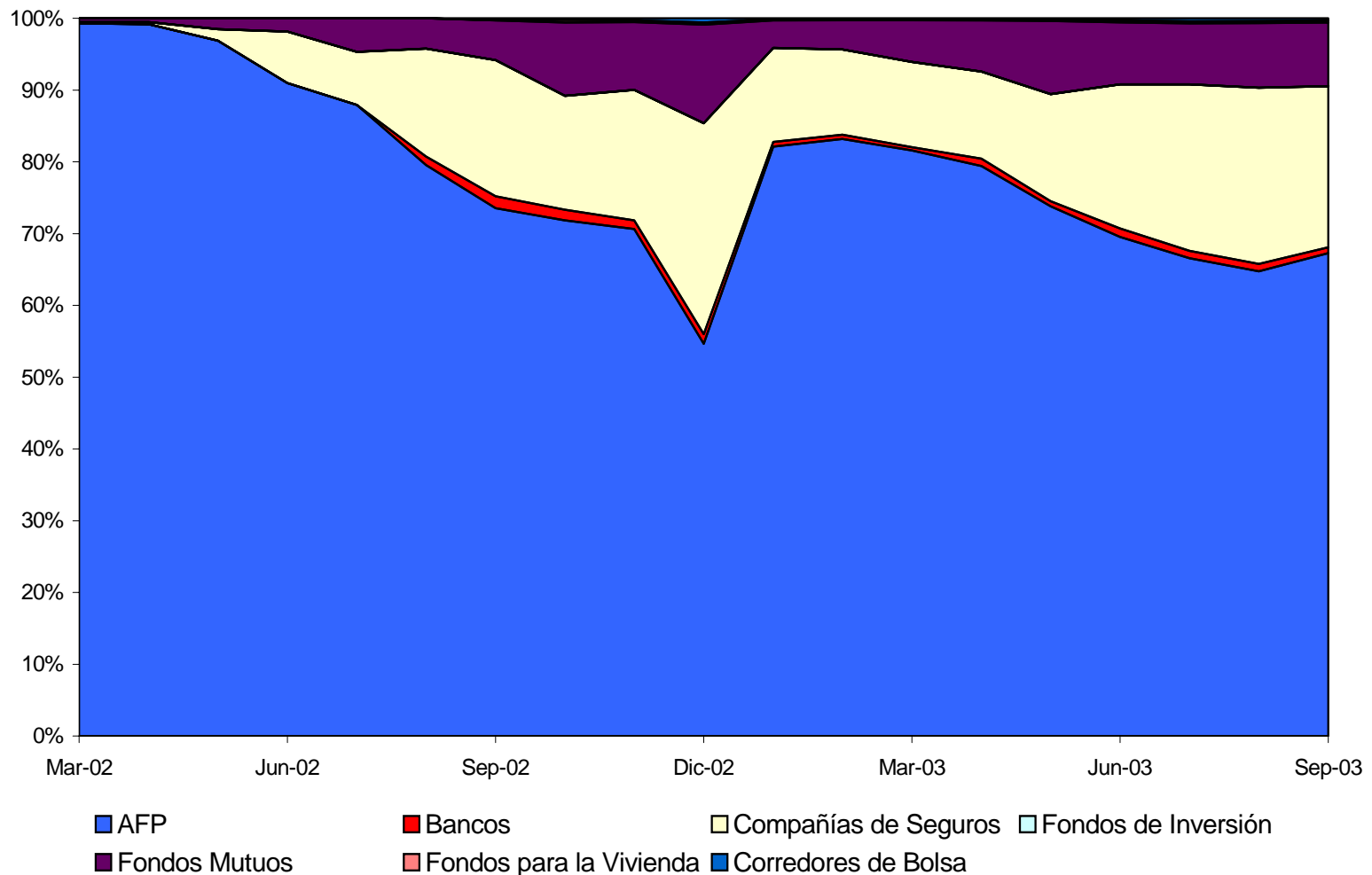
Entre marzo del 2002 y septiembre del 2003 se ha observado un significativo crecimiento





Al observar el monto de los depósitos por institución financiera se observa una importante participación de Fondos Mutuos y Compañías de Seguro

EVOLUCIÓN DE LOS DEPÓSITOS DE APV (%)



Diagnóstico

Políticas

Desafíos



Vías para aumentar la sensibilidad de la demanda

- Simplificar información en la cartola para hacer mas fácil la comparación: Rentabilidad y costo previsional.
- Mejor información de comisiones en liquidaciones de sueldo e información pública.
- Presencia de la Superintendencia en regiones.
- Campaña de información dirigida a líderes de opinión.
- Educación previsional para la población en general a través de charlas y visitas a terreno. Incluso a nivel escolar.
- Potenciar los traspasos vía Internet.
- Más y mejor información a través de Internet.
- La existencia de los multifondos, al igual que los diferentes riesgos que muestra cada AFP, obliga a orientar a los afiliados sobre el tema riesgo.
- Ahorro Previsional Voluntario Colectivo (APVC).