

PEQUEÑOS EMPUJONES PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

UNA DÉCADA DE MEJORAR
LA POLÍTICA PÚBLICA CON LA
ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO



**Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo**

Pequeños empujones para América Latina y el Caribe: Una década de mejorar la política pública con la economía del comportamiento / Banco Interamericano de Desarrollo.

p. cm. — (Monografía del BID ; 967)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Economics-Psychological aspects-Latin America. 2. Economics-Psychological aspects-Caribbean Area. 3. Latin America-Social policy. 4. Latin America-Economic policy. 5. Caribbean Area-Social policy. 6. Caribbean Area-Economic policy. I. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Investigación y Economista Jefe. II. Serie. IDB-MG-967

Códigos JEL: C93, D91, C90

Palabras clave: Economía del comportamiento, COVID-19, experimentos de campo, políticas públicas.

Esta compilación no sería posible sin la contribución de los autores a los trabajos académicos citados en este documento. Un agradecimiento especial a: Nicolas Ajzenman, Martín Alessandro, Rafael Anta, Irani Arráiz, Helen Baker-Henningham, Laura Becerra Luna, Samuel Berlinski, Pedro Bernal, Eleonora Bertoni, Diether Beuermann, Syon Bhanot, Matteo Bobba, Cynthia Boruchowicz, Mariano Bosch Mossi, Matías Busso, Julián Bustin, Fernando Cafferrata, Carla Calero, Paul Carrillo, Edgar Castro, Susan Chang, Vicente Fretes Cibils, Ana Corbacho, Julián Cristia, Taryn Dinkelman, Huáscar Eguino, Gregory Elacqua, Danilo Fernandes, Flora Finamor Pfeifer, Lucía Freira, Verónica Frisancho, Patricia García, Daniel Gingerich, Sally Grantham-McGregor, Juan Miguel Hernández-Agramonte, Sarah Humpage, Emma Iriarte, Stewart Kettle, Bruno Cardinale Lagomarsino, Florencia López Bóo, Eduardo Lora, Alessandro Maffioli, Luana Marotta, Sebastián Martínez, Ricardo Mastai, Mercedes Mateo Díaz, Carolina Méndez, Mónica Mogollón, Joaquín Navajas, Daniel Ortega, Cristina Parilli, Marcelo Pérez Alfaro, José Pérez Lu, Christine Powell, María Fernanda Rodrigo, Marisol Rodríguez Chatruc, Soraya Roman, Darío Romero, Benjamin Roseth, Adrián Rubli, Guilherme Russo, Darío Salcedo, Marco Sartorio, Carlos Scartascini, Simeon Schächtele, Alberto Simpser, Tainá Souza Pacheco, Ernesto Stein, Jorge Streb, Luis Tejerina, Ailin Tomio, Jerónimo Torrealday, Fernando Torrente, Fabián Triskier, Alejandro Vásquez Echeverría, Marcos Vera-Hernández, Juan M. Villa, Razvan Vlaicu, Susan Walker. Agradecemos a Sofía Maradiaga, Vincent Stüber e Ivanna Valverde por su aportación al contenido, asistencia en edición y sus invaluable comentarios.

Edición: Déborah Martínez, Ana María Rojas y Carlos Scartascini.

Diseño: www.souvenirme.com

Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

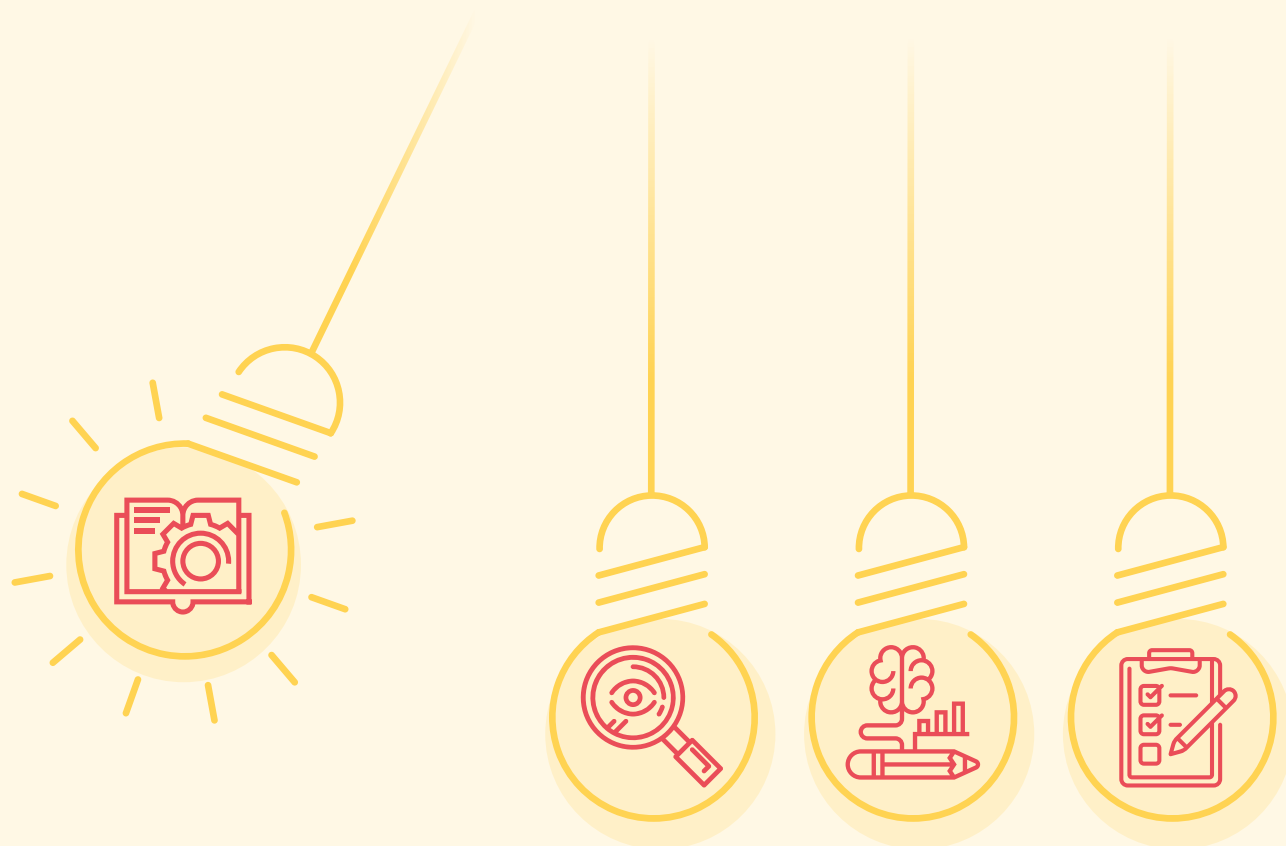
Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



PEQUEÑOS EMPUJONES PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

UNA DÉCADA DE MEJORAR
LA POLÍTICA PÚBLICA CON LA
ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO



ÍNDICE

Introducción	6
Mapa regional de impacto	7
Guía metodológica de las intervenciones	8
Intervenciones	9
EDUCACIÓN	10
1.1 Cómo impulsar a los padres a mejorar la asistencia al nivel preescolar.	12
1.2 Papás al Día: mejora de la comunicación entre padres y escuelas en Chile	16
1.3 Conociéndose a sí mismo: los efectos de la retroalimentación sobre el desempeño en la selección de una escuela	20
1.4 ¿Altruismo o dinero? Estrategias para reducir la autclasificación de los profesores en Perú	23
GÉNERO	29
2.1 Promoción de la educación superior entre jóvenes vulnerables con un enfoque de género	31
2.2 Cerrar la brecha de género en las carreras STEM mediante las ciencias del comportamiento	35
2.3 Animar a buscar ayuda a las supervivientes de la violencia contra las mujeres en Honduras	38
SALUD	44
3.1 Desarrollo de los niños en la primera infancia: una intervención en centros de salud dirigida a padres.	46
3.2 ¿Pueden los recordatorios aumentar la frecuencia de vacunación?	50
3.3 Recordatorios oportunos para acceder a la atención prenatal.	54
3.4 Reducción de las barreras conductuales frente al uso de la telemedicina	57
3.5 Los mensajes de texto pueden aumentar la conciencia acerca de la atención prenatal.	61
3.6 Empujoncitos para la adherencia a tratamientos infantiles de micronutrientes	65
3.7 Uso de normas sociales para disminuir la prescripción innecesaria de medicamentos	70
COVID-19	74
4.1 Opciones predeterminadas para aumentar la aceptación de las aplicaciones (<i>app</i>) de rastreo de la COVID-19	76
4.2 Promover medidas preventivas contra la COVID-19 mediante el uso de mensajes de texto	80
4.3 Juntemos(iNo!): el papel de las normas sociales en el distanciamiento social	84

4.4 Aumentar el uso de aplicaciones de diagnóstico y rastreo de contactos.	88
4.5 La interacción entre el partidismo, las creencias sobre la COVID-19 y el apoyo a las políticas públicas.	93
SEGURIDAD SOCIAL Y AHORRO PARA EL RETIRO	97
5.1 Cómo impulsar a los empleados independientes para que contribuyan a la seguridad social	99
5.2 Puntos de acceso y mensajes persuasivos para incrementar el ahorro previsional	103
IMPUESTOS.	108
6.1 Llamadas a los contribuyentes morosos: una buena táctica para cobrar deudas.	110
6.2 Amnistías fiscales y notificaciones rediseñadas	115
6.3 ¿Cuál es la mejor manera de recordarles a los contribuyentes sus obligaciones?	120
6.4 ¿Los premios pueden mejorar el cumplimiento tributario?.	124
6.5 Probando los atractivos del intercambio fiscal.	128
6.6 “Empujando” el registro de contribuyentes	133
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	138
7.1 Una sugerencia para aumentar la confianza en el gobierno	140
7.2 Información y preferencias de los ciudadanos por políticas contra el crimen	144
7.3 Incentivos en especie y desempeño de los trabajadores de la salud	147
7.4 Incentivos ciudadanos para la higiene urbana	152
7.5 Seguridad y sesgos de comportamiento: el exceso de confianza y las preferencias por las armas	157
7.6 Moderando el gusto por las represalias: información sobre presos y preferencias de políticas.	161
7.7 Incentivos para servidores públicos: el rol de los enfoques conductuales.	166
7.8 Cómo el encuadre de los temas determina las actitudes sobre el comercio internacional .	172
PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	177
8.1 Cuando el contexto es contraproducente: pruebas experimentales sobre reciprocidad. .	179
8.2 Formación empresarial basada en heurísticos	183
Conclusiones	187
Glosario	188
Bibliografía	192

Introducción

Desde hace ya casi una década, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se ha dedicado a mejorar las vidas de los ciudadanos y las ciudadanas en América Latina y el Caribe a través de las herramientas que proveen las ciencias del comportamiento. En efecto, la economía del comportamiento se nutre de los saberes de la psicología, la economía y otras áreas de las ciencias sociales para crear una perspectiva holística del comportamiento humano. Asimismo, toma en consideración la latente influencia que tienen sobre este último tanto el contexto como las interacciones sociales de una persona con su entorno. A través de “pequeños empujones”, que se definen como cambios en la arquitectura de elección sin prohibir ninguna otra opción o cambiar significativamente sus incentivos económicos (Thaler y Sunstein, 2008), la economía del comportamiento puede ayudar a generar cambios sistemáticos y predecibles en el comportamiento de las personas en un contexto específico. Por esta razón se ha convertido en una herramienta vital para los gobiernos interesados en mejorar los resultados de sus programas y políticas públicas.

El BID ha trabajado con los gobiernos locales y nacionales de la región para avanzar en el conocimiento sobre la toma de decisiones individuales y colectivas. Justamente, el diseño de estrategias y pequeños empujones destinados a corregir los sesgos y barreras que impactan negativamente sobre el comportamiento de las personas permite que estas tomen decisiones más sabias en

diferentes áreas, como la educación, el ahorro, la salud, el cumplimiento de los impuestos y el mercado laboral. Sin embargo, la crisis causada por la COVID-19 y otros eventos naturales y sociales recientes han exacerbado los retos sociales y económicos que se enfrentan en América Latina y el Caribe.

En este contexto, numerosos países de la región, que ya se encontraban con dificultades, se han visto obligados a disminuir sus presupuestos y a identificar las ineficiencias en materia de ingresos y egresos fiscales. Por esta razón, el maximizar el impacto de las políticas y los programas a través de evidencia científica es un imperativo que, hoy en día, resulta más importante que nunca. El presente documento recoge las herramientas utilizadas y las lecciones aprendidas en las intervenciones conductuales implementadas por el BID en América Latina y el Caribe durante la última década, poniéndolas a disposición de los responsables de las políticas públicas de la región.

Vale la pena mencionar también que las intervenciones descritas en el presente trabajo abarcan a más de 14 países de la región y son ejemplos tangibles de la labor del BID en ocho áreas clave: educación, género, salud, COVID-19 (con el propósito de brindar apoyo a los distintos gobiernos en el control de la propagación del virus), seguridad social y ahorro para el retiro, impuestos, administración pública, y promoción de la pequeña y mediana empresa.



Mapa regional de impacto



Guía metodológica de las intervenciones

Si bien cada desafío de política pública y el contexto que lo rodea son únicos, los profesionales del BID utilizan una metodología rigurosa común para diagnosticar, diseñar y evaluar correctamente las intervenciones que se realizan. A pesar de que no se profundizará en los principios de la economía del comportamiento, ni se explicarán en detalle los sesgos que comúnmente están presentes en la toma de decisiones, se recomienda que, para ampliar el conocimiento sobre este tema, se tome el [curso en línea](#) que ofrece el BID y lea la [guía técnica](#) sobre cómo la economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus (Martínez et al., 2020b).

La figura G.1 resume la guía metodológica de forma gráfica, pero para profundizar en la metodología, se sugiere leer nuestra [guía práctica](#) (Martínez et al., 2020a).

FIGURA G.1 Guía Metodológica para Investigadores del Grupo de Economía del Comportamiento del BID



Intervenciones

El resto del documento presenta, de forma resumida, una serie de intervenciones realizadas por investigadores y especialistas del BID en la región de América Latina y el Caribe en ocho diferentes áreas:



EDUCACIÓN



GÉNERO



SALUD



COVID-19



SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES



IMPUESTOS



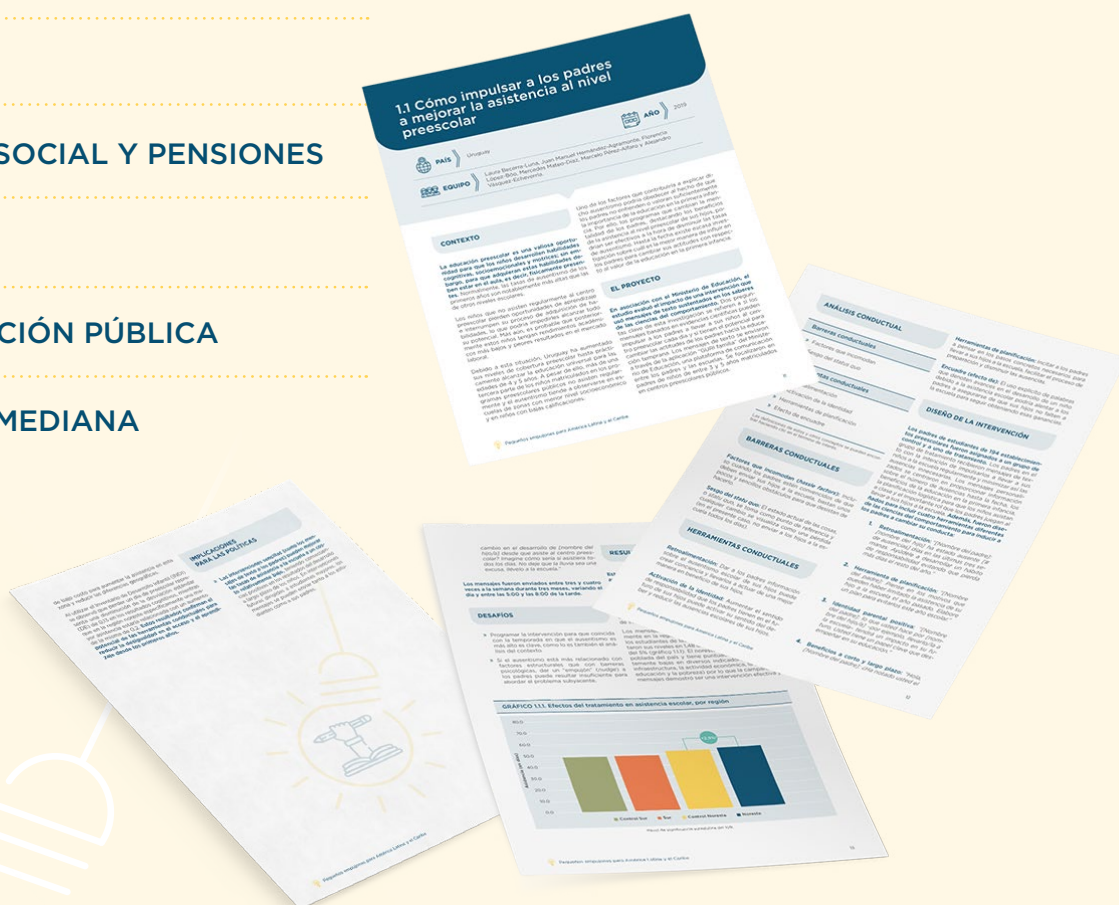
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Cada una de las áreas tiene un resumen de las lecciones aprendidas al comienzo de la sección y un cuadro con las barreras de comportamiento y las herramientas utilizadas para contrarrestarlas.

Cada intervención contiene las siguientes partes: el **contexto**, el **resumen del proyecto**, el **análisis de las barreras conductuales** presentes y las **herramientas conductuales** utilizadas para contrarrestarlas, el **diseño de la intervención**, los **desafíos** presentados en cada proyecto, los **resultados** y las **recomendaciones** de políticas públicas.



Se espera que el presente trabajo sirva como un repositorio accesible de conocimiento y una referencia para los diferentes públicos que puedan estar interesados en desarrollar proyectos de este tipo en la región.



EDUCACIÓN



Educación

En el campo de la educación, el BID ha tenido la oportunidad de implementar intervenciones en Chile, México, Perú y Uruguay durante las que se observaron barreras conductuales comunes para los estudiantes y los docentes, tales como la inercia, la sobrecarga cognitiva, las normas sociales, los factores que “incomodan” u obstaculizan la acción y la heurística de la disponibilidad. También se identificaron otras barreras, como la falta de información (recuadro 1.1). Para contrarrestar dichas barreras, se utilizó un conjunto de herramientas clave, entre las cuales se cuentan la retroalimentación, el efecto de encuadre, la planificación, los recordatorios, las normas sociales, la prominencia, la simplificación y la activación de la identidad.

En Uruguay, el envío de mensajes de texto a los padres de familia con retroalimentación, sugerencias de planificación e información sobre los beneficios de la educación, que además reforzaban lo que representa ser padres, ayudó a incrementar la asistencia escolar, particularmente en zonas del país con baja asistencia. En Chile, mantener a

los padres actualizados mediante mensajes con retroalimentación sobre el rendimiento de sus hijos mejoró las notas, la conducta y la asistencia, aumentando también la probabilidad de que los estudiantes pasen al siguiente grado. En Perú, el sugerir una identidad altruista y suministrar incentivos monetarios en los momentos oportunos dentro de un sistema de aplicación de trabajo ayudó a incrementar el número de postulaciones de docentes para escuelas de zonas más desfavorecidas.

En general, en el BID se observa que, desde la perspectiva de las ciencias del comportamiento, **proveer información prominente y simplificada, reducir los factores que incomodan, usar las normas sociales de forma positiva y enviar recordatorios en el momento indicado** pueden ser formas costo-efectivas para mejorar diferentes aspectos y superar ciertos problemas relacionados con la educación en la región. El recuadro 1.1 identifica las barreras comunes y las herramientas para tomar medidas en materia de educación.

RECUADRO 1.1 Barreras y herramientas relevantes para intervenciones en materia de educación		
Barreras conductuales	Otras barreras	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Sesgo del <i>statu quo</i>» Sobrecarga cognitiva» Normas sociales» Factores que incomodan» Prominencia	<ul style="list-style-type: none">» Falta de información» Barreras estructurales	<ul style="list-style-type: none">» Retroalimentación» Encuadre» Herramientas de planificación» Normas sociales» Recordatorios» Simplificación» Activación de la identidad» Prominencia

 [Ver definiciones](#)

1.1 Cómo impulsar a los padres a mejorar la asistencia al nivel preescolar



PAÍS

Uruguay



AÑO

2019



EQUIPO

Laura Becerra-Luna, Juan Manuel Hernández-Agramonte, Florencia López-Bóo, Mercedes Mateo-Díaz, Marcelo Pérez-Alfaro y Alejandro Vásquez-Echeverría.

CONTEXTO

La educación preescolar es una valiosa oportunidad para que los niños desarrollen habilidades cognitivas, socioemocionales y motrices; sin embargo, para que adquieran estas habilidades deben estar en el aula, es decir, físicamente presentes. Normalmente, las tasas de ausentismo de los primeros años son notablemente más altas que las de otros niveles escolares.

Los niños que no asisten regularmente al centro preescolar pierden oportunidades de aprendizaje e interrumpen su proceso de adquisición de habilidades, lo que podría impedirles alcanzar todo su potencial. Más aún, es probable que posteriormente estos niños tengan rendimientos académicos más bajos y peores resultados en el mercado laboral.

Debido a esta situación, Uruguay ha aumentado sus niveles de cobertura preescolar hasta prácticamente alcanzar la educación universal para las edades de 4 y 5 años. A pesar de ello, más de una tercera parte de los niños matriculados en los programas preescolares públicos no asisten regularmente y el ausentismo tiende a observarse en escuelas de zonas con menor nivel socioeconómico y en niños con bajas calificaciones.

Uno de los factores que contribuiría a explicar dicho ausentismo podría obedecer al hecho de que los padres no entienden o valoran suficientemente la importancia de la educación en la primera infancia. Por ello, los programas que cambian la mentalidad de los padres, destacando los beneficios de la asistencia al nivel preescolar de sus hijos, podrían ser efectivos a la hora de disminuir las tasas de ausentismo. Hasta la fecha existe escasa investigación sobre cuál es la mejor manera de influir en los padres para cambiar sus actitudes con respecto al valor de la educación en la primera infancia.

EL PROYECTO

En asociación con el Ministerio de Educación, el estudio evaluó el impacto de una intervención que usó mensajes de texto sustentados en los saberes de las ciencias del comportamiento. Dos preguntas clave de esta investigación se refieren a si los mensajes basados en evidencias científicas pueden impulsar a los padres a llevar a sus niños al centro preescolar cada día y si tienen el potencial para cambiar las actitudes de los padres hacia la educación temprana. Los mensajes de texto se enviaron a través de la aplicación “GURI familia” del Ministerio de Educación, una plataforma de comunicación entre los padres y las escuelas. Se focalizaron en padres de niños de entre 3 y 5 años matriculados en centros preescolares públicos.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Factores que incomodan
- » Sesgo del *status quo*

Herramientas conductuales

- » Retroalimentación
- » Activación de la identidad
- » Herramientas de planificación
- » Efecto de encuadre



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Factores que incomodan (*hassle factors*): Incluso cuando los padres estén convencidos de que deben enviar sus hijos a la escuela, bastan unos pocos y sencillos obstáculos para que desistan de hacerlo.

Sesgo del *statu quo*: El estado actual de las cosas, o *statu quo*, se toma como punto de referencia y cualquier cambio se visualiza como una pérdida (en el presente caso, no enviar a los hijos a la escuela todos los días).

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Retroalimentación: Dar a los padres información sobre el ausentismo escolar de sus hijos puede crear conciencia y llevarlos a actuar de una mejor manera en beneficio de sus hijos.

Activación de la identidad: Aumentar el sentido de responsabilidad que los padres tienen en el futuro de sus hijos puede activar su sentido del deber y reducir las ausencias escolares de sus hijos.

Herramientas de planificación: Incitar a los padres a pensar en los pasos concretos necesarios para llevar a sus hijos a la escuela, facilitar el proceso de preparación y disminuir las ausencias.

Encuadre (efecto de): El uso explícito de palabras que denoten avances en el desarrollo de un niño debido a la asistencia escolar podría alentar a los padres a asegurarse de que sus hijos no falten a la escuela para seguir obteniendo esas ganancias.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Los padres de estudiantes de 194 establecimientos preescolares fueron asignados a un grupo de control y a uno de tratamiento. Los padres en el grupo de tratamiento recibieron mensajes de texto con la intención de impulsarlos a llevar a sus niños a la escuela regularmente y minimizar así las ausencias innecesarias. Los mensajes personalizados se centraron en proporcionar información sobre el número de ausencias hasta la fecha, los beneficios de la educación en la primera infancia, la planificación logística para que los niños asistan a clase y el importante rol que los padres juegan al llevar a sus hijos a la escuela. **Además, fueron diseñados para incluir cuatro herramientas diferentes de las ciencias del comportamiento para inducir a los padres a cambiar su conducta:**

1. **Retroalimentación:** “[Nombre del padre]: [nombre del hijo] ha estado ausente [# de ausencias] días en las últimas tres semanas. Ayúdele a desarrollar un hábito de responsabilidad evitando que pierda más días el resto del año.”
2. **Herramienta de planificación:** “[Nombre del padre]: Piense en los motivos que pueden haber limitado la asistencia de su hijo a la escuela el año pasado. Elabore un plan para evitarlos este año escolar.”
3. **Identidad parental positiva:** “[Nombre del padre]: lo que usted hace por [nombre del hijo/a] –por ejemplo, llevarlo/la a la escuela– tendrá un impacto en su futuro. Usted tiene un papel clave que desempeñar en su educación.”
4. **Beneficios a corto y largo plazo:** “Hola, [Nombre del padre]: ¿Ha notado usted el



cambio en el desarrollo de [nombre del hijo/a] desde que asiste al centro preescolar? Imagine cómo sería si asistiera todos los días. No deje que la lluvia sea una excusa, llévelo a la escuela.”

Los mensajes fueron enviados entre tres y cuatro veces a la semana durante tres meses, variando el día y entre las 5:00 y las 8:00 de la tarde.

DESAFÍOS

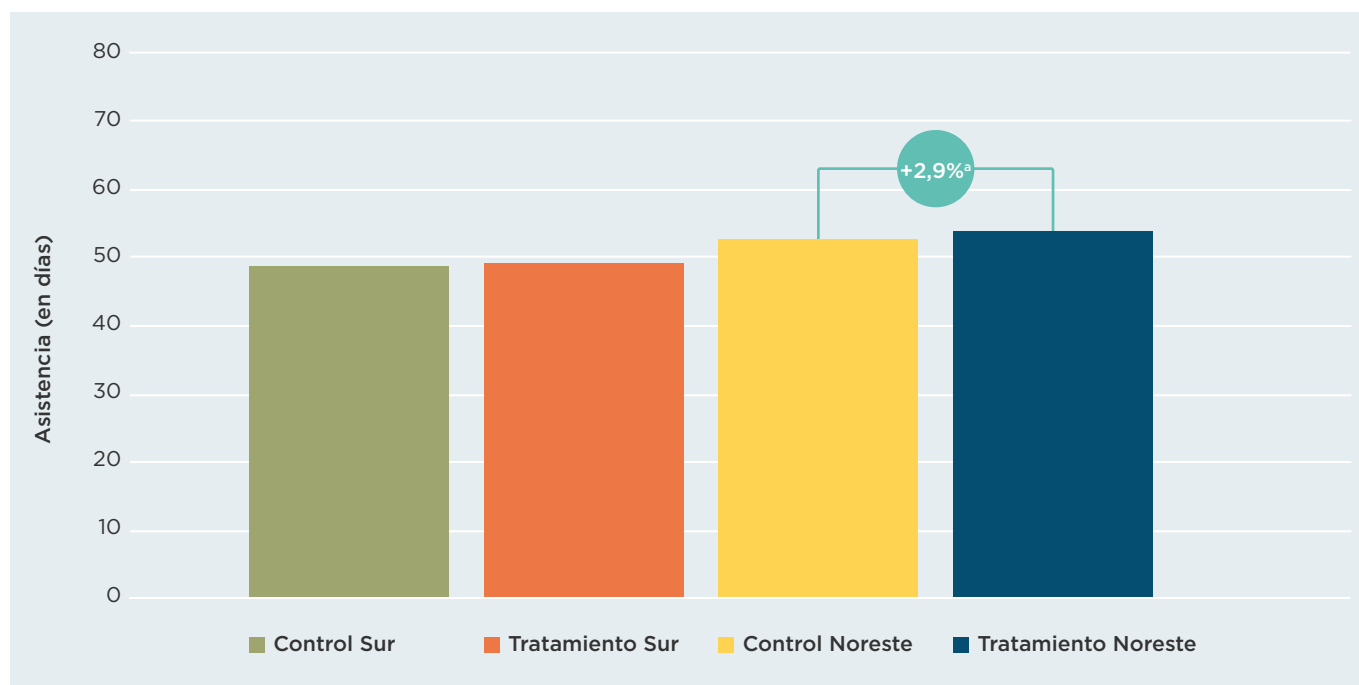
- » Programar la intervención para que coincida con la temporada en que el ausentismo es más alto es clave, como lo es también el análisis del contexto.
- » Si el ausentismo está más relacionado con factores estructurales que con barreras psicológicas, dar un “empujón” (*nudge*) a los padres puede resultar insuficiente para abordar el problema subyacente.

RESULTADOS

Esta evaluación aleatorizada fue efectiva para aumentar la asistencia de los estudiantes en la mitad de la distribución de asistencia. Una explicación posible es que, para este segmento, las barreras conductuales interfieren más con la asistencia, creando un espacio mayor para influir en el comportamiento mediante “empujones”. Concretamente, se observó un aumento en la asistencia de entre 0,31 y 0,67 días durante sólo 13 semanas de intervención.

Los mensajes aumentaron la asistencia especialmente en la región noreste de Uruguay en donde los estudiantes de las escuelas tratadas incrementaron sus niveles en 1,48 días, con una significancia del 5% (gráfico 1.1.1). El noreste es la región menos poblada del país y tiene puntuaciones consistentemente bajas en diversos indicadores (como la infraestructura, la actividad económica, la salud, la educación y la pobreza) por lo que la campaña de mensajes demostró ser una intervención efectiva y

GRÁFICO 1.1.1 Efectos del tratamiento en asistencia escolar, por región



^a Nivel de significancia estadística del 10%.

de bajo costo para aumentar la asistencia en esta zona y reducir las diferencias geográficas.

Al utilizar el Inventario de Desarrollo Infantil (INDI) se observó que perder un día de preescolar representa una disminución de la desviación estándar (DE) de 0,13 en los resultados cognitivos, mientras que en la región noreste específicamente una mayor asistencia estaría relacionada con un aumento de la misma de 0,2. **Estos resultados confirman el potencial de las herramientas conductuales para reducir la desigualdad en el acceso y el aprendizaje desde los primeros años.**

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **Las intervenciones sencillas (como los mensajes de texto a los padres) pueden mejorar las tasas de asistencia a la escuela a un costo relativamente bajo,** teniendo consecuencias positivas en los resultados del desarrollo a largo plazo de los niños. En intervenciones futuras dirigidas a estudiantes mayores, los mensajes se pueden enviar tanto a los estudiantes como a sus padres.



1.2 Papás al Día: mejora de la comunicación entre padres y escuelas en Chile



PAÍS

Chile



AÑO

2016



EQUIPO

Samuel Berlinski, Matías Busso, Taryn Dinkelman y Claudia Martínez.

CONTEXTO

La deserción escolar y la repetición de cursos son dos de los mayores desafíos a los que se enfrentan los sistemas de educación en los países de medianos ingresos. En América Latina y el Caribe, sólo el 46% de los estudiantes se gradúan de la escuela secundaria a la edad debida y sólo el 53% de los jóvenes de entre 20 y 24 años han completado sus estudios en este nivel (UNFPA y CEPAL, 2011). Estudios anteriores han observado que el ausentismo escolar, la mala conducta y las bajas calificaciones son causales de repitencia escolar y futuros abandonos.

EL PROYECTO

Este estudio prueba que la comunicación entre las escuelas y los padres sobre el desempeño de los estudiantes podría ayudar a las familias a mejorar el rendimiento académico de sus hijos.

El estudio aleatorizado se llevó a cabo en una muestra de familias chilenas de bajos ingresos para evaluar los efectos de la digitalización de los registros escolares existentes sobre asistencia, calificaciones y conducta, y luego comunicar semanalmente esta información a los padres mediante mensajes

de texto. El programa se llamó “Papás al Día” y la muestra experimental comprendió casi 1.500 niños matriculados entre los grados 4.º y 8.º de ocho escuelas de Santiago.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Prominencia
- » Sobrecarga cognitiva

Otras barreras

- » Falta de información

Herramientas conductuales

- » Retroalimentación
- » Normas sociales



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Prominencia: Es posible que, para los padres, las tarjetas de evaluación pasen desapercibidas.

Sobrecarga cognitiva: Se presenta cuando los padres olvidan o pasan por alto la información contenida en las tarjetas de evaluación.

OTRAS BARRERAS

Falta de información: Si bien las escuelas de todo el mundo registran regularmente las calificaciones de sus estudiantes, puede que las familias no tengan un acceso oportuno a esta información. En el mejor de los casos, las escuelas comunican estos datos a los padres mediante tarjetas de evaluación que pueden o no llegar al hogar.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Retroalimentación: En esta intervención, los mensajes de texto fueron diseñados para proporcionar regularmente retroalimentación a los padres sobre la conducta de sus hijos.

Normas sociales: En el contexto del presente estudio, un comportamiento aceptable consiste en que los padres se pongan al día con el desempeño escolar de sus hijos.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Los padres de aproximadamente 1.500 estudiantes matriculados de los grados 4.º al 8.º de ocho escuelas de Santiago aceptaron recibir información escolar de sus hijos mediante mensajes de texto. El programa requería previamente digitalizar los registros administrativos de las escuelas sobre el desempeño académico y comunicar esta información a los padres una vez por semana mediante un mensaje automatizado. **La retroalimentación brindada a los padres sobre su hijo comprendía:**

1. **Asistencia (semanal):** cuántos días de la semana anterior asistió a la escuela.
2. **Conducta (quincenal):** el número de conductas positivas, neutras y negativas que los profesores registraron en sus notas a lo largo del mes anterior.
3. **Notas (quincenal):** las tres calificaciones más recientes de las pruebas de matemáticas y el promedio de estas. Los padres también recibieron la calificación promedio de la clase para las mismas pruebas, de modo que pudieran comparar el desempeño de su hijo con la media de la clase.

Los padres que consintieron participar en el estudio fueron asignados aleatoriamente al grupo de tratamiento o al de control, y el número de estudiantes en el grupo de tratamiento a nivel del aula también fue aleatorizado (25% o 75%). **Los que pertenecían al grupo de control recibieron una comunicación normal de las escuelas, incluidos algunos mensajes de texto neutros con información general acerca de los eventos escolares** (cuadro 1.2.1).



CUADRO 1.2.1 Contenido de los mensajes de texto

Tipo de mensaje	Frecuencia	Texto
1. Asistencia (solo grupo de tratamiento).	Un mensaje de texto semanal a todos los padres/tutores del grupo de tratamiento, enviado cada viernes, 19:30 h.	“[Apoderado]: Los registros de la escuela indican que {nombre del estudiante} asistió {días de asistencia} de {días válidos} días de clase de esta semana. Además, fue enviado {x} veces a Dirección. Papás al Día.”
2. Falta de conducta (solo grupo de tratamiento).	Un mensaje de texto mensual a todos los padres/tutores del grupo de tratamiento, enviado el primer martes de cada mes, 19:30 h.	“[Apoderado]: Los registros de la escuela del último mes indican que {estudiante} tuvo {Núm. pos} anotaciones positivas y {Núm. neg} negativas en la escuela. Papás al Día.”
3. Notas para pruebas de matemáticas recientes (solo grupo de tratamiento).	Un mensaje de texto mensual a todos los padres/tutores del grupo de tratamiento, enviado el primer martes de cada mes, 19:30 h.	“[Apoderado]: Según los registros de la escuela, {estudiante} obtuvo un {N} en la última prueba de matemáticas. El promedio del curso fue {N}. Papás al Día.”
4. Mensajes para estimular la continuidad (ambos grupos, tratamiento y control).	Un mensaje de texto mensual a todos los padres/tutores de todos los grupos, enviado el primer lunes de cada mes, 19:30 h.	“[Apoderado]: El próximo {fecha} a las {hora} se realizará {actividad} en la escuela {nombre de la escuela}. ¡No te lo pierdas! Papás al Día.”

DESAFÍOS

» El equipo de investigación se enfrentó a varios desafíos al realizar el estudio. Primero, los datos de comportamiento fueron difíciles de recopilar. En Santiago, cada aula tiene un cuaderno en el que los profesores pueden ingresar comentarios sobre comportamientos particularmente buenos o malos de los estudiantes. El equipo desarrolló un sistema para categorizar estas notas de comportamiento como positivas, negativas o extremadamente negativas, y luego implementó estas definiciones en todas las clases.

- » En segundo lugar, aunque todos los mensajes de texto se enviaron según lo previsto, surgieron problemas con la entrega y la recepción. Para maximizar las posibilidades de recepción, la entrega se cambió de viernes a lunes al inicio de la intervención. Además, para minimizar la posibilidad de que el mensaje fallara, se volvió a contactar a todos los padres que dieron su consentimiento para verificar y/o actualizar sus números de teléfono celular.
- » Finalmente, dado que Papás al Día fue una intervención de participación relativamente baja, no se instruyó a los padres sobre cómo interpretar o utilizar la información que recibieron.



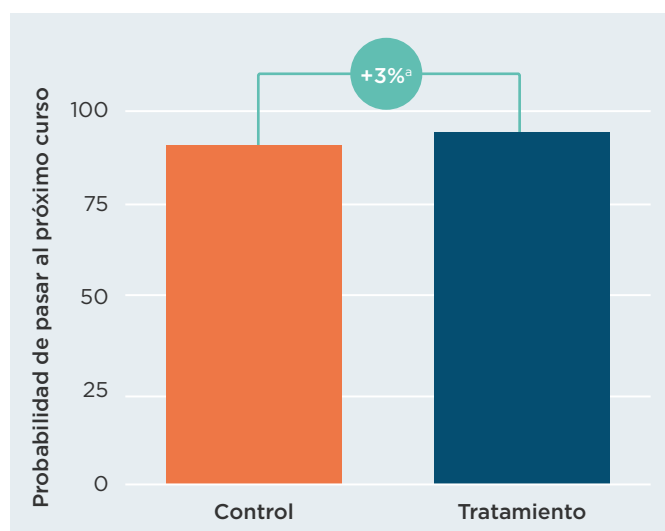
RESULTADOS

La evaluación aleatoria produjo resultados inmediatos dentro de los primeros cinco meses, que se extendieron hasta el final del primer año escolar.

Al final del año, los estudiantes del grupo de tratamiento mejoraron en muchas áreas en comparación con el grupo de control. Las calificaciones promedio acumuladas en matemáticas fueron más altas entre estos estudiantes, y su probabilidad de obtener una calificación aprobatoria en matemáticas aumentó en 2,8 puntos porcentuales (en relación con una calificación promedio del 90%).

La probabilidad de que estos estudiantes tuvieran una asistencia acumulada superior al 85%, mínimo requerido para aprobar la calificación, también fue mayor, aumentando en 6,7 puntos porcentuales, mientras que las notas extremadamente negativas del maestro sobre su comportamiento (que describen acoso o violencia verbal y/o física) disminuyeron en 1,3 puntos porcentuales. Como se ve en el gráfico 1.2.1, la probabilidad de que sean promovidos al siguiente grado aumentó en 2,9 puntos porcentuales.

GRÁFICO 1.2.1 Probabilidad de pasar al curso siguiente



^a Nivel de significancia estadística del 5%.

Por último, se observaron efectos indirectos positivos a nivel de aula de los estudiantes en el grupo de tratamiento en la misma aula para los resultados de grado y asistencia y para la probabilidad de aprobar el grado, pero no para los resultados de comportamiento.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **Los resultados mostraron que una intervención de bajo costo, poco contacto y factiblemente escalable puede tener un impacto importante en el comportamiento de los estudiantes, con ganancias potencialmente grandes en el logro de capital humano a largo plazo.** En relación con otros tipos de programas para padres, la intervención cuesta poco y probablemente sería más sostenible y susceptible de ampliación en entornos de países en desarrollo fuera de Chile. El uso eficaz de una tecnología que maximice la comunicación entre los padres y la escuela puede mejorar los resultados, incrementando así el rendimiento de los insumos escolares existentes.
- » Este estudio continuó durante un año y medio, y los investigadores observaron muchos resultados a nivel mensual durante este período. La discusión anterior se ha centrado en los resultados medidos cinco meses después del tratamiento. Sin embargo, sigue siendo vital comprender la efectividad del programa a mediano y largo plazo, ya que los padres pueden fatigarse con el programa o asumir nuevos hábitos parentales que lo vuelven obsoleto.



1.3 Conociéndose a sí mismo: los efectos de la retroalimentación sobre el desempeño en la selección de una escuela



PAÍS

México



AÑO

2014



EQUIPO

Matteo Bobba y Verónica Frisancho.

CONTEXTO

Los planes de las personas para el futuro se hacen, por naturaleza, con incertidumbre y se basan en expectativas subjetivas sobre el presente y el futuro. Este es el caso de las opciones escolares y profesionales de los estudiantes, que pueden verse favorecidas por las percepciones erróneas de los jóvenes sobre su propio talento y habilidades. El acceso a la información y el conocimiento es, por lo tanto, crucial para ayudar a los estudiantes y/o padres a tomar decisiones educativas acertadas, especialmente para los estudiantes de entornos menos privilegiados que incluso podrían estar menos informados. Proporcionarles herramientas que les permitan tomar decisiones de vida bien informadas puede mejorar su movilidad social y económica.

EL PROYECTO

Los investigadores que llevaron a cabo este estudio buscaron comprender cómo las expectativas individuales de la propia capacidad académica dan forma a las decisiones curriculares en la educación secundaria superior. El estudio hizo uso del mecanismo de asignación utilizado por la zona

metropolitana de la Ciudad de México, organizado por la Comisión Metropolitana de Instituciones Públicas de Educación Media Superior (COMIPEMS), para destinar a los estudiantes a las escuelas secundarias públicas. Hay dos características institucionales clave para el diseño de la investigación: i) el sistema de asignación depende de las preferencias declaradas sobre escuelas y las calificaciones obtenidas en un examen de admisión estandarizado y ii) antes de presentarse la prueba de admisión, los postulantes deben presentar las escuelas que prefieren en una lista ordenada.

El estudio abarcó una submuestra de postulantes de los barrios menos favorecidos en la zona de captación del mecanismo de asignación escolar, ya que son quienes cuentan con menos probabilidades de tener acceso previo a señales sobre su potencial académico. Finalmente, se hizo un ejercicio para evaluar el impacto de la intervención.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

» Normas sociales



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Retroalimentación
- » Simplificación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales: Los estudiantes de los barrios con altos niveles de marginalización tienen más probabilidades de creer que no se encuentran en condiciones de seguir ciertas vías académicas y/o profesionales porque este tipo de ejemplos (es decir, estudiantes de contextos socioeconómicos menos favorecidos que sean admitidos en instituciones académicas reconocidas) son escasos para ellos.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Retroalimentación: Los estudiantes, al recibir los resultados del simulacro de examen de admisión, reducen la brecha entre la expectativa de desempeño y el desempeño real, lo que les permite ajustar sus creencias previas acerca de su capacidad académica.

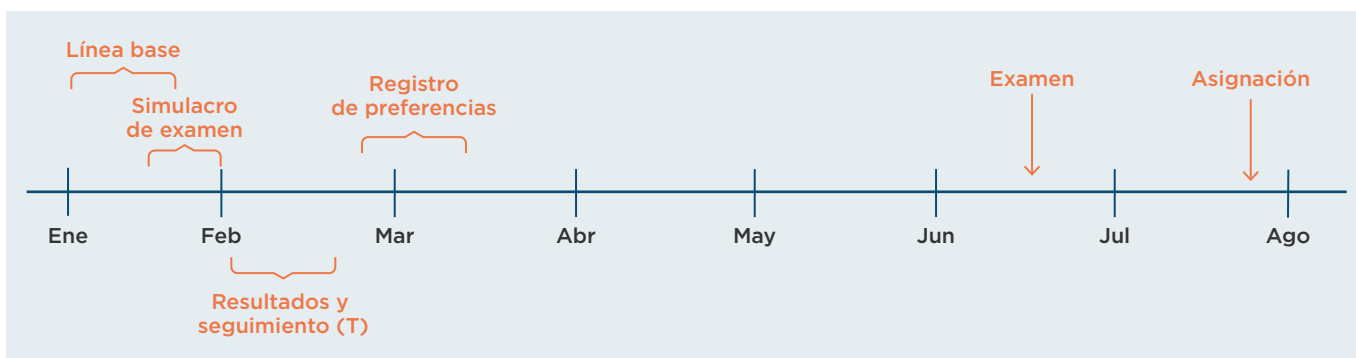
Simplificación: Proporcionar a los estudiantes mejores herramientas para tomar decisiones curriculares bien informadas.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La intervención consistió en una retroalimentación en persona de los resultados del simulacro de examen de admisión a escuelas públicas secundarias. La asignación a los grupos fue aleatorizada en estratos a nivel de escuela, alcanzando un total de 44 instituciones en el grupo de tratamiento y 46 en el grupo de control. Si bien el simulacro de examen se administró a ambos grupos, al grupo de control no se le proveyó retroalimentación sobre los resultados del examen. Finalmente, 28 escuelas aleatorizadas, que no formaban parte de la intervención, constituyeron un segundo grupo de control, en el cual no se llevó a cabo el simulacro de examen y la entrevista solamente tuvo lugar en la encuesta de seguimiento. Los estudiantes del grupo de tratamiento participaron en una sesión en la que se les proporcionó retroalimentación sobre su desempeño en la prueba.

El gráfico 1.3.1 detalla el calendario de la intervención. La retroalimentación sobre el desempeño en el simulacro de examen tuvo lugar a comienzos de la encuesta de seguimiento. Los encuestadores mostraron un gráfico personalizado con dos barras preimpresas: en una se mostraba el promedio de la puntuación de todos los estudiantes durante la edición de 2013 del sistema COMIPEMS y, en la otra, se indicaba la calificación promedio del simulacro de examen de la clase de cada postulante. Durante la entrevista, se graficó una tercera barra correspondiente a la calificación del estudiante en el simulacro de examen.

GRÁFICO 1.3.1 El proceso de asignación escolar y la intervención: calendario



Nota: Reglas COMIPEMS (en vigor desde 2014).



DESAFÍOS

- » El principal desafío que encontraron los investigadores al llevar a cabo la intervención fue la tasa de ausentismo entre los estudiantes participantes el día del examen y la deserción entre los examinados para la encuesta de seguimiento. De la muestra inicial de 3.001 estudiantes asignados al tratamiento o al grupo de control al inicio del estudio, 2.790 estaban presentes el día del examen y 2.544 asistieron a la encuesta de seguimiento.

RESULTADOS

Los investigadores llevaron a cabo una comparación entre el tratamiento aleatorio y los grupos de control y descubrieron que las creencias subjetivas de los estudiantes sobre su capacidad académica respondían a la provisión de información sobre su propio desempeño. Condicional a tomar el examen simulado, las creencias medias en el grupo de tratamiento cayeron 7,5 puntos en promedio, mientras que la desviación estándar de creencias bajó alrededor de 2,6 puntos. En relación con el grupo de control, estos efectos representaron reducciones del 10 y el 15% en la desviación media y estándar, respectivamente. También se observó que los efectos del tratamiento dependían de la dirección de la actualización dado que alrededor del 80% de los solicitantes de la muestra tenían puntuaciones por debajo de sus creencias medias de referencia.

Los solicitantes que recibieron comentarios positivos en el grupo de tratamiento aumentaron su participación en las opciones académicas solicitadas en un 8,3% en comparación con el grupo de control. Esto correspondió a aproximadamente el 18% de la media de la muestra en el grupo de control. Las grandes reducciones en las creencias medias observadas entre los solicitantes que recibieron comentarios negativos en el grupo de tratamiento no parecieron traducirse en ningún cambio correspondiente en la demanda de programas de orientación académica.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Los estudiantes se enfrentan a importantes brechas de información relacionadas con su potencial académico, por lo que el cierre de esas brechas tendría un efecto importante en la elección de la escuela secundaria. En efecto, proporcionar a los jóvenes información individualizada sobre su potencial académico puede alterar las decisiones de elección de carrera durante un período crucial de sus trayectorias académicas.
- » Las políticas deberían orientarse a divulgar información sobre las competencias académicas individuales requeridas con el fin de proporcionar a los estudiantes mejores herramientas para tomar decisiones bien fundamentadas en materia curricular. Por ejemplo, se debería incentivar a las escuelas secundarias a implementar simulacros de exámenes y entregar los resultados de las calificaciones antes de que los estudiantes presenten las listas de escuelas ordenadas según su preferencia en el portal del concurso de asignación centralizado.



1.4 ¿Altruismo o dinero? Estrategias para reducir la autclasificación de los profesores en Perú



PAÍS

Perú



AÑO

2019



EQUIPO

Nicolás Ajzenman, Eleonora Bertoni, Gregory Elacqua, Luana Marotta y Carolina Méndez-Vargas.

CONTEXTO

La educación tiene el potencial de ofrecer igualdad de oportunidades a estudiantes de diferentes orígenes; sin embargo, es frecuente que aquellos provenientes de las esferas socioeconómicas más bajas reciban una enseñanza de menor calidad, lo cual es una consecuencia del mecanismo de autoselección de los profesores (los docentes más calificados tienden a educar a estudiantes de un nivel socioeconómico más alto, mientras que los docentes menos calificados tienen más probabilidades de trabajar en escuelas de bajos ingresos).

Esta situación tiene efectos negativos importantes y de largo plazo en los resultados cognitivos y no cognitivos de los estudiantes, por lo que no es sorprendente que también contribuya a la desigualdad en América Latina. En este contexto, es importante explorar políticas que moderen los patrones de autclasificación para ofrecer una educación de alta calidad, independientemente de los orígenes de los estudiantes.

EL PROYECTO

A menudo, las escuelas desfavorecidas carecen de personal y reciben docentes de baja calidad

académica. Este proyecto abordó la necesidad de explorar políticas que garanticen una educación de alta calidad en las escuelas desfavorecidas. Para ello, en 2019 se realizó un estudio basado en un diseño experimental integrado al proceso nacional de selección de profesores de Perú. Específicamente, el proyecto –sustentado en las ciencias del comportamiento– implementó dos intervenciones: la primera invocó la identidad altruista de los profesores y la segunda hizo que los incentivos externos preexistentes para enseñar en escuelas desfavorecidas fueran más prominentes y comprensibles.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan
- » Normas sociales

Otras barreras

- » Barreras estructurales



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Simplificación
- » Recordatorios
- » Prominencia
- » Activación de identidad



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sobrecarga cognitiva: El proceso de registro de las prioridades escolares puede resultar excesivamente complejo y no destacar suficientemente la información relevante.

Factores que incomodan: Estudios anteriores indican que la información sobre la compensación diferencial para los profesores suele ser compleja en cuanto a contenidos y disponibilidad (se accede a través de demasiadas ventanas emergentes en el sitio web).

Normas sociales: Observar que los colegas aplican más a escuelas de “alta calidad” (norma social descriptiva) o la existencia de un convencimiento generalizado sobre que enseñar en escuelas de mayor rendimiento es mejor (norma social prescriptiva) puede normalizar dichas creencias.

OTRAS BARRERAS

Barreras estructurales: Otros factores que abarcan las diferencias de género con respecto a la flexibilidad laboral y la movilidad afectan de forma desproporcionada a las mujeres y disminuyen sus posibilidades de enseñar en escuelas desfavorecidas, las cuales se encuentran asociadas a largos desplazamientos hacia zonas remotas.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Simplificación: Se simplificó la información sobre los beneficios que tiene trabajar en escuelas desfavorecidas y se facilitó su acceso.

Recordatorios: Los candidatos a profesores recibieron mensajes para recordarles su próxima decisión y, según la condición experimental, las recompensas asociadas a las escuelas desfavorecidas.

Prominencia: Se emplearon recursos gráficos (iconografías y colores) para hacer más prominente la información sobre escuelas desfavorecidas.

Activación de identidad (*identity priming*): Alentar a los profesores a identificarse con valores pro-sociales podría aumentar la probabilidad de que elijan escuelas desfavorecidas.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La intervención utilizó datos administrativos del proceso de selección de docentes de escuelas públicas de 2019, incluyendo todas las regiones del país excepto el área metropolitana de Lima y la provincia constitucional del Callao, lo que comprendió al 86% de los docentes que se presentaron. En total, el ejercicio abarcó inicialmente a 11.568 candidatos a docentes que fueron preseleccionados de entre más de 180.000 solicitantes, mientras que la muestra final estuvo constituida por 7.217 participantes.

Durante el estudio se analizaron dos variables de resultado de la plataforma de selección de vacantes en línea en la que los candidatos seleccionan y solicitan determinados centros escolares: i) la elección de un centro escolar desfavorecido y ii) la asignación de un candidato a un centro escolar desfavorecido para la evaluación final en persona.

El diseño de la intervención abarcaba tres brazos con un número similar de participantes: un grupo de control y dos grupos de tratamiento (en el primero se realizó una intervención relacionada con la identidad y, en el segundo, una basada en la motivación extrínseca). Con este diseño, se pusieron a prueba dos mecanismos que suelen



describirse como exitosos para influir en la toma de decisiones.

El experimento se realizó en agosto y septiembre de 2019 e incluyó tres elementos de intervención: i) mensajes de texto, ii) un ejercicio voluntario en línea y iii) ventanas emergentes en línea. Los mensajes de texto se enviaron en los días previos al procedimiento en línea para la selección de escuelas, mientras que el ejercicio voluntario en línea y el uso de ventanas emergentes tuvo lugar durante el procedimiento de selección.

Las intervenciones incluyeron varias características. Primero, los mensajes de texto en el brazo de identidad empleaban números primos para identidades altruistas, como “Gracias por ser un agente de cambio social”. Aquellos en el brazo de motivación extrínseca enfatizaron los beneficios en términos monetarios y profesionales, mientras que aquellos en la condición de control fueron neutrales y proporcionaron información básica sobre el estado del proceso de solicitud.

En segundo lugar, las tres condiciones ofrecieron un ejercicio voluntario por escrito en línea durante el proceso de solicitud. El ejercicio relacionado con la identidad tuvo como objetivo activar una identidad altruista, pidiendo a los solicitantes que compartieran las razones por las que querían convertirse en maestros, mientras que el ejercicio de motivación extrínseca les pidió que reflexionaran sobre cómo los incentivos monetarios promueven el bienestar de los maestros. Se pidió al grupo de control que completara una evaluación del proceso de registro hasta el momento.

Finalmente, durante el proceso de solicitud en línea, todas las condiciones incluyeron ventanas emergentes que aparecían cuando los candidatos movían sus cursores sobre los íconos (gráficos 1.4.1 y 1.4.2).

GRÁFICO 1.4.1 Ventana emergente durante la selección de vacantes en línea: condición de identidad

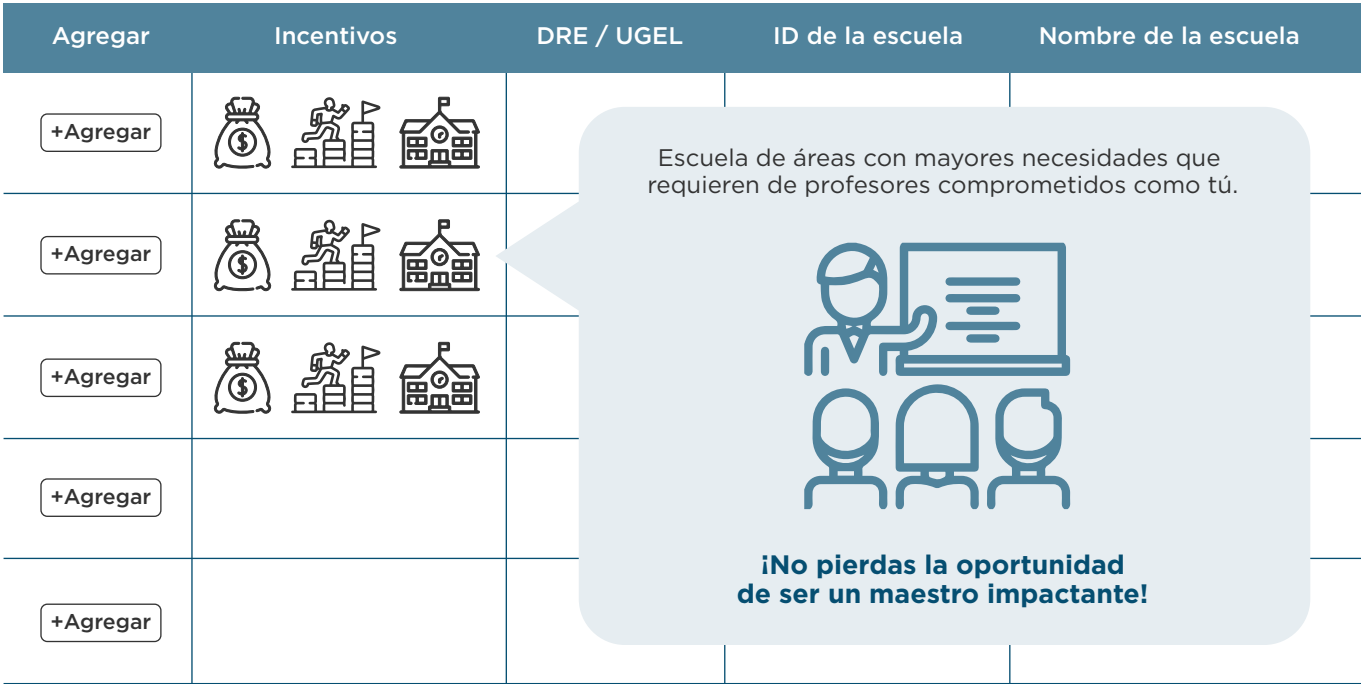






GRÁFICO 1.4.2 Ventana emergente durante la selección de vacantes en línea: condición de motivación extrínseca

Agregar	Incentivos	DRE / UGEL	ID de la escuela	Nombre de la escuela
+Agregar		<p>En esta escuela podrías recibir hasta S/240 mensuales adicionales a tu salario</p>  <p>¡No pierdas la oportunidad de aumentar tu salario mensual!</p>		
+Agregar				
+Agregar				
+Agregar				
+Agregar				

(a) Incentivo monetario

Agregar	Incentivos	DRE / UGEL	ID de la escuela	Nombre de la escuela
+Agregar		<p>En esta escuela podrías alcanzar una escala salarial más alta en menos tiempo (a partir de la tercera escala salarial).</p>  <p>¡No pierdas la oportunidad de impulsar tu carrera profesional!</p>		
+Agregar				
+Agregar				
+Agregar				
+Agregar				

(b) Desarrollo de carrera

DESAFÍOS

- » El principal desafío presentado en el estudio fue que algunas de las regiones no ofrecían suficiente variación en los tipos de escuelas, y los candidatos a maestros exitosos de estas regiones tuvieron que ser excluidos de la muestra.

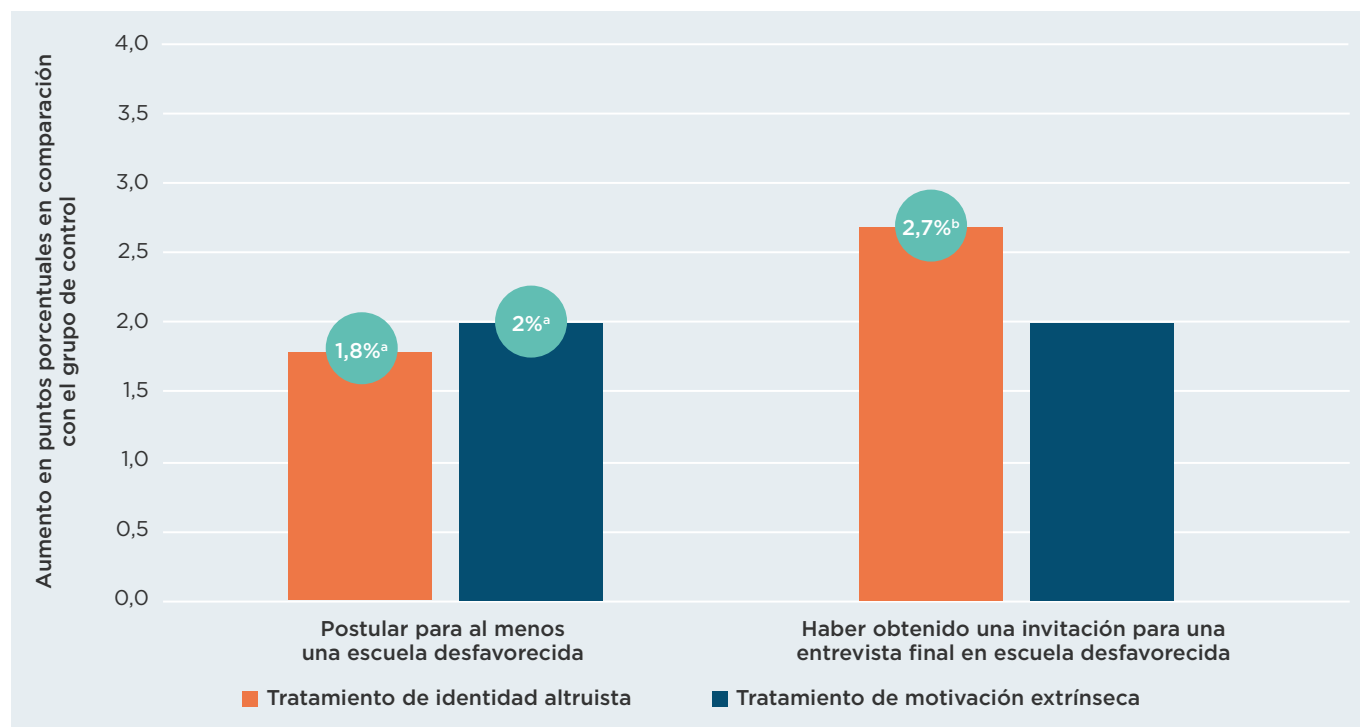
RESULTADOS

Los resultados indicaron que ambos tratamientos tuvieron efectos significativos y positivos en la probabilidad de postular en, al menos, un centro escolar desfavorecido. El tratamiento relacionado con la identidad condujo a un aumento de 1,8 puntos porcentuales y la condición de motivación extrínseca a uno de 2 puntos porcentuales (ambos con un nivel de significancia del 10%) (gráfico 1.4.3).

Se encontraron importantes efectos diferenciales. En primer lugar, parece que los docentes tienen preferencias de género sistemáticamente diferentes en cuanto a los centros educativos, y es más probable que los hombres enseñen en regiones más pobres y remotas. Segundo, los candidatos de “alto rendimiento” dentro de la muestra tuvieron más probabilidades de seleccionar escuelas desfavorecidas en el tratamiento relacionado con la identidad (2,8 puntos porcentuales y un nivel de significancia del 10%), mientras que los candidatos de “bajo rendimiento” reaccionaron más fuertemente con la motivación extrínseca (2,4 puntos porcentuales y un nivel del 10%).

En cuanto a la asignación para la entrevista final, las condiciones basadas en la identidad condujeron a un aumento de la probabilidad de 2,7 puntos porcentuales, con un nivel de significancia del 5% (aunque los resultados a nivel de grupo podrían verse incrementados por los profesores de género masculino y de alto rendimiento, estos términos de interacción carecen de significación estadística). Los efectos en el grupo de motivación extrínseca mostraron un coeficiente positivo, pero también carecen de significación estadística.

GRÁFICO 1.4.3 Efectos del tratamiento sobre dos grupos experimentales en la selección y asignación de escuelas



^a Nivel de significancia estadística del 10% y ^b del 5%.



Los autores estimaron que el costo promedio para cubrir una vacante en una escuela desfavorecida mediante cualquiera de las dos estrategias empleadas en el estudio es de aproximadamente US\$13.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Dada la importancia de brindar igualdad de oportunidades en numerosos sistemas educativos, el estudio hace una contribución valiosa al ofrecer una herramienta rentable

para aliviar los efectos de la autclasificación de maestros, incluida la evidencia de que las intervenciones basadas en la identidad tienen un potencial particular para alterar los procesos de toma de decisiones de candidatos a maestros que fomentan su selección de escuelas desfavorecidas. El uso por parte de muchos países de portales de selección de vacantes en línea hace que el diseño del estudio sea potencialmente replicable fuera del Perú.



GÉNERO




Género

Desde el BID se han llevado a cabo intervenciones en Perú, México y Honduras para alcanzar una mayor igualdad de género. La solución a los problemas abordados en la intersección de género y educación abarcan desde alentar a las mujeres a utilizar las herramientas disponibles y postularse para becas hasta motivarlas para que elijan carreras en campos STEM¹ (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas). En Honduras se utilizó una metodología novedosa para combatir la violencia de género que consistió en emplear anuncios de Facebook con mensajes conductuales dirigidos a las mujeres que sufren este tipo de violencia, alentándolas a buscar ayuda.

La fuerte presencia de normas sociales en esta serie de intervenciones puso de relieve el largo camino que falta transitar para cambiar los estereotipos y expectativas que se tienen de las mujeres en la región. Nuevos modelos a seguir y la simplificación de la información y los procesos pueden ser usados para ayudar a las mujeres y las niñas en diferentes contextos. El recuadro 2.1 identifica las barreras comunes y las herramientas para promover la igualdad de género.

RECUADRO 2.1 Barreras de comportamiento y herramientas relevantes para intervenciones en materia de igualdad de género		
Barreras conductuales	Otras barreras	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Estereotipos de género» Sobrecarga cognitiva» Heurística de la disponibilidad» Costos hundidos» Aversión a la incertidumbre» Falta de confianza» Complejidad de elección» Autoeficacia» Brecha de intención-acción	<ul style="list-style-type: none">» Falta de información	<ul style="list-style-type: none">» Recordatorios» Prominencia» Simplificación» Modelos de conducta» Herramientas de planificación» Identidad propia» Reducción del sesgo de disponibilidad» Desmentir costos hundidos» Reducir la aversión a la incertidumbre

 [Ver definiciones](#)

¹ Siglas en inglés para *science, technology, engineering and mathematics*.

2.1 Promoción de la educación superior entre jóvenes vulnerables con un enfoque de género



PAÍS

Perú



AÑO

2020



EQUIPO

Montserrat Bustelo, Gregory Elacqua, Andrea Juscamaita, Carolina Méndez, Alejandra Montoya, Claudia Piras, María Fernanda Prada y Ana María Rojas.

CONTEXTO

A menudo, las decisiones relacionadas con la educación superior se realizan en un contexto de información imperfecta. Estas decisiones son altamente complejas y resultan críticas para definir el futuro de los estudiantes, en especial para los de bajo nivel socioeconómico, ya que tienen menos acceso a información y disponen de una menor cantidad de mecanismos para superar los errores que puede presentar. Además, la existencia de estereotipos y sesgos de género pueden influenciar este proceso, particularmente a la hora de elegir el tipo de carrera y de institución educativa según su nivel de exigencia y calidad.

En Perú, el Programa Nacional de Becas y Crédito (PRONABEC) ofrece Beca 18 para que los estudiantes de bajos recursos y alto rendimiento académico puedan estudiar una carrera de educación superior. El programa ofrece herramientas para guiarlos en el proceso de elección de carrera y postulación para instituciones educativas, ya que estos constituyen los pasos previos requeridos para aspirar a la beca.

EL PROYECTO

El PRONABEC y el BID realizaron un estudio experimental para incentivar el uso de las herramientas que PRONABEC ofrece a los potenciales beneficiarios de Beca 18 para facilitar el proceso de elección de carrera y postulación a la educación superior. El objetivo final del estudio fue mejorar la calidad del proceso de solicitud en 2020 alentando a los solicitantes a elegir instituciones educativas y carreras más competitivas con un alto rendimiento económico, con especial énfasis en las mujeres.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Falta de confianza
- » Estereotipos de género
- » Complejidad de elección



[Ver definiciones](#)



Herramientas conductuales

- » Recordatorios
- » Identidad



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Falta de confianza: Entre otras causas, la falta de autoconfianza de las mujeres podría propiciar la selección de carreras e instituciones menos competitivas y desafiantes.

Estereotipos de género: Los estereotipos tradicionales de género podrían ser los responsables de la selección de carreras asociadas a trabajos “típicamente femeninos”, que tienden a tener menores retornos económicos. Por ejemplo, las mujeres son menos propensas a elegir carreras en campos de STEM.

Complejidad de elección: Aunque el proceso de calcular el puntaje de selección es público, este es muy complejo. Puede hacer que una decisión difícil sea aún más difícil. Por eso, el PRONABEC ofrece una herramienta de oferta educativa que provee información detallada y fácil de entender acerca de las consecuencias de la elección de carrera-institución de educación sobre el puntaje de selección (ejemplos concretos y posibilidades de comparación entre elecciones).

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: Se enviaron durante el proceso de solicitud con el objetivo de motivar a los estudiantes que podrían haber estado postergando sus planes debido a diferentes barreras de comportamiento a postularse a BECA 18.

Preparación de la identidad: Las mujeres recibieron mensajes que tenían como objetivo aumentar la confianza en sí mismas.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La intervención consistió en enviar mensajes de texto recordatorios a todos los postulantes preseleccionados durante el proceso de solicitud, que comenzó el 6 de enero y finalizó el 1 de marzo con el cierre de la solicitud electrónica. Los investigadores promocionaron los mensajes utilizando las herramientas que PRONABEC pone a disposición a través de su Plataforma de Apoyo y Orientación-PAO (PAO, 2020) para asistir en la fase de solicitud. Estas herramientas comprenden una prueba de orientación vocacional, información sobre las instituciones de educación superior y los campos de estudio que se ofrecen en el país, y simulacros de exámenes de ingreso a la universidad para que los estudiantes practiquen y revisen el contenido típicamente evaluado por los exámenes reales, así como recordatorios de fechas importantes.

Para evaluar si los mensajes de texto lograron promover la elección de carreras de alto retorno económico e instituciones educativas de calidad, las mujeres fueron asignadas aleatoriamente a un grupo de tratamiento y otro de control. Ambos grupos, al igual que los hombres, recibieron los recordatorios básicos, pero las mujeres del grupo de tratamiento recibieron, además, mensajes de autoconfianza para motivarlas a tomar una acción que las favoreciera.

- » Duración: 6 semanas (17 de enero - 27 de febrero).
- » Método: recordatorios en mensajes de texto.
- » Dirigida a todos los postulantes preseleccionados: hombres y mujeres.

Entre los preseleccionados, se identifican tres grupos:

1. Hombres que recibieron mensajes estándar ($n = 4.389$).
2. Mujeres que recibieron mensajes estándar (grupo de control: $n = 1.871$).
3. Mujeres que reciben los mensajes diferenciados (grupo de tratamiento: $n = 1.872$).



DESAFÍOS

- » El principal desafío presentado en el estudio resultó del diseño de la intervención para garantizar que ningún solicitante se encontrara en desventaja, lo que significaba que todos los solicitantes preseleccionados recibían mensajes con información sobre el proceso de solicitud y los beneficios de las herramientas PAO. Debido a esto, no se pudo evaluar el impacto de los mensajes informativos sobre el porcentaje de postulantes preseleccionados que solicitaron la beca.

RESULTADOS

Los resultados del estudio sugirieron que los mensajes de autoconfianza y motivación enviados a las mujeres tratadas aumentaron el uso de los exámenes simulados, una de las tres herramientas de la plataforma PAO, especialmente el mismo día en que se utilizó la herramienta de orientación vocacional. Los mensajes diferenciados para las mujeres tratadas parecían incrementar la probabilidad de utilizar los exámenes simulados el día de la orientación profesional y aumentaron el número de veces que los tomaron las mujeres preseleccionadas.

La intervención también incrementó el uso de la herramienta de oferta educativa (OE), pero solo para las mujeres “graduadas”, es decir, aquellas que postularon a la beca después de haber completado el nivel secundario en lugar de hacerlo en el último año del mismo. En este grupo el uso de la herramienta se incrementó en 3,9 puntos porcentuales.

A pesar de que los mensajes no lograron tener un efecto diferenciado en el uso de la herramienta de OE, sí afectaron el momento en el que se la usó. Para advertir esto, se analizó el uso diario de la OE y los simulacros luego de enviar cada mensaje.

Se encontró que el uso de la OE entre las mujeres tratadas se incrementó en los días posteriores a recibir el mensaje, pero solo cuando los mensajes diferenciados mencionaron específicamente dicha herramienta. Por otra parte, el uso de simulacros no se incrementó significativamente con ningún mensaje en particular, lo que sugiere que el efecto encontrado en la OE efectivamente responde al contenido del mensaje.

Se observó que la intervención no tuvo ningún efecto sobre el uso de la herramienta de orientación vocacional (OV) y tampoco logró cambiar la probabilidad de que una mujer postulara o ganara Beca 18. El estudio también encontró que las mujeres que recibieron los mensajes se postularon a instituciones de menor calidad que las que no los recibieron. Afortunadamente, estas diferencias no se tradujeron en diferencias significativas en el puntaje de selección y, por lo tanto, no afectaron la probabilidad de ganar la beca. No se encontró ningún efecto significativo en la selección de carreras de alto rendimiento. El análisis descriptivo arrojó que en 2020 las tasas de postulación para la beca de las mujeres (tanto de las que recibieron los mensajes de motivación y confianza, como de las que no) superaron a las de los hombres.

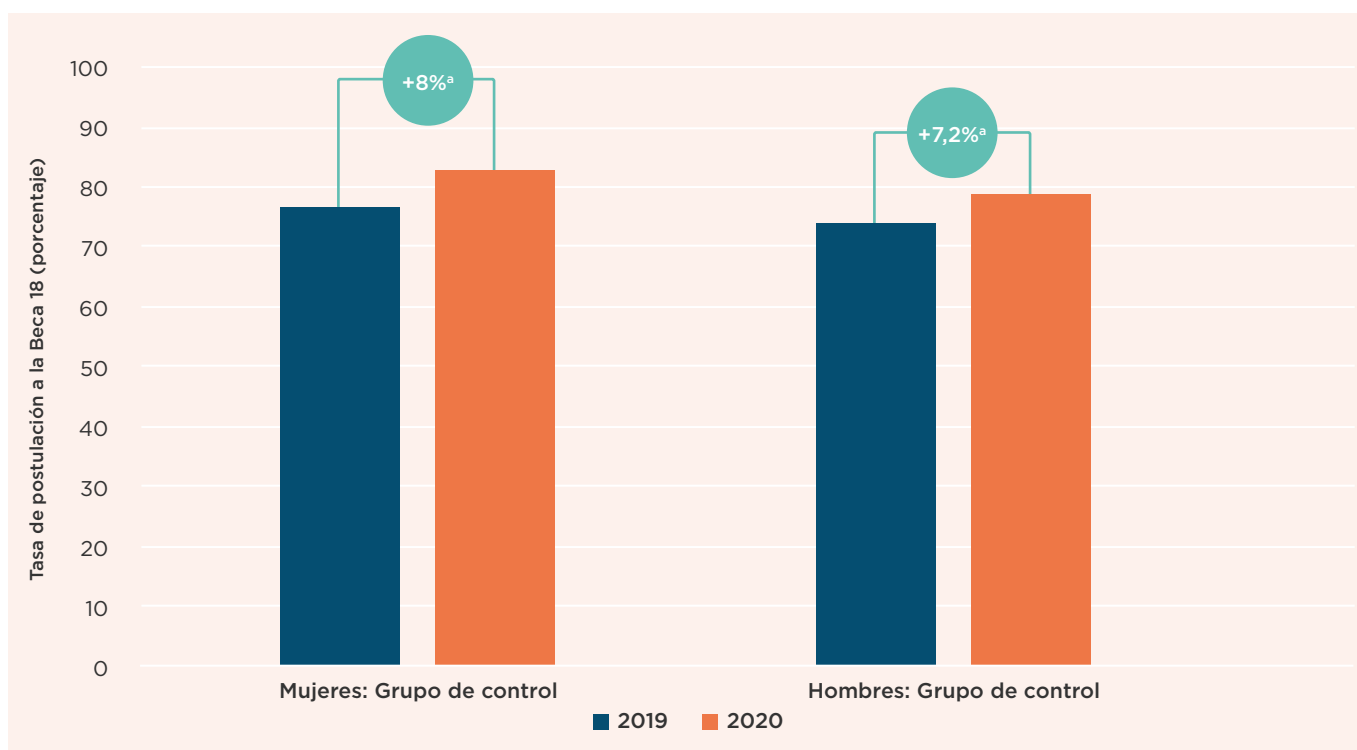
Finalmente, si se comparan estos resultados con los del año anterior, se registró un aumento de 6,2 puntos porcentuales en las tasas de postulación de las mujeres y de 5,3 en las de los hombres (gráfico 2.1.1).

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

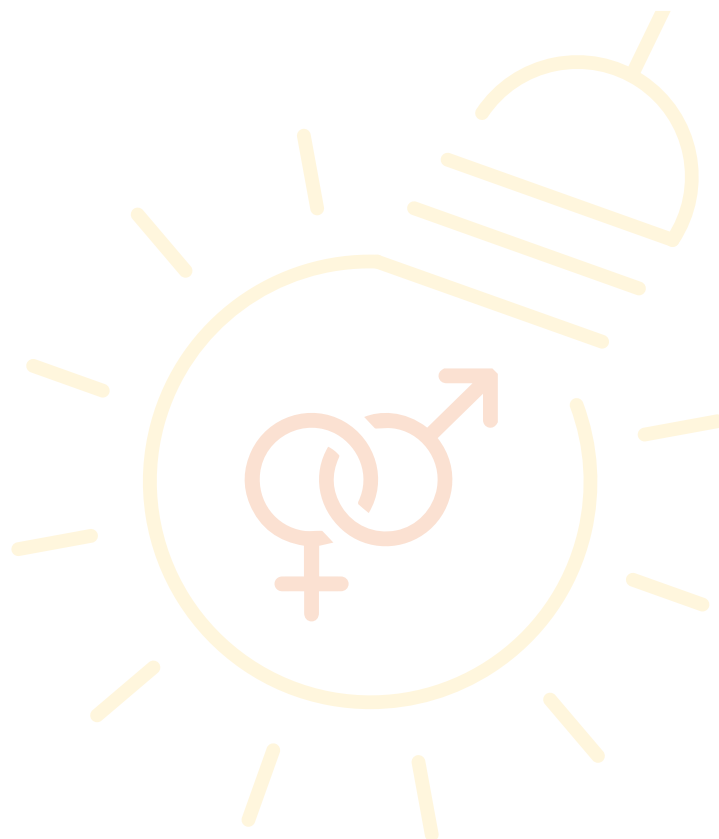
- » **Dado el bajo costo de los mensajes de texto, sería útil para los gobiernos explorar más a fondo el efecto de los mensajes informativos en las decisiones educativas de las mujeres.**



GRÁFICO 2.1.1 Tasas de postulación a la Beca 18 en universidades de Perú, 2019 y 2020



^a Nivel de significancia estadística del 1%.



2.2 Cerrar la brecha de género en las carreras STEM mediante las ciencias del comportamiento



PAÍS

México



AÑO

2018



EQUIPO

Montserrat Bustelo, Margarita Gómez, Claudia Piras, Marlene Saint-Martin, Pablo Soto-Mota y Miguel Székely.

CONTEXTO

Si bien las disparidades de género afectan a los mercados laborales de todos los sectores, son especialmente pronunciadas en los campos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas (STEM). En América Latina y el Caribe, las mujeres representan el 60% del total de estudiantes egresados de las carreras de nivel terciario, pero sólo el 30% de los egresados de las disciplinas de STEM; en México, los empleos de trabajo mejor pagados se encuentran en estos campos. En efecto, la baja representación femenina en STEM y las elevadas diferencias salariales con respecto a otros empleos reproducen las desigualdades y brechas salariales de género, que en México ascienden al 16,7% (OIT, 2018). Consecuentemente, aumentar la representación femenina en estos campos podría ayudar a promover la igualdad de género en el mercado laboral.

EL PROYECTO

En 2018, se realizó este estudio sustentado en las ciencias del comportamiento para aumentar el interés de las estudiantes por carreras STEM en escuelas de la Ciudad de México. Para ello, se implementó un diseño cuasiexperimental con dos brazos

de tratamiento y en colaboración con la Secretaría de Educación Pública del país.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Autoeficacia
- » Normas sociales
- » Estereotipos

Otras barreras

- » Falta de información

Herramientas conductuales

- » Prominencia
- » Modelos de conducta
- » Simplificación



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Autoeficacia: Influenciadas por la identidad, las normas y los estereotipos, las mujeres pueden percibir que su autoeficacia para realizar actividades relacionadas con STEM es menor que la de los estudiantes varones, lo que puede reducir su motivación hacia este tipo de disciplinas.

Normas sociales: Las normas también pueden tener un efecto adverso en las mujeres, dado que podrían hacerlas creer que “la mayoría de las mujeres no estudian carreras STEM” o incluso que “las mujeres sólo deberían ocuparse del hogar y tener hijos”.

Estereotipos: Las estudiantes pueden percibir que los campos STEM son más adecuados para los hombres o tener que enfrentarse a ciertos prejuicios de los hombres en relación a que las mujeres son menos adecuadas para este tipo de disciplinas.

OTRAS BARRERAS

Falta de información: Las personas carecen de información relevante cuando, por ejemplo, la información es difícil de obtener, es escasa o aparentemente difícil de entender. Asimismo, las estudiantes pueden tener menos conocimientos sobre el proceso de solicitud de carreras STEM que sus pares varones.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Prominencia: Se hizo hincapié en el rendimiento sobresaliente de las estudiantes para reducir su sesgo de autoeficacia.

Modelos de conducta (*role models*): Para las estudiantes, una mujer exitosa en el campo de las disciplinas STEM puede ser un modelo a seguir.

Simplificación: Se entregó una guía práctica para solicitar el ingreso a la universidad, destinada a reducir las barreras de falta de información y complejidad del proceso.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Se administró una encuesta a más de 12.000 estudiantes de nivel secundario en México y se descubrió que las estudiantes se enfrentan a “cuellos de botella” de comportamiento en cuanto a las carreras STEM (como sesgos de estereotipos, de normas sociales y de autoeficacia, falta de información y complejidad de elección). Para superar estas barreras, se realizó un estudio que incluyó a 3.650 estudiantes de 32 escuelas públicas en la Ciudad de México.

La intervención se centró en mujeres con alto rendimiento en materias científico-matemáticas que estuvieran cursando el último año de enseñanza secundaria, quienes fueron aleatoriamente agrupadas en dos brazos de tratamiento y recibieron cartas personalizadas. Las cartas de las estudiantes del primer brazo contenían la historia de un modelo a seguir para hacer frente a los estereotipos de género y, las del segundo, una guía práctica para solicitar el ingreso en la universidad destinada a reducir las barreras de falta de información y complejidad del proceso. Ambas cartas incluían un mensaje prominente que resaltaba las mejores calificaciones de cada estudiante para aumentar la percepción de autoeficacia. Finalmente, el resto de las estudiantes conformaron el grupo de control y recibió una carta (placebo) con información básica sobre las carreras relacionadas con el campo STEM.

DESAFÍOS

» No se informaron desafíos para esta intervención.

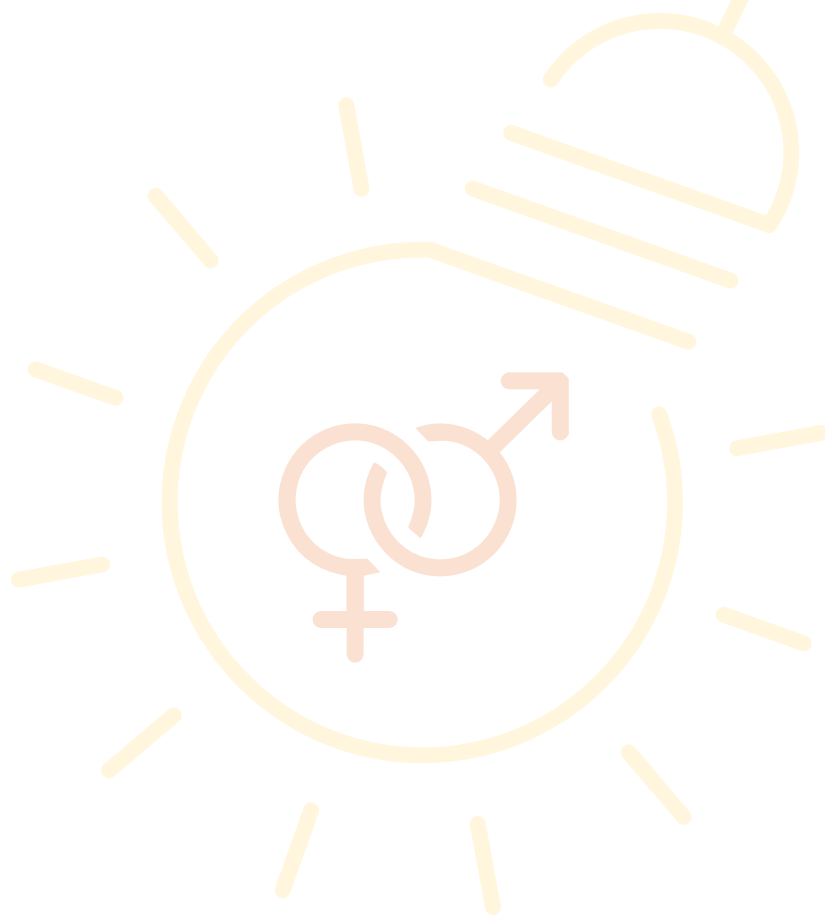
RESULTADOS

Hubo indicios de que las cartas con información conductual aumentaron las preferencias de las mujeres del grupo de tratamiento por las matemáticas en comparación con las del grupo de control, si bien las intervenciones no tuvieron un efecto significativo en sus decisiones de estudiar carreras STEM.



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Los resultados del estudio destacaron dos áreas principales para futuras investigaciones para alentar a las mujeres a estudiar campos STEM y acelerar la igualdad de género en el mercado laboral. Los investigadores podrían, en primer lugar, investigar los efectos de exponer a las estudiantes a información sobre carreras STEM en una etapa temprana de la escuela secundaria. En segundo lugar, podrían explorar el impacto de proporcionar información a los padres, ya que el trabajo de campo confirma que las normas sociales familiares influyen en la elección de carrera de las mujeres.



2.3 Animar a buscar ayuda a las supervivientes de la violencia contra las mujeres en Honduras



PAÍS

Honduras



AÑO

2020



EQUIPO

Paloma Bellatin, Monserrat Bustelo, Chloe Bustin, Nidia Hidalgo y Mónica Wills Silva.

CONTEXTO

Más de una cuarta parte de las mujeres hondureñas de entre 15 y 49 años han sufrido al menos un acto de violencia física y más de una quinta parte han sufrido violencia por parte de su pareja en una relación durante el último año (2019-20); sin embargo, sólo una pequeña parte de esas mujeres ha buscado el apoyo institucional que brindan la policía, los tribunales o las organizaciones de mujeres. La violencia contra las mujeres (VCM) es aún más pronunciada en tiempos de crisis y dificultades económicas como los que se están viviendo actualmente con la pandemia de COVID-19, en la cual el imperativo de aislamiento y distanciamiento social ha limitado las oportunidades de las supervivientes de buscar ayuda externa y acceder a los recursos institucionales (como la red de apoyo social de amigos y familiares). En conjunto, estos factores demuestran la importancia de investigar cómo apoyar mejor a las sobrevivientes de la VCM para que accedan a la ayuda institucional.

EL PROYECTO

Este proyecto puso a prueba la eficacia de diferentes anuncios de Facebook, sustentados en las ciencias del comportamiento, sobre la probabilidad de

que las mujeres busquen información acerca de los servicios de apoyo o ayuda en casos de violencia contra la mujer. Se llevó a cabo una prueba controlada aleatoria (RCT, por sus siglas en inglés) con múltiples brazos de tratamiento en Facebook y en colaboración con el Behavioral Insights Team (BIT), el Instituto Nacional de la Mujer (INAM) y Ciudad Mujer en otoño de 2020. Ciudad Mujer es un centro de atención integral que ofrece múltiples servicios a las mujeres, tales como asesoramiento y prevención de la violencia de género.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Aversión a la incertidumbre
- » Heurística de la disponibilidad
- » Falacia del costo hundido
- » Brecha de intención-acción



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Identidad propia
- » Simplificación
- » Reducir el sesgo de disponibilidad
- » Reducir los costos hundidos
- » Herramientas de planificación
- » Reducir la aversión a la incertidumbre



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Aversión a la incertidumbre: Las mujeres en situaciones de violencia son especialmente susceptibles a este sesgo que ocurre cuando se da el salto mental entre la intención de buscar ayuda y la acción de buscarla, lo que ocasiona que se enfrenten a un nivel de incertidumbre muy elevado.

Heurística de la disponibilidad: Es posible que las mujeres no identifiquen los abusos emocionales y financieros como una forma de violencia porque la representación mental disponible la asocia principalmente con la violencia física y no con las demás formas.

Falacia del costo hundido: Cuando las mujeres piensan en la inversión que realizaron en una relación, en términos de emociones, tiempo y energía, disminuyen sus probabilidades de terminarla.

Brecha de intención-acción: Entre otros motivos, una mujer puede abstenerse de terminar una relación violenta debido a estímulos tentadores (por ejemplo, su compañero empieza a actuar de forma amable por un tiempo) o al hecho de no conseguir suprimir ciertas respuestas del comportamiento (como el miedo a las represalias).

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Identidad propia: La intervención utilizó gráficos narrativos para retratar personajes y situaciones

que las mujeres de Honduras pueden reconocer y con los que pueden relacionarse.

Simplificación: Actuar para detener la violencia contra la mujer puede parecer un reto insuperable, por lo que simplificar los pasos para ello podría ayudar a las supervivientes a seguir con sus intenciones de hacerlo.

Reducir el sesgo de disponibilidad presentando diferentes formas del mismo fenómeno: Si las mujeres no perciben el abuso emocional y financiero como violencia porque su representación mental se limita a la violencia física, el presentarles diferentes formas de VCM podría ayudarlas a reconocer dichos abusos.

Reducir la falacia del costo hundido: Una estrategia para superar el frecuente enfoque de los costos hundidos consiste en presentar a las mujeres realidades contrafactuales sobre cómo podría ser su vida sin una relación violenta, lo que les permitiría imaginar un futuro mejor en el que tienen el potencial de “ganar algo” –y no sólo de “perder algo”– al terminar una relación violenta.

Herramientas de planificación: Se presentaron las tareas de buscar información en un sitio web, planificar el tiempo para llamar a una línea de atención telefónica y preparar los puntos para sostener dicha conversación.

Reducir la aversión a la incertidumbre: Las medidas que abordan directamente algunas de las incertidumbres que tienen las mujeres pueden ayudar a superar esta aversión. Si las mujeres temen sufrir represalias por su acción (por ejemplo, el denunciar a un agresor) cuando dan el paso inicial contra la violencia de género, el hacer hincapié en los protocolos de confidencialidad y aclarar los pasos siguientes podrían ayudar a reducir dicha incertidumbre.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Como primer paso, este estudio realizó una investigación cualitativa sobre los principales factores que frenan a las mujeres a buscar ayuda. Dicha investigación se llevó a cabo en El Salvador, pero los resultados se validaron en Honduras, país en el que tuvo lugar la parte cuantitativa del estudio.



El ensayo se centró en una población de mujeres hondureñas usuarias de Facebook y la convocatoria se realizó mediante anuncios en esta red social. **En efecto, los anuncios se mostraron a usuarios que:**

- » Vivían en Honduras.
- » Se identificaban como mujer.
- » Tenían entre 18 y 65 años.
- » Hablaban español como lengua principal.

Las participantes fueron distribuidas aleatoriamente en cinco grupos, cuatro de tratamiento (T1 a T4) y uno de control (cuadro 2.3.1). Esta aleatorización se automatizó a través de Facebook, utilizando su algoritmo de asignación de pruebas A/B. Además, para definir los parámetros de potencia se realizó un piloto por un día en julio de 2020.

Los cinco grupos se muestran en el cuadro 2.3.1.

Este estudio exploró una variable primaria, una secundaria y una exploratoria:

- » La variable **“visitas al contenido”** se observó cuando las mujeres hicieron clic en los anuncios y accedieron a la página web de Ciudad Mujer. Dicha variable se operativizó como la proporción de visitas a la página web de cada grupo de tratamiento.
- » La variable **“contacto”** contó el número de mujeres que hicieron clic en los canales de contacto de Ciudad Mujer (WhatsApp, correo electrónico, Facebook, LinkedIn y Twitter). Al igual que con el primer resultado, la proporción se midió en relación con todas las participantes dentro de cada grupo de tratamiento.
- » La variable exploratoria **“llamadas a la línea de emergencia 911”** (para la que se requirió previamente el consentimiento de las participantes) se midió al preguntarles si habían visto un anuncio en Facebook o Instagram antes de llamar al 911 y, si decían que sí, se les consultaba cuál imagen habían visto.

CUADRO 2.3.1 Resumen de las condiciones experimentales

Grupo	Intervención	Alcance (núm. de mujeres)
Control	Mensaje estándar sobre la llamada al 911 en caso de violencia.	168.992
T1: Aversión a la incertidumbre.	Reducir la aversión a la incertidumbre aclarando los próximos pasos (gráfico 2.3.1).	155.073
T2: Identificación errónea de la violencia.	Ayudar a las sobrevivientes de violencia a identificar sus diferentes formas.	170.977
T3: Falacia del costo hundido.	Resignificar la idea de costos hundidos con una imagen de un futuro mejor (gráfico 2.3.2).	167.585
T4: Falta de planes de seguridad.	Reducir la brecha entre la intención y la acción mediante la entrega de una lista de verificación de los próximos pasos. Fomentar las intenciones de implementar la acción.	166.818
Total		829.445

GRÁFICO 2.3.1 T1: Tratamiento de la aversión a la incertidumbre



GRÁFICO 2.3.2 T3: Tratamiento la falacia del costo hundido



DESAFÍOS

- » El uso de los anuncios de Facebook supuso un reto, ya que los investigadores no pudieron controlar el mecanismo de aleatorización y el balance entre los grupos (por ejemplo, el número de participantes entre los grupos de tratamiento no estaba totalmente

equilibrado) y la métrica de alcance de Facebook no brinda una estimación precisa de los resultados (como esta imprecisión afectó a todos los brazos de tratamiento por igual, no se supone que haya causado un sesgo en los resultados).

- » En tanto solo se pudieron observar las actividades en línea, la validez de los resultados podría limitar su generalización (validez externa). Si luego del tratamiento las mujeres decidieron acudir a los servicios de apoyo en persona, tales visitas no pudieron ser registradas para incluirlas en los resultados.

RESULTADOS

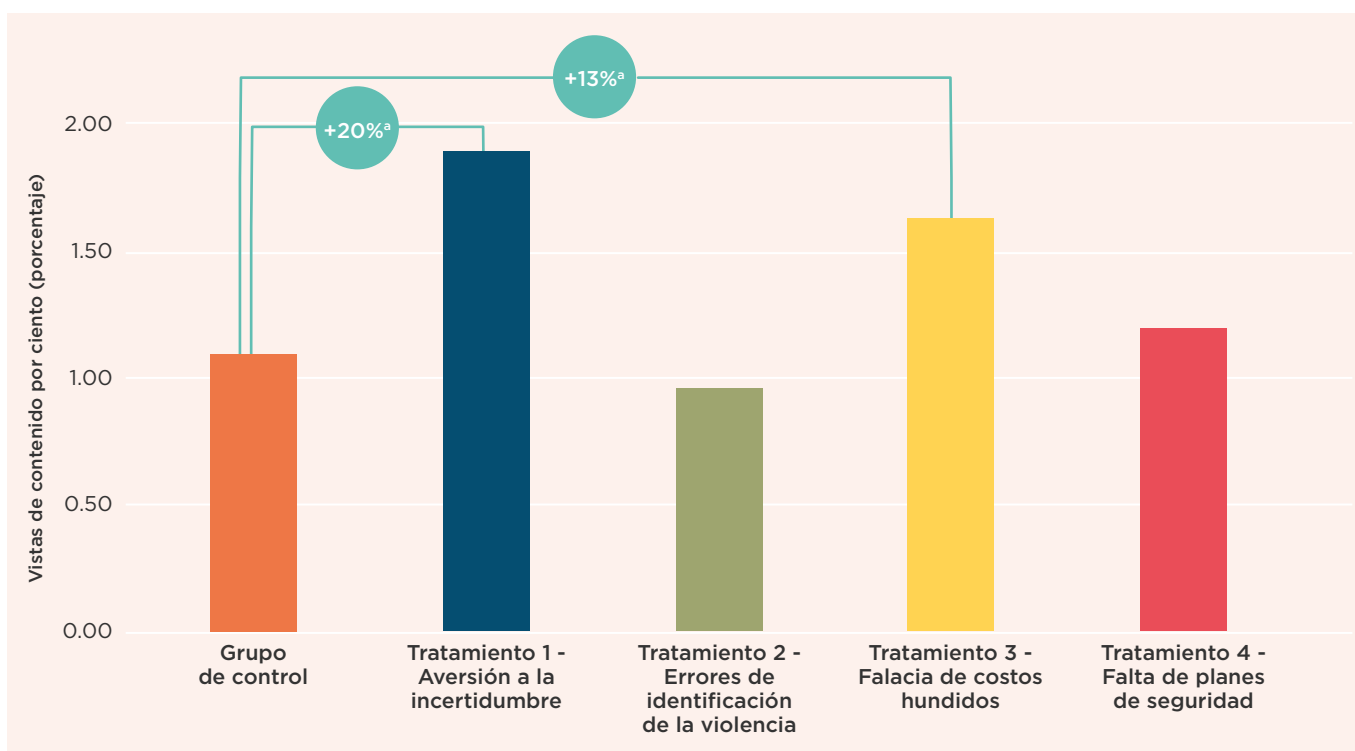
En el primer grupo de tratamiento (que aborda la aversión a la incertidumbre), las mujeres tuvieron un 19,4% más de probabilidades de visitar el sitio web de Ciudad Mujer (visualizaciones de contenido) que el grupo de control, mientras que las mujeres del tercer grupo de tratamiento (costos hundidos) tuvieron un 12,9% más de probabilidades de hacerlo (gráfico 2.3.3). Ambos resultados fueron significativos al nivel del 1% y se ajustaron para múltiples comparaciones. El segundo (formas de violencia) y el cuarto (intenciones de implementación) no alcanzaron los umbrales de significación estadística.

Los cuatro brazos de tratamiento estuvieron asociados con aumentos significativos y positivos en el número de mujeres que hicieron clic en los canales de contacto de Ciudad Mujer, en comparación con el grupo de control (gráfico 2.3.4). Aunque los niveles generales de contacto fueron bajos (un 0,07% para el grupo de control), las mujeres que recibieron el tratamiento de costos hundidos tuvieron más del doble de probabilidades de hacer clic en el botón de contacto.

El análisis de subgrupos mostró que la probabilidad de mirar estos contenidos fue superior para las participantes de mayor edad que para las más jóvenes. Para estas últimas, el mostrar diferentes formas de violencia (T2) resultó el tratamiento más exitoso, mientras que para las participantes de mayor edad fue más prometedor el tratamiento de aversión a la incertidumbre (T1).

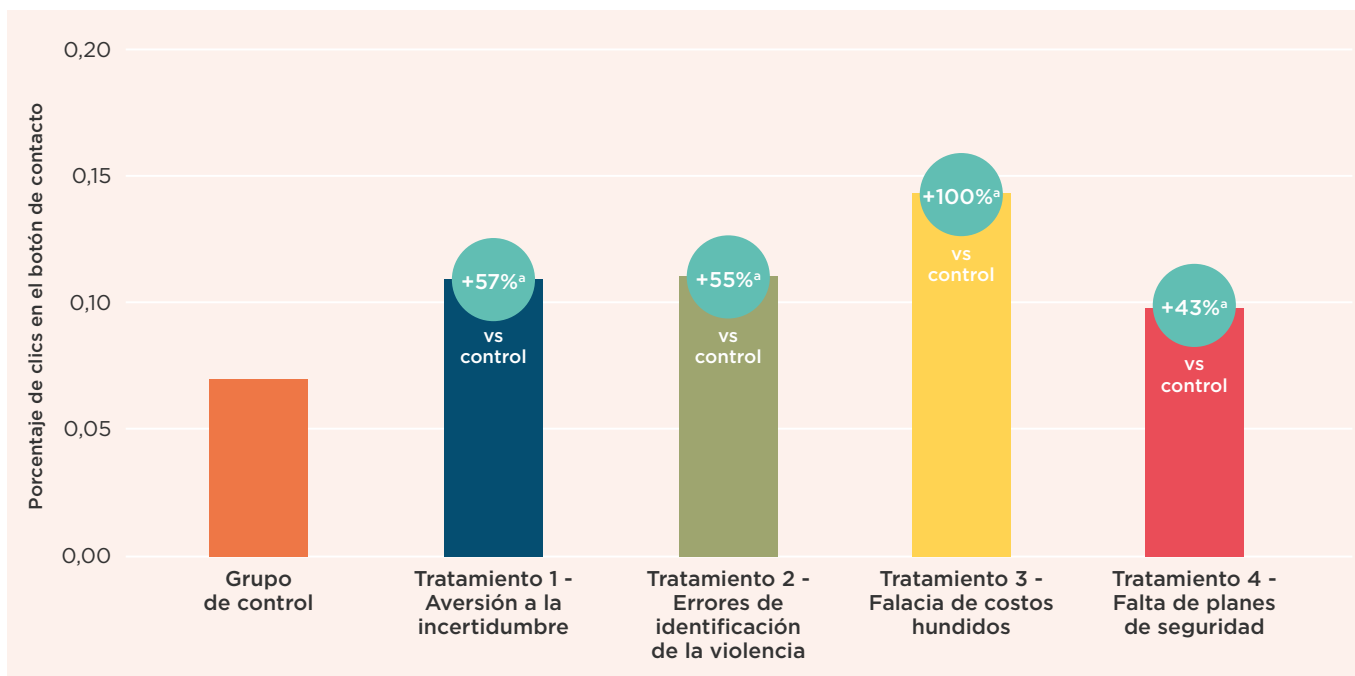


GRÁFICO 2.3.3 Efectos del tratamiento en el número de vistas del contenido



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

GRÁFICO 2.3.4 Efectos del tratamiento en el intento de establecer contacto con Ciudad Mujer



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

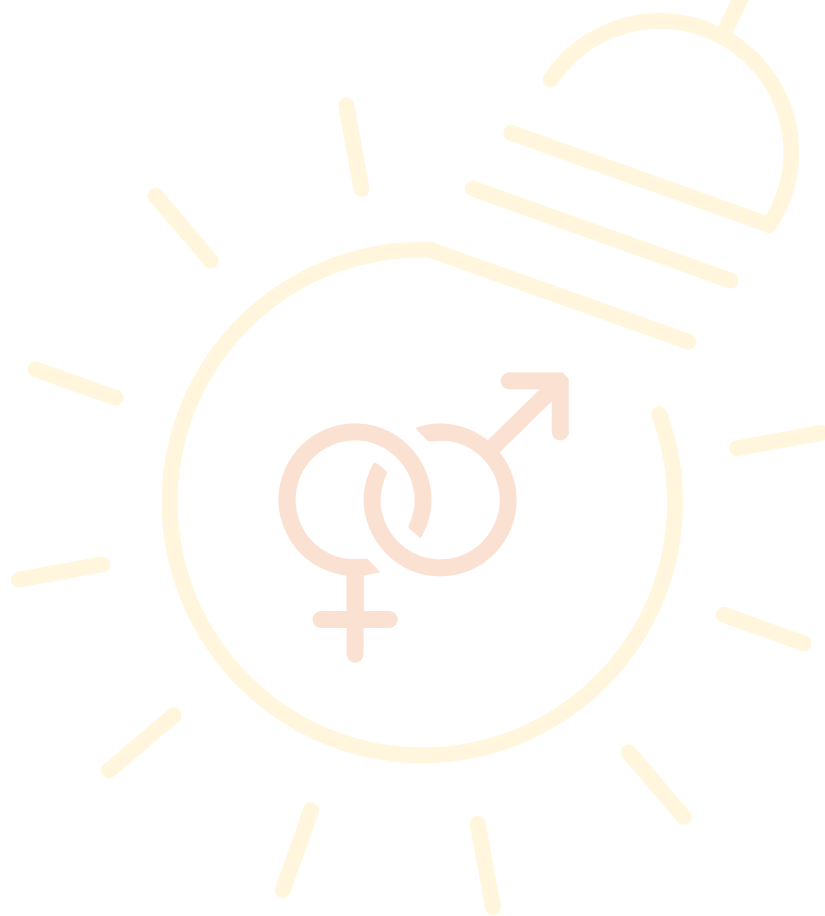
- » **Este estudio descubrió un enfoque viable y sustentado en las ciencias del comportamiento para alentar a las sobrevivientes de la violencia contra la mujer a buscar ayuda.**

Al combinar información cualitativa y cuantitativa, el diseño demostró ser muy útil para probar diferentes alternativas antes de proceder a darle un alcance nacional.

- » Las redes sociales son una herramienta útil para llegar a las mujeres supervivientes de la violencia contra la mujer en situaciones de crisis, como lo es la pandemia de COVID-19.

Los resultados indicaron la necesidad de probar diferentes mensajes antes de lanzar campañas nacionales y las intervenciones en línea constituyen una herramienta fácilmente disponible. En este estudio los mensajes más eficaces (aversión a la incertidumbre y costos hundidos) se incluyeron en una campaña nacional de comunicación a través de anuncios de radio y televisión.

- » Para aumentar las probabilidades de que las mujeres actúen en contra de la violencia de género, las futuras intervenciones podrían servirse de los resultados de este estudio, dado que el énfasis positivo (por ejemplo, las oportunidades futuras) parece ser más eficaz que los mensajes negativos.



SALUD



Salud

En cuanto a salud, las intervenciones se llevaron a cabo en toda la región, desde México hasta Argentina, y abordaron una amplia gama de problemas, como el desarrollo infantil, el cuidado prenatal, la vacunación y las prescripciones. El uso de recordatorios fue exitoso para incrementar las visitas de cuidado prenatal en Guatemala y Perú. En Argentina, las normas sociales descriptivas ayudaron a reducir la prescripción innecesaria de medicamentos a adultos mayores. Un paquete de entrenamiento para padres de familia, que

fue lanzado en el Caribe, ayudó a incrementar el conocimiento de las madres sobre el desarrollo infantil e incluso a mejorar el desarrollo cognitivo de los niños. En El Salvador también se examinó la utilización de intervenciones conductuales para mejorar la adherencia a un tratamiento de micronutrientes. En el recuadro 3.1 se enumeran las barreras conductuales observadas y las herramientas utilizadas en las intervenciones en el área de la salud.

RECUADRO 3.1 Barreras conductuales y herramientas relevantes para intervenciones en materia de salud		
Barreras conductuales	Otras barreras	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Sesgo del <i>statu quo</i>» Sesgo del presente» Exceso de optimismo» Heurística de la disponibilidad» Sobrecarga cognitiva» Normas sociales» Exceso de confianza» Atención limitada» Sesgo de optimismo» Mentalidad de escasez» Factores que incomodan» Desconfianza» Prominencia	<ul style="list-style-type: none">» Falta de información	<ul style="list-style-type: none">» Encuadre» Recordatorios» Simplificación» Normas sociales» Prominencia» Retroalimentación» Aversión a la pérdida» Identidad de grupo» Mentoría de pares» Normas sociales descriptivas

 [Ver definiciones](#)

3.1 Desarrollo de los niños en la primera infancia: una intervención en centros de salud dirigida a padres



PAÍSES

Jamaica, Antigua y Barbuda, y Santa Lucía.



PERÍODO

2011-13



EQUIPO

Helen Baker-Henningham, Susan Chang, Sally Grantham-McGregor, Florencia López-Boo, Christine Powell, Marcos Vera-Hernández y Susan Walker.

CONTEXTO

En los países con ingresos bajos y medianos, numerosos niños menores de 5 años no alcanzan el pleno desarrollo de su potencial debido a los riesgos asociados con la pobreza, la desnutrición y una estimulación inadecuada. En este sentido, se ha recomendado integrar en los servicios de salud y nutrición intervenciones relacionadas con el desarrollo de los niños en la primera infancia. Sin embargo, la información sobre cuáles de ellas serían las más efectivas y factibles de desarrollar en dichos servicios todavía es limitada.

EL PROYECTO

Se trabajó con tres países caribeños para desarrollar un programa de estimulación para la primera infancia. El programa fue asignado aleatoriamente a grupos que se conformaban durante las visitas rutinarias de vacunación de los padres a los centros de atención primaria de salud. Se evaluaron los beneficios en términos de aumentar los conocimientos de los padres, la cantidad de estimulación proporcionada a los niños y sus niveles de desarrollo.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del *statu quo*
- » Sesgo del presente
- » Mentalidad de escasez

Herramientas conductuales

- » Simplificación



[Ver definiciones](#)

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del *statu quo*: Los padres de familia pueden optar por mantener el *statu quo* y percibir la adopción de medidas para fomentar el desarrollo de los hijos como una pérdida.



Sesgo del presente: Los padres pueden estar sesgados y no tomarse el tiempo para invertir en el desarrollo de sus hijos porque los buenos resultados se ven en el largo plazo.

Mentalidad de escasez: Informarse sobre las mejores prácticas para la crianza de los hijos puede parecer complicado y ser postergado cuando los padres están demasiado preocupados por compromisos financieros y de tiempo.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Simplificación: El diseño adoptó una versión simplificada de la información sobre las mejores prácticas de crianza. Esta información fue dividida en partes y entregada por un profesional con el objetivo de enseñar a los padres las mejores prácticas durante sus chequeos de rutina de atención primaria.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

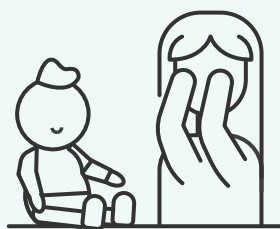
En el Caribe, las clínicas de salud materno-infantil son centros de atención primaria que normalmente funcionan una vez a la semana. La intervención consistió en administrar un paquete de capacitación a las madres de bebés de entre 3 y 18 meses

de vida que visitaban las clínicas, durante el tiempo de espera que tenían para ser atendidas por una enfermera. El paquete estaba compuesto por videos, una discusión con una demostración posterior y un período de tiempo para practicar diversas actividades, así como también por tarjetas con mensajes y unos cuantos materiales de juegos para llevar a la casa (gráfico 3.1.1).

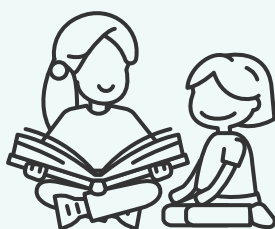
Los videos presentaron una serie de mensajes sobre el desarrollo infantil. Se desarrollaron nueve módulos, cada uno de aproximadamente tres minutos de duración, abarcando los siguientes temas: i) el amor; ii) consolar a un bebé; iii) hablar a los bebés y los niños; iv) el halago o el reconocimiento; v) aprovechar el momento del baño para jugar y aprender; vi) leer libros; vii) los juguetes sencillos que las madres pueden fabricar; viii) los dibujos y juegos, y ix) los rompecabezas.

Un ensayo aleatorizado grupal se llevó a cabo en 29 centros de salud del Caribe, agrupados por país (Jamaica, Antigua y Barbuda, y Santa Lucía). Se asignaron centros de salud al grupo de control ($n = 15$) y a un grupo de tratamiento ($n = 14$). Los resultados primarios (cognición, lenguaje y coordinación ojo-mano de los niños) y secundarios (conocimientos del cuidador, prácticas, depresión posparto y crecimiento del niño) se midieron luego de la visita a la clínica, 18 meses después del parto. El cuadro 3.1.1 ofrece un desglose de los costos de esta intervención.

GRÁFICO 3.1.1 Ilustraciones del tratamiento



Jugar al escondite



Leer libros al bebé



Estimular la exploración



DESAFÍOS

- » Los trabajadores de la salud de la comunidad y el personal de enfermería fueron capacitados para conversar con las madres sobre los mensajes de los videos y la demostración de las actividades que habían visto. Estos equipos de salud recibieron un manual que incluía los objetivos del programa, las directrices para hacer participar a las madres en el debate y las sesiones de demostración, pudiendo también recomendar contenidos para cada sesión. Asimismo, fueron capacitados en talleres y recibieron ciertas directrices (*coaching*) en clínicas por parte de un supervisor del equipo de investigación, quien también estaba encargado de monitorear la calidad de la implementación.
- » Los principales desafíos de la implementación estuvieron relacionados con la carga de trabajo del personal y la gestión del grupo durante la capacitación del equipo médico.

RESULTADOS

Los análisis multinivel mostraron que la intervención en los centros de salud tuvo beneficios considerables para el desarrollo cognitivo de los niños y en los conocimientos de las madres sobre su crianza (gráfico 3.1.2).

- » Las puntuaciones promedio de los niños tratados en la visita a los centros de salud 18 meses después de la intervención fueron mayores que las de los niños del grupo de control, con una DE de 0,3.
- » Las madres del grupo de tratamiento mejoraron considerablemente más en sus puntuaciones de conocimientos y actitudes en relación con el desarrollo infantil que sus pares del grupo de control, con una DE de 0,4.
- » Las entrevistas cualitativas confirmaron que tanto las madres como el personal de salud percibieron los beneficios de la intervención para ellas y sus hijos.

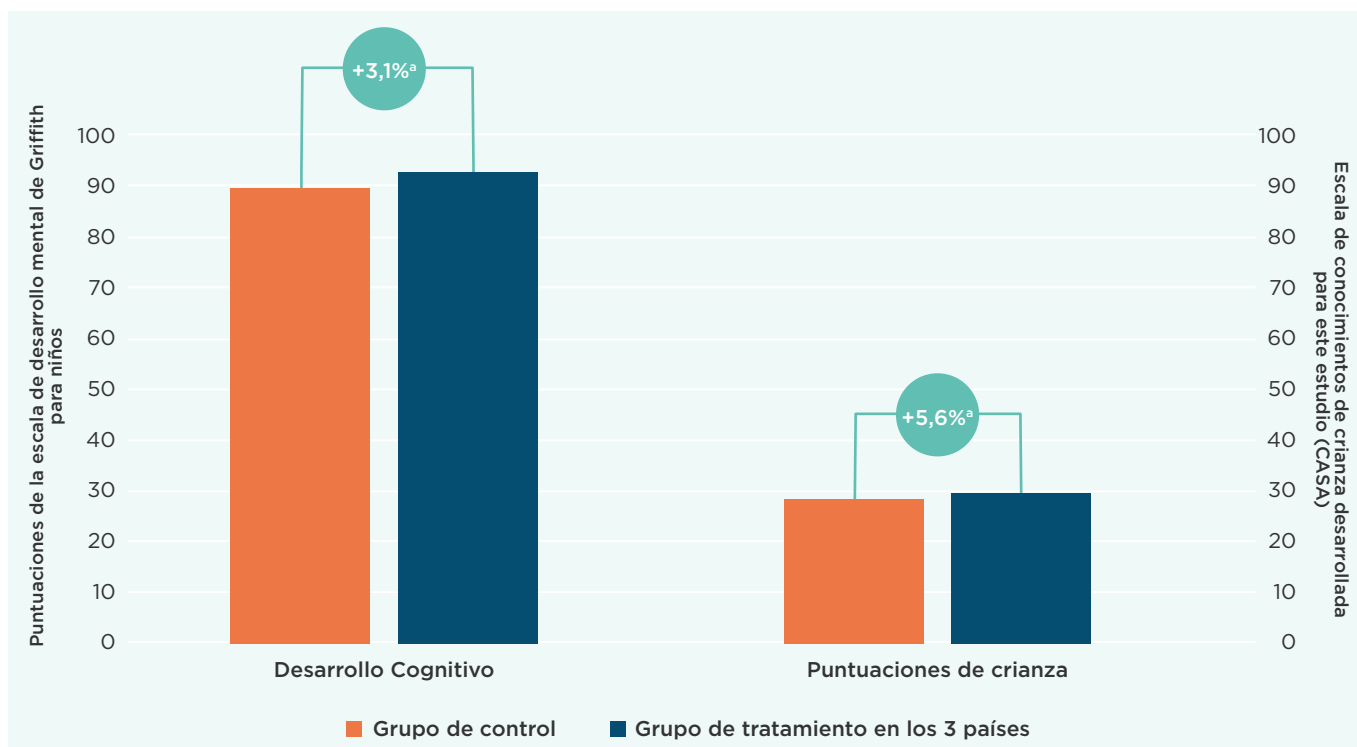
La intervención demostró ser costo-efectiva y los análisis más conservadores obtuvieron una razón costo-beneficio de 5,3.

CUADRO 3.1.1 Costos de la intervención

Núm	Descripción	Monto en US\$	Tipo de costo
1	Compra de equipos	1.265,6	Fijo
2	Materiales	3.113,8	Variable
3	Sueldo de los trabajadores de la salud	667,5	Variable
4	Capacitación de los trabajadores de la salud	8.550,0	Fijo
5	Sueldo del personal de enfermería	337,8	Variable
6	Capacitación del personal de enfermería	2.100,0	Fijo
7	Sueldo del supervisor	2.643,8	Variable
8	Capacitación del supervisor	1.500,0	Fijo
	Costo total	20.178,4	
	Costo total por niño	100,9	

Nota: El número total de niños intervenidos fue de 200 sobre un total de 10 clínicas. En la intervención piloto participaron 40 trabajadores de la salud de la comunidad, 27 miembros del personal de enfermería y 1 supervisor.

GRÁFICO 3.1.2 Desarrollo cognitivo de los niños y puntuación de los conocimientos de las madres



^a Nivel de significancia estadística del 5%.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Utilizar diversos medios para comunicar mensajes relevantes y programar su presentación para un momento en que los receptores están presentes (en este caso, aguardando por el personal de enfermería en una sala de espera) fueron elementos clave para el éxito de la intervención y tiene implicaciones para las futuras intervenciones que puedan ponerse en marcha.



3.2 ¿Pueden los recordatorios aumentar la frecuencia de vacunación?



PAÍS

Guatemala



PERÍODO

2011-12



EQUIPO

Matías Busso, Julián Cristia y Sarah Humpage.

CONTEXTO

En los últimos años Guatemala ha implementado intervenciones para aumentar las tasas de vacunación para la primera infancia, proporcionando vacunas gratis y realizando importantes esfuerzos dirigidos a asegurar que siempre estén disponibles. A mediados de la década de 1990, el gobierno creó el Programa de Extensión de Cobertura (PEC), el cual proporciona servicios básicos de atención sanitaria a niños menores de 5 años y a mujeres en edad reproductiva, enfocándose en los cuidados preventivos. El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social contrató a organizaciones no gubernamentales (ONG) locales para que gestionaran una red de clínicas rurales básicas encargadas de realizar el seguimiento personalizado a las familias e informarles cuándo acudir a la visita mensual del equipo médico móvil.

Como resultado de estos esfuerzos combinados, las tasas de vacunación aumentaron drásticamente. No obstante, y si bien las tasas de cobertura de las vacunas programadas para los primeros meses de vida fueron altas, disminuían notablemente luego de que los niños cumplieran el año. Estos patrones sugieren que las familias reconocen el valor de las vacunas y están dispuestas a afrontar los costos necesarios (movilidad, tiempo) para vacunar a sus hijos, a pesar de que muchas veces no completan el ciclo de vacunación.

EL PROYECTO

Las familias de las zonas rurales de Guatemala reconocen el valor de la vacunación y llevan a sus hijos a vacunarse en edades tempranas, si bien no siguen adelante con los correspondientes planes cuando sus hijos crecen. En esta intervención experimental los trabajadores de la salud de la comunidad recibieron mensualmente la lista de niños que requerían vacunas para enviar recordatorios oportunos a sus familias.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del presente
- » Factores que incomodan
- » Sesgo de optimismo
- » Heurística de la disponibilidad



Ver definiciones



Herramientas conductuales

» Recordatorios



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del presente: Es posible que las personas con este sesgo eviten o aplacen la vacunación de sus hijos, aun cuando esto pueda acarrear las complicaciones derivadas de una enfermedad.

Factores que incomodan: Incluso si los padres son plenamente conscientes de que deben vacunar a sus hijos, solo unos simples obstáculos pueden disuadirlos de su intención.

Sesgo de optimismo: Este sesgo se presenta cuando, por ejemplo, los padres no piensan ni se ocupan de la posibilidad de que sus hijos puedan enfermar.

Heurística de la disponibilidad: La tendencia de los padres a subestimar la probabilidad de que sus hijos contraigan una enfermedad prevenible podría deberse a la dificultad para encontrar ejemplos comparables.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: Al proporcionar recordatorios se puede estimular a los padres a no olvidar la importancia de vacunar a los hijos.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La intervención consistió en asignar aleatoriamente 130 clínicas básicas (gestionadas por ONG, en el marco del PEC) a un grupo de tratamiento y uno de control. En las comunidades tratadas, los trabajadores de la salud recibieron las listas de niños que debían vacunarse en la clínica en el curso del mes siguiente para enviar oportunamente recordatorios a sus familias.

Estas listas, junto con información sobre la próxima visita del equipo médico a la clínica, fueron distribuidas entre los trabajadores de la salud de la comunidad a través de reuniones mensuales realizadas en las oficinas de la ONG. Si bien se esperaba que los trabajadores de todas las comunidades del PEC proporcionaran algún tipo de recordatorio a las familias, los trabajadores de las comunidades de tratamiento recibieron información concisa y actualizada sobre cuáles familias debían recibir recordatorios, mientras que sus pares de las comunidades de control debieron depender de sus propios registros, los cuales pueden o no haber sido creados y tenido seguimiento. El tipo específico de recordatorio dependió de la iniciativa de cada trabajador.

DESAFÍOS

- » **Para implementar la intervención, un técnico de software elaboró un programa que generaba la lista de pacientes que debían presentarse en los servicios de salud preventiva.** Se contrató más personal para emitir tales listas mensualmente y distribuir las en las clínicas que fueron asignadas aleatoriamente al grupo de tratamiento en cada una de las cuatro zonas de estudio. Estos nuevos miembros del personal eran conscientes del diseño experimental del estudio y habían sido informados de que no debían distribuir las listas en las clínicas asignadas al grupo de control.
- » Sin embargo, en las reuniones mensuales de los trabajadores de salud comunitarios en las oficinas de las ONG, los facilitadores distribuyeron las listas con información sobre las personas en sus comunidades que necesitaban servicios de salud ese mes y el mes siguiente al grupo de tratamiento. Los trabajadores de salud comunitarios en el grupo de control estaban al tanto del estudio y pueden haber observado las listas que se distribuyeron a los trabajadores de salud en el grupo de tratamiento, lo que podría haberlos llevado a incrementar sus esfuerzos para rastrear a los pacientes en sus áreas de cobertura. Esto, a su vez, puede haber llevado a los investigadores a subestimar los efectos del tratamiento de este estudio.



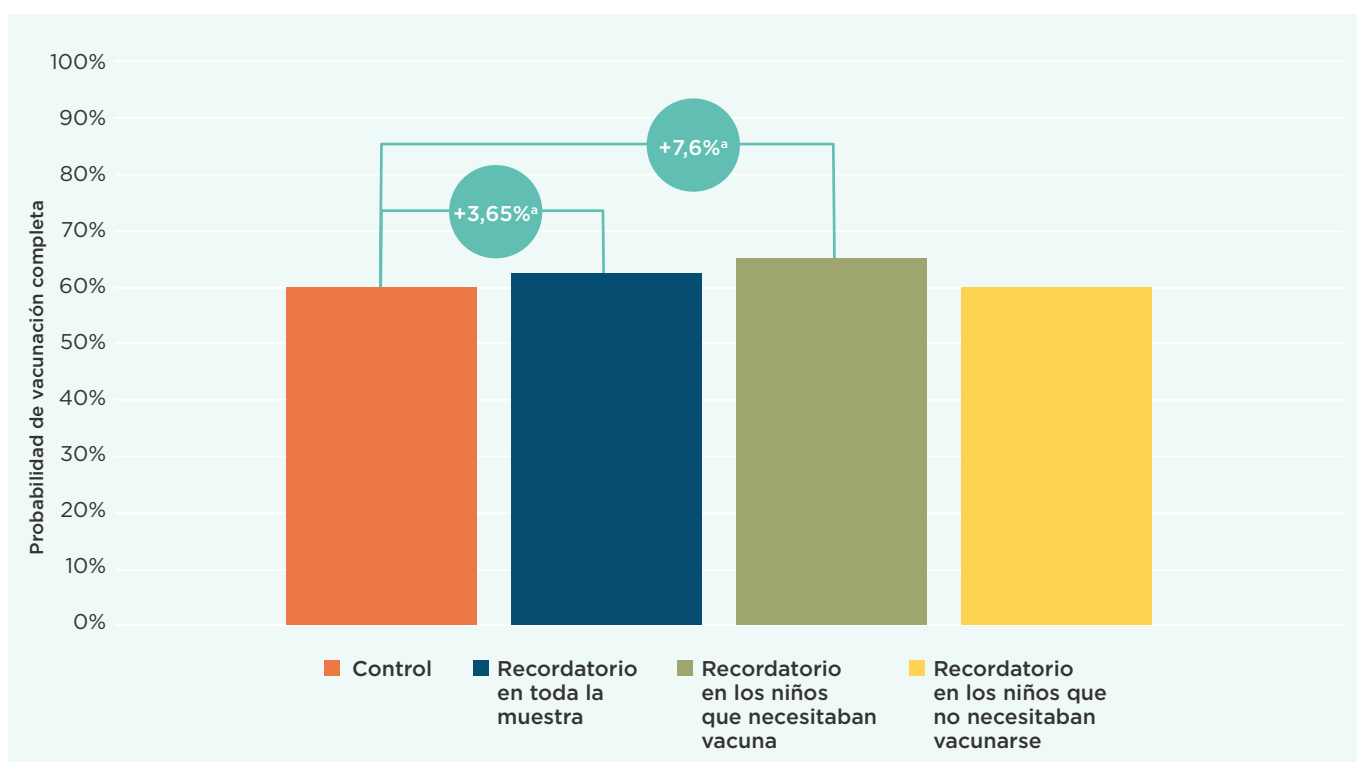
RESULTADOS

Como se muestra en el gráfico 3.2.1, la intervención aumentó la probabilidad de completar la vacunación en 2,2 puntos porcentuales en los niños de las comunidades de tratamiento según el análisis de la intención de tratar (ITT, por sus siglas en inglés). Para los niños de estas comunidades que debían recibir una vacuna, y cuyos padres debían recibir un recordatorio cercano a esa fecha, la probabilidad de terminar la vacunación aumentó en 4,6 puntos porcentuales (gráfico 3.2.1). La estimación del efecto del tratamiento promedio local (LATE, por sus siglas en inglés) muestra un efecto mayor y aumentó la probabilidad de completar la vacunación en 4,5 puntos porcentuales para todos los niños de las comunidades de tratamiento y en 9,1 puntos porcentuales para los niños que debían

ser vacunados. Los efectos estimados para los niños de las comunidades de tratamiento cuyos padres no debían recibir el recordatorio fueron esencialmente nulos, lo que sugiere que la intervención no generó efectos secundarios hacia estos niños.

En general, los efectos de proporcionar recordatorios son notables si se pone en la balanza su bajo costo. En ese sentido, el costo total estimado de aumentar la escala de esta intervención por un plazo de seis meses en Guatemala es de sólo US\$0,17 por niño. Por lo tanto, se prevé que el costo por cada niño adicional con vacunación completa debido a esta intervención será de aproximadamente US\$7,50. Además, se observó que los recordatorios son una herramienta más barata que la mayoría de las otras (como las transferencias condicionales) para aumentar la inmunización. La baja razón costo-beneficio de esta modalidad la convierte en una opción escalable para otros objetivos.

GRÁFICO 3.2.1 Análisis por intención de tratar (ITT) para completar el ciclo de vacunación



^a Nivel de significancia estadística del 10%.



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » El proyecto ofrece evidencia del papel promotor que desempeñan los recordatorios en la demanda de servicios de salud preventivos. Existe una oportunidad de ampliar dicho papel para lograr mayores incrementos en las tasas de vacunación a un costo moderado.
- » Los recordatorios podrían usarse no sólo para aumentar los niveles de vacunación, sino también para estimular la demanda de otras medidas de salud preventiva.



3.3 Recordatorios oportunos para acceder a la atención prenatal



PAÍS

Guatemala



PERÍODO

2011-13



EQUIPO

Matías Busso, Darío Romero y Darío Salcedo.

CONTEXTO

Cada año más de 300.000 mujeres y 2,5 millones de bebés mueren debido a complicaciones relacionadas con el embarazo y el parto. La mayoría de estas muertes se producen en contextos de bajos recursos y podrían prevenirse (OMS, 2016). Los guatemaltecos que viven en zonas rurales tienen escaso acceso a servicios médicos, un hecho que disminuye la probabilidad de que las mujeres reciban una atención prenatal adecuada.

A mediados de los años noventa, el gobierno de Guatemala creó el Programa de Extensión de Cobertura, que proporciona servicios gratuitos de atención de salud básica a niños menores de 5 años y a mujeres en edad reproductiva, focalizándose en los cuidados preventivos. El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social contrató a organizaciones no gubernamentales locales para que gestionaran una red de clínicas rurales básicas, las cuales debían realizar un seguimiento individualizado de las familias e informarles cuándo acudir a las visitas mensuales del equipo médico móvil.

EL PROYECTO

En una intervención experimental para aumentar la aceptación de la atención prenatal en contextos de bajos recursos, trabajadores comunitarios de la salud de zonas rurales recibieron listas actualizadas de mujeres embarazadas. El acceso a dicha información les permitió proporcionar oportunamente recordatorios individualizados para que las futuras madres asistieran a la clínica durante las visitas de un equipo médico móvil a su comunidad.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Factores que incomodan
- » Sesgo del *statu quo*
- » Sesgo del presente
- » Mentalidad de escasez



Ver definiciones



Herramientas conductuales

» Recordatorios



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Factores que incomodan: Aunque las madres sean plenamente conscientes de que los controles prenatales son indispensables durante el embarazo, alcanzan unos pocos y sencillos obstáculos para disuadirlas de asistir a los centros de salud.

Sesgo del *statu quo*: Es posible que las mujeres se muestren reacias a cambiar sus hábitos durante el embarazo, por ejemplo, acudiendo más seguido a las clínicas.

Sesgo del presente: Muchas veces las embarazadas no acuden a una visita prenatal mensual, aun cuando dicha visita tenga el potencial de impedir graves problemas de salud de su hijo en el futuro.

Mentalidad de escasez: Las visitas prenatales pueden olvidarse o dejarse para después si las mujeres sienten que no tienen tiempo suficiente para lidiar con otros problemas en sus vidas, por ejemplo, relacionados con sus finanzas o su trabajo.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: Los recordatorios pueden traer a la mente la necesidad de acudir a los controles prenatales que se han dejado para después por falta de recursos cognitivos.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Se asignó aleatoriamente una muestra de 130 clínicas a un grupo de tratamiento y uno de control. Para las comunidades del grupo de tratamiento, los trabajadores comunitarios de la salud recibieron información precisa y actualizada acerca de

las mujeres embarazadas que necesitaban atención prenatal durante la próxima visita del equipo médico a su clínica. Además, estos trabajadores fueron capacitados para utilizar las listas informativas e ir casa por casa para dar recordatorios específicos y oportunos con el fin de que las mujeres embarazadas acudieran a la clínica en los días de visita mensual. En el grupo de control, los trabajadores comunitarios no tenían la información precisa del programa y dependían de sus propios registros.

DESAFÍOS

» **Para implementar la intervención, los diseñadores del PEC desarrollaron un programa que generaba listas de las pacientes a partir del sistema de registros médicos del programa, las cuales fueron entregadas a los trabajadores comunitarios de salud durante su reunión mensual con la ONG.** Sin embargo, no todos los trabajadores sanitarios comunitarios del grupo de tratamiento recibieron las listas de pacientes.

RESULTADOS

Los recordatorios tuvieron un efecto positivo y estadísticamente significativo en la asistencia a los controles prenatales seis meses antes del parto, aumentando la probabilidad en 6,6 puntos porcentuales como lo indica la estimación del efecto del tratamiento promedio local (LATE por sus siglas en inglés) (gráfico 3.3.1). Dado que el primer trimestre del embarazo es muy importante para el desarrollo del feto, estos controles prenatales son particularmente útiles. También se encontraron efectos positivos y estadísticamente significativos en las evaluaciones prenatales realizadas uno y dos meses antes del parto (7,8 y 7,2 puntos porcentuales, respectivamente) (gráfico 3.3.1).

Los efectos del tratamiento aumentaron con la edad de la mujer embarazada: para las mujeres de entre 14 y 24 años, el efecto fue pequeño y estadísticamente no significativo; para las que tenían entre 25 y 35 años, la probabilidad de que asistieran a un control prenatal antes del parto aumentó en 11,4 puntos porcentuales, y para las mujeres de entre 36 y 49 años, el efecto fue aún mayor

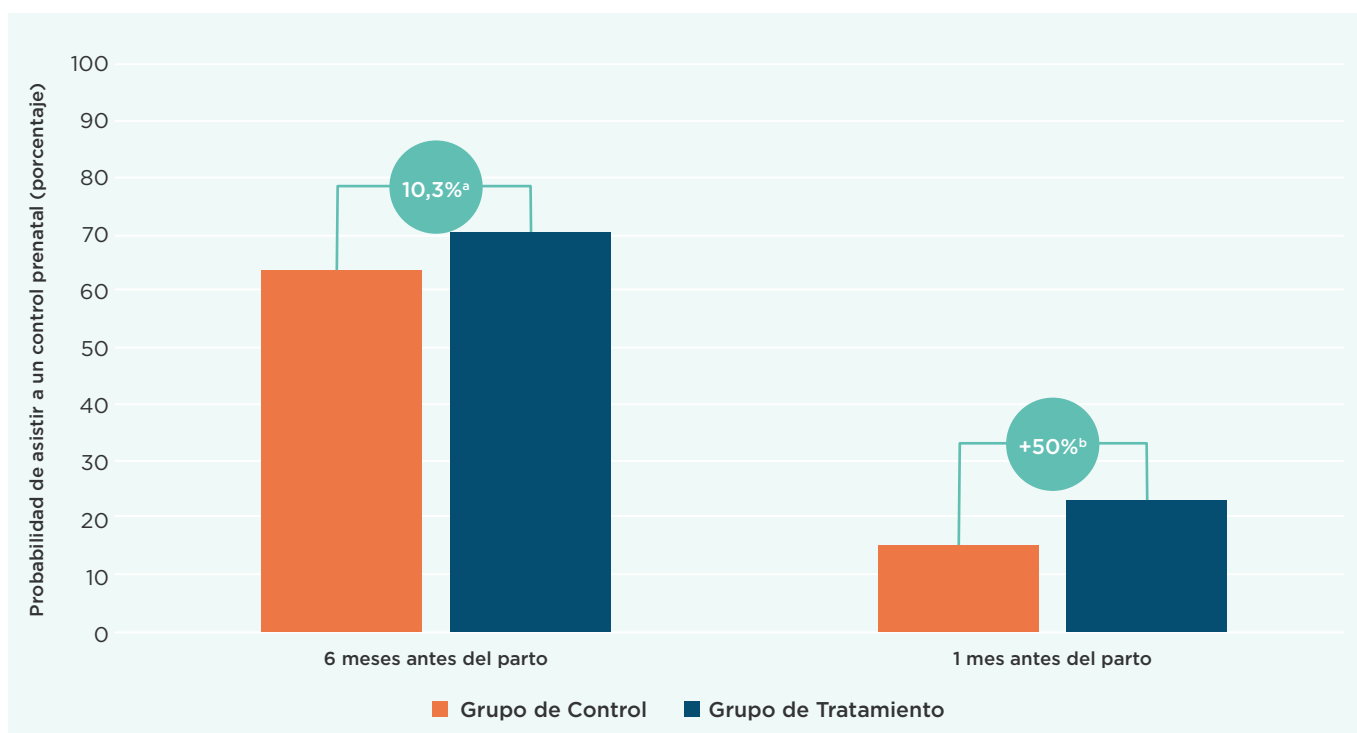


(47,9 puntos porcentuales). Los efectos de la intervención también fueron mayores y estadísticamente significativos entre las mujeres que ya habían tenido un aborto natural anterior y para las mujeres que estaban embarazadas por primera vez. En resumen, la intervención parece ser más efectiva para el grupo de mujeres que más se beneficiarían con asistir a los controles prenatales regulares.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» El proyecto ofrece evidencia de que los recordatorios desempeñan un papel promotor en la demanda de servicios de salud preventivos. Existe una oportunidad para ampliar dicho papel con el fin de lograr mejoras más grandes en las tasas de atención prenatal a un costo moderado.

GRÁFICO 3.3.1 Asistencia al control prenatal – Estimación LATE



^a Nivel de significancia estadística del 10% y ^b del 5%.



3.4 Reducción de las barreras conductuales frente al uso de la telemedicina



PAÍS

Argentina



AÑO

2019



EQUIPO

Gastón Gerner, Ana María Rojas y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

La consolidación de la telefonía celular está revolucionando las comunicaciones y la manera en que las personas acceden a los servicios. En efecto, la revolución de la telefonía móvil ofrece una oportunidad sin precedentes para brindar consultas y servicios de salud en el lugar y el momento en que las personas lo necesiten. Las aplicaciones (*app*) de telemedicina están aprovechando esta oportunidad para mejorar los resultados de los pacientes a través de la optimización de los cuidados, el ahorro de tiempo y costos, y la ampliación del acceso a los servicios de atención e información médica.

“Llamando al Doctor” es un servicio médico privado a través de videollamada al que puede accederse desde una *app* digital que los usuarios pueden descargar en sus teléfonos celulares. Este servicio está disponible las 24 horas del día, todos los días y conecta directamente a los usuarios (los pacientes) con médicos calificados. Con ese fin, se requirieron establecer acuerdos con proveedores de servicios de salud en Argentina que ofrecen este servicio a sus pacientes como parte de sus planes de cobertura.

EL PROYECTO

Llamando al Doctor, un proveedor de atención médica privada en Argentina y el Grupo de Economía del Comportamiento del BID llevaron a cabo un estudio para entender el impacto de la telemedicina en el consumo de salud de los usuarios. En una primera etapa se decidió analizar la efectividad de diferentes métodos de comunicación para promover el registro en la *app*. Con ese fin, se enviaron correos electrónicos y mensajes de textos a los participantes detallando los beneficios y atributos de este plan. En una segunda etapa, se buscaban estudiar los efectos de la *app* en el volumen y el tipo de consultas presenciales de los pacientes con profesionales de la salud.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del *statu quo*
- » Desconfianza



Ver definiciones



Otras barreras

- » Falta de información

Herramientas conductuales

- » Recordatorios
- » Aversión a la pérdida
- » Encuadre



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del *statu quo*: Consiste en la tendencia de las personas a mantener el estado actual de las cosas. Este estado actual es tomado como punto de referencia y cualquier cambio con respecto a ese punto se percibe como una pérdida. Por ejemplo, el *statu quo* de los pacientes es tener consultas presenciales con su médico de confianza.

Desconfianza: Los pacientes pueden, por ejemplo, subestimar o desconfiar de la calidad de la atención de salud que puede ser proporcionada mediante la *app*, así como de la capacidad de dicha aplicación para gestionar cualquier consulta durante la llamada.

OTRAS BARRERAS

Falta de información: Los pacientes no conocen la *app* y, si la conocen, no entienden cómo funciona en términos de costos y disponibilidad de los médicos.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: Las personas, debido al sesgo del *statu quo*, podrían haber olvidado los argumentos para ver al médico en línea. Por lo tanto, los recordatorios les traen a la memoria los beneficios de la telemedicina.

Aversión a la pérdida: Es la tendencia de las personas que hace que sientan más descontento por sufrir una pérdida que felicidad por obtener una ganancia de la misma magnitud, por ejemplo, un mayor acceso a los servicios y la reducción del tiempo que dedican a desplazarse hasta los hospitales.

Encuadre: El diseño incluyó diferentes encuadres y uno de ellos fue un marco de pérdida, donde se enfatizó la sensación de perderse un excelente servicio por parte de su proveedor médico.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Se utilizaron los registros administrativos de los usuarios pertenecientes a los proveedores de salud (características sociodemográficas, consumo de servicios de atención de salud, descarga de aplicaciones y registros) para segmentar de forma aleatoria a más de 22.700 pacientes en grupos de tratamiento y de control clasificados en 16 estratos.

Los mensajes fueron diseñados para los pacientes del grupo de tratamiento (gráfico 3.4.1) y se enviaron un total de seis entre julio y octubre de 2019. Los seis mensajes estuvieron divididos en tres pares y cada par comprendió un mensaje de texto y un correo electrónico.

CALENDARIO

1. Primer par:

- » 26 de julio (primer correo electrónico).
- » 6 de agosto (primer mensaje de texto).

2. Segundo par:

- » 23 de agosto (segundo correo electrónico).
- » 2 de septiembre (segundo mensaje de texto).

3. Tercer par:

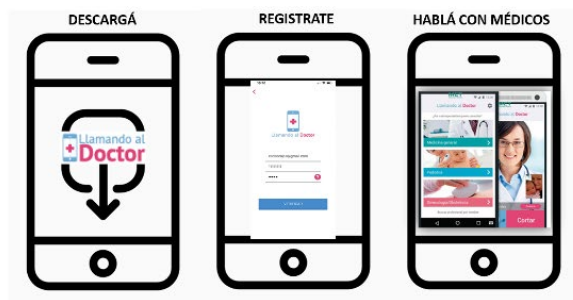
- » 18 de septiembre (tercer correo electrónico).
- » 15 de octubre (tercer mensaje de texto).



Los mensajes fueron enviados mediante el sistema automatizado de gestión de mensajes del proveedor de salud, a través de su base de datos de información y contacto con los pacientes (correo electrónico y número de teléfono).

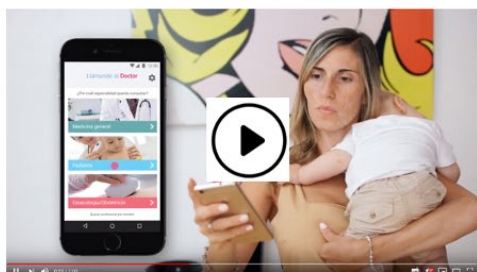
GRÁFICO 3.4.1 Ejemplo de correo electrónico diseñado para el grupo de tratamiento

¡Descargá la app **Llamando Al Doctor** de [Google Play](#) o [AppStore](#)!



Llamando al Doctor pone a tu disposición médicos altamente calificados que podés consultar sin costo y sin salir de casa. ¡No te perdás esta oportunidad!

Conocé más sobre cómo funciona la App



https://www.youtube.com/watch?v=q9_WM00unRE



DESAFÍOS

» Aunque los pacientes fueron asignados aleatoriamente a un grupo de tratamiento y uno de control, el sistema automatizado envió los mensajes a toda la muestra y no al subconjunto de pacientes asignados al grupo de tratamiento.

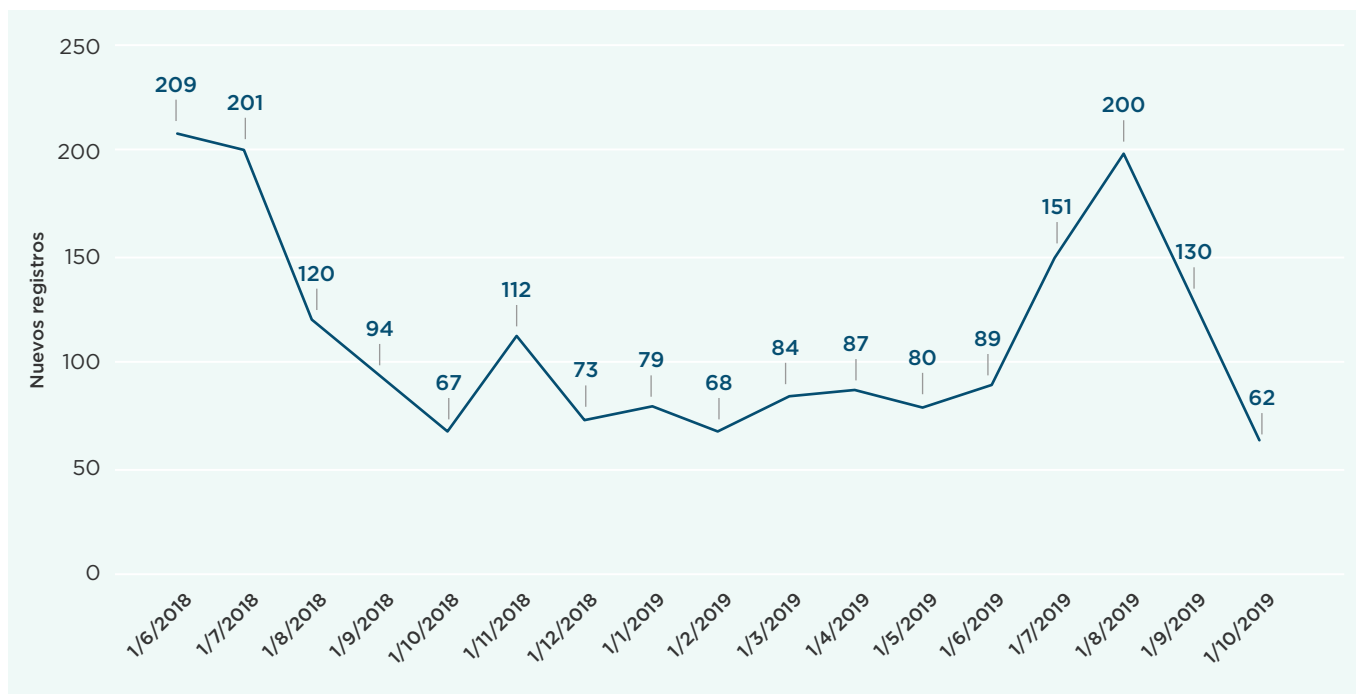
RESULTADOS

El error de implementación tuvo como consecuencia que todos los pacientes recibieran el tratamiento (seis mensajes), lo que invalidó cualquier análisis de la efectividad de la intervención e impidió realizar la evaluación de la segunda etapa sobre el efecto de esta tecnología de telemedicina en los indicadores de consumo de salud.

Un análisis más sencillo de las tendencias de registro en la app de la muestra apunta a una correlación positiva entre el tratamiento (los mensajes) y tales registros. El gráfico 3.4.2 presenta el número total de nuevos registros entre junio de 2018 y octubre de 2019 (la intervención se realizó del 26 de julio al 15 de octubre de 2019).



GRÁFICO 3.4.2 Nuevos registros en la aplicación “Llamando al Doctor”, junio de 2018 – octubre de 2019



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» **La tecnología móvil como medio para proveer servicios sanitarios es una herramienta atractiva para los proveedores de salud de la región.** Aunque no se pudo estudiar completamente en este proyecto, las herramientas de la economía del comportamiento pueden contribuir a promover el uso de este tipo de tecnologías mediante “empujones” que reducen las barreras conductuales que las obstaculizan. También puede ayudar a las personas a superar sesgos del *statu quo* y barreras conductuales como la desconfianza hacia una conexión remota con los médicos y la incertidumbre relacionada con la calidad de los servicios proporcionados.

- » Los proveedores de salud también pueden diseñar campañas costo-efectivas para reducir la brecha de información relacionada con los beneficios de la telemedicina. El mayor uso de los servicios de salud remotos puede ampliar el acceso de los pacientes y reducir el tiempo que dedican a desplazarse hasta los hospitales, así como generar mejoras en la eficiencia de la gestión de recursos y costos entre los proveedores de salud. El proyecto piloto Llamando al Doctor proporciona una hoja de ruta completa para las partes interesadas en el sector de la salud y la telemedicina para implementar intervenciones ágiles, costo-efectivas y colaborativas, y promover el uso de la telemedicina.
- » **Los resultados obtenidos que muestran cifras crecientes de registros diarios después de las campañas de correos electrónicos y mensajes de texto ofrecen una perspectiva prometedora para la telemedicina en Argentina.**



3.5 Los mensajes de texto pueden aumentar la conciencia acerca de la atención prenatal



PAÍS

Perú



PERÍODO

2012-13



EQUIPO

Rafael Anta, Diether W. Beuerman, Patricia Garcia, Alessandro Maffioli, José Pérez Lu y María Fernanda Rodrigo.

CONTEXTO

Diversos estudios demuestran que los eventos prenatales pueden tener consecuencias permanentes en el niño, incluyendo el desarrollo cognitivo y no cognitivo, los resultados educativos y la productividad en el mercado laboral (Almond y Currie, 2011; Almond et al., 2018; Prinz et al., 2018). Aunque el Colegio Americano de Obstetras y Ginecólogos (ACOG, por sus siglas en inglés) señala que las visitas de cuidados prenatales frecuentes (no menos de 14) facilitan el desarrollo adecuado del feto (ACOG, 1989), la mayoría de las mujeres embarazadas de los países en desarrollo acuden solo a cuatro o más visitas de cuidados prenatales durante todo su embarazo (UNICEF, 2021).

En efecto, la adquisición de una mayor conciencia de las mujeres embarazadas sobre la importancia de los cuidados prenatales resulta un aspecto crucial y, en esa línea, sería posible utilizar las tecnologías de la información y la comunicación –como los mensajes de texto– para dirigirse a las madres embarazadas. La evidencia previa sobre intervenciones basadas en mensajes de texto dirigidas a incentivar conductas deseables muestra que han sido efectivas para mejorar la asistencia a las clínicas médicas ambulatorias (Perron et al., 2010) y para activar prácticas deseables de prevención y gestión de enfermedades (Cole-Lewis y Kershaw, 2010; Dammert et al., 2014).

EL PROYECTO

En 2010, el BID, en un trabajo conjunto con la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH) el Ministerio de Salud de la provincia de Callao, UNICEF y Telefónica Movistar, contribuyó a poner en marcha el proyecto WawaRed-Perú (“Reduciendo las inequidades en salud y mejorando la salud materna mediante la mejora de los sistemas de información en salud”). WawaRed se implementó en un distrito de la provincia de Callao, donde el 98% de la población cumplía los requisitos para un seguro médico integral pagado por el gobierno, pero la cantidad de visitas de cuidados prenatales no alcanzaba la cantidad mínima recomendada por la Asociación Médica de Estados Unidos (Beuermann et al., 2020).

Con el fin de mejorar esta situación, el proyecto desarrolló e implementó un sistema de registro médico de salud materna conectado a una plataforma en línea con la capacidad de enviar mensajes de texto personalizados a las mujeres embarazadas registradas, y realizó una prueba controlada aleatorizada para evaluar su efectividad.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Atención limitada
- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan

Herramientas conductuales

- » Recordatorios
- » Prominencia
- » Simplificación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Atención limitada: En los grupos focales dispuestos durante la preparación del proyecto, la mayoría de las mujeres informaron que el olvido era uno de los principales motivos por los que no acudían a los controles prenatales.

Sobrecarga cognitiva: El hecho de que la atención y la memoria sean limitadas puede impedir procesar al mismo tiempo toda la información que se presenta, lo que puede llevar, por ejemplo, a olvidar la fecha de una visita al centro de salud.

Factores que incomodan: A veces las mujeres embarazadas, a pesar de comprender la importancia de los controles prenatales, desisten de llevarlos a cabo porque hay pequeños factores o inconvenientes que estorban e incomodan la decisión, por ejemplo, la distancia al centro de salud.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: Los recordatorios de las visitas prenatales programadas podrían mitigar las fallas

de atención y motivar un mayor cumplimiento de las citas programadas.

Prominencia: Las personas tienden a centrarse en información o asuntos que son más prominentes e ignoran aquellos que lo son menos, por lo que es importante realizar la comunicación en el lugar y momento adecuados.

Simplificación: Los mensajes personalizados incluyeron el día, la hora y la localización exacta de la próxima cita, lo que redujo el esfuerzo requerido para procesar información y/o llevar a cabo una acción.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El sistema de registro médico electrónico y la interfaz de mensaje de texto se completaron en enero de 2012, pero recién en marzo del mismo año estuvieron completamente operativos. Las mujeres embarazadas adultas mayores de 18 años que asistieron a su primera visita de cuidados prenatales en las primeras 20 semanas de gestación fueron asignadas aleatoriamente a un grupo de tratamiento o uno de control. Durante el período de prueba piloto, entre marzo de 2012 y enero de 2013, la aleatorización se llevó a cabo de forma semanal mediante una rutina automática incorporada en el sistema electrónico y la interfaz de mensajes.

La muestra final incluía a 1.162 mujeres, de las cuales 576 recibieron recordatorios vía mensaje de texto (grupo de tratamiento) y 586 no recibió ningún mensaje (grupo de control). La muestra inicial exhibió una tasa de abandono del 6%.

La intervención por mensajes de texto transmitió dos conjuntos de mensajes. El primero consistía en recordatorios de visitas de cuidados prenatales, los cuales se enviaron cada lunes y el día anterior a la cita programada. Los mensajes de los lunes alentaron a las mujeres a acudir a sus visitas prenatales y el del día anterior a la cita estaba personalizado e incluía el día, la hora y la localización exacta de la próxima cita. Estos mensajes pretendieron aumentar el cumplimiento de las visitas.

El segundo conjunto de mensajes transmitía información educativa. Para aumentar la conciencia sobre las buenas prácticas nutricionales recomendaron alimentos deseables, desalentaron el consumo



de alimentos indeseables y destacaron la importancia de tomar vitaminas prenatales. Estos mensajes se enviaron los miércoles y sábados. También se desarrollaron otros mensajes educativos más específicos sobre las afecciones maternas, como hiperémesis, obesidad, desnutrición, anemia, tabaquismo, hipertensión, diabetes, VIH, tuberculosis y consumo de alcohol y drogas, y se entregaron solo a las mujeres afectadas por las afecciones específicas.

El cuadro 3.5.1 resume la tipología de los mensajes de texto enviados y su frecuencia por semana de gestación, y proporciona algunos ejemplos.

DESAFÍOS

» **Un desafío para este estudio fue el de la validez externa. Estas conclusiones son válidas para mujeres con teléfonos móviles personales y visitas de cuidados prenatales relativamente tempranas (es decir, antes de la vigésima semana de gestación).** De las 6.100 mujeres que asistieron a su primera

visita prenatal en uno de los 16 centros de salud incluidos en el estudio, 926 no cumplían con los requisitos de elegibilidad del estudio (por tener menos de 18 años o haber asistido a su primera visita después de las primeras 20 semanas), 640 no tenían teléfono móvil personal y 193 no brindaron el consentimiento necesario para participar en el estudio.

RESULTADOS

Los resultados del estudio confirmaron que los recordatorios fueron efectivos para mejorar la falta de atención y el olvido. Proporcionar mensajes de texto aumentó la probabilidad de asistir a todos los controles de atención prenatal en un 9% y, como muestra el gráfico 3.5.1, pertenecer al grupo de tratamiento también aumentó el número total de controles de atención prenatal en un 5% con respecto a la media del grupo de control. El efecto positivo en las visitas completadas se explica principalmente por el número de visitas

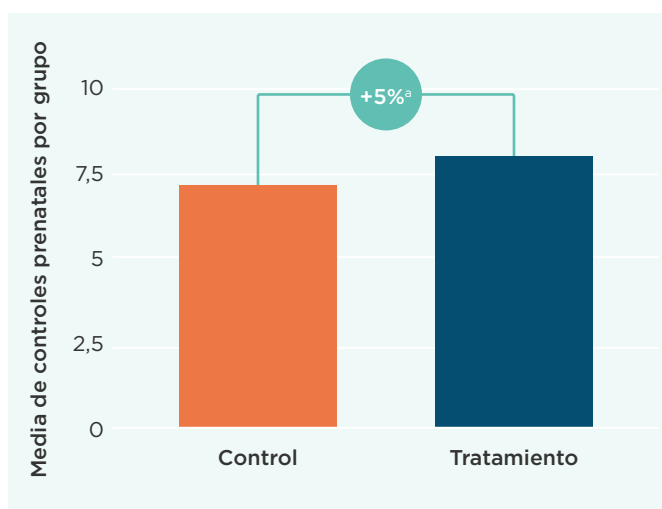
CUADRO 3.5.1 Tipología y ejemplos de los mensajes según el tema y la frecuencia

Tipo de mensaje	Tema	Frecuencia	Tipo de costo
Recordatorios	Recordatorios generales.	Todos los lunes desde la primera visita prenatal.	¡Tu salud es importante!
	Recordatorios personalizados.	Día anterior a la visita prenatal programada.	Mamá, no olvides ir a tu visita prenatal el [Fecha] a las [Hora] en el [Centro de Salud].
Educativos	Alimentos recomendados.	Semana de embarazo: 6, 7, 8, 10, 13, 14, 16, 18, 21, 26 y 31.	El desayuno es la comida más importante del día, podrías tomar una taza de leche o yogur y frutas.
	Alimentos desalentados.	Semana de embarazo: 5, 9, 11, 12, 29 y 32.	¡Lo estás haciendo muy bien! Sigue adelante y evita la comida basura (dulces, bebidas carbonatadas y snacks envasados).
	Consumo de vitaminas.	Semana de embarazo: 16, 19 y 27.	Mamá, toma tus vitaminas porque es importante para ti y tu bebé.

efectivamente realizadas en la fecha y hora programadas (equivalente a 0,24 visitas a tiempo, o el 11% con respecto a la media del grupo control).

El estudio también encontró que los mensajes educativos tenían algunos impactos débiles en términos de aumentar la conciencia sobre la conveniencia de alimentos específicos, alterando los hábitos alimenticios hasta cierto punto. Sin embargo, no se encontraron efectos significativos para el cumplimiento de la ingesta de vitaminas o la salud del recién nacido.

GRÁFICO 3.5.1 Media de controles parentales, por grupo de tratamiento o control



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

Finalmente, se encontraron efectos heterogéneos por nivel educativo y distancia del centro de salud, con mayores impactos observados entre las mujeres más educadas y con más fácil acceso a los centros de salud.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Las tecnologías de la información y la comunicación pueden contribuir tanto a disminuir los fallos de atención como a aumentar la conciencia sobre los beneficios de una mejor atención prenatal. Dado que la intervención pareció ser más efectiva para las mujeres con un mayor nivel educativo, aquellas mujeres con un nivel menor se podrían beneficiar con un enfoque educativo más personalizado acerca de los cuidados preventivos durante el embarazo.
- » Es posible que sea necesario complementar los mensajes de texto con otras políticas enfocadas en los grupos de mujeres de entornos menos favorecidos con el propósito de aumentar su comprensión sobre los beneficios de los cuidados preventivos.



3.6 Empujoncitos para la adherencia a tratamientos infantiles de micronutrientes



PAÍS

El Salvador



AÑO

2016



EQUIPO

Nicolás Ajzenman, Pedro Bernal, Emma Iriarte, Stewart Kettle y Florencia López-Bóo.

CONTEXTO

En los municipios de ingresos bajos de El Salvador, la anemia afecta a uno de cada dos niños menores de 2 años (IHME, 2011). Cuando la anemia no es tratada, puede disminuir las funciones cognitivas, aumentar el riesgo de infecciones y, a largo plazo, provocar pérdidas permanentes de la capacidad productiva (Haas y Brownlie, 2001; Horton y Ross, 2003). En 2014, a través de la Iniciativa Salud Mesoamérica (SMI), se introdujeron en el país suplementos dietarios (bajo la forma de polvos micronutrientes) para prevenir la anemia en los niños. La primera etapa de la intervención con micronutrientes finalizó en 2015 y adoptó un enfoque tradicional, centrado en la distribución del tratamiento. Si bien este enfoque resultó efectivo para asegurar que los niños de la zona focalizada recibieran los micronutrientes (64%), solo el 15% de ellos consumió la cantidad suficiente para completar el régimen recomendado (un paquete por día durante 60 días cada seis meses).

EL PROYECTO

Con base en la etapa anterior, en 2016 se rediseñó la intervención. Para contribuir a la adherencia al

tratamiento, la intervención desarrolló herramientas y estrategias dirigidas a los trabajadores comunitarios de salud y los cuidadores de los niños. Dichos trabajadores también realizaron visitas a los hogares para proporcionar estímulos y asesoramiento a los cuidadores, y monitorear la adherencia. Además, se les entregó un calendario para realizar un seguimiento del progreso de los niños a lo largo del tratamiento.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Prominencia
- » Exceso de optimismo
- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan
- » Sesgo del presente



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Simplificación
- » Mentoría de pares
- » Retroalimentación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Prominencia: Es posible que los cuidadores no sean plenamente conscientes de los problemas y amenazas potenciales relacionados con la anemia, dado que algunos de sus síntomas pueden fácilmente pasar desapercibidos.

Exceso de optimismo: Dado que los cuidadores muchas veces no perciben los síntomas de la anemia hasta el diagnóstico de la enfermedad, normalmente creen que la probabilidad de que los niños enfermen es inferior a la probabilidad real que tienen de hacerlo.

Sobrecarga cognitiva: Sucede cuando los cuidadores entienden las consecuencias de la anemia no tratada, pero no tienen conocimientos claros sobre cómo evitar una enfermedad que es prevenible.

Factores que incomodan: Este tipo de factores influye cuando a los niños no les agrada el gusto de los micronutrientes o se niegan a tomarlos completamente y los cuidadores, luego de intentarlo unas pocas veces, renuncian a hacerlo.

Sesgo del presente: Los cuidadores pueden valorar la gratificación presente (por ejemplo, evitar molestar a sus hijos con medicamentos que saben mal) más que los mayores beneficios en el futuro (por ejemplo, cosechar la mejor salud conferida por los micronutrientes).

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Simplificación: Proporcionar información a través de mensajes de texto puede ser una excelente manera de aumentar la conciencia sobre la gravedad

de una enfermedad, especialmente cuando la dificultad para obtener información sobre la salud es percibida como alta.

Mentoría de pares: Hacer que un cuidador experimentado guíe a un nuevo cuidador a través de los pasos necesarios para lograr que los niños cumplan el tratamiento con micronutrientes puede disminuir la carga cognitiva (percibida) necesaria para realizar la tarea.

Retroalimentación: El aumento de las visitas para realizar pruebas de anemia en las unidades de atención primaria disponibles y la comunicación de sus resultados podría aumentar la conciencia sobre la gravedad de la enfermedad y la urgencia de proporcionar el tratamiento completo de micronutrientes a los niños.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Cuatro equipos comunitarios de salud de la iniciativa SMI realizaron entrevistas semiestructuradas en el área priorizada de El Salvador. Los diseños de las entrevistas se basaron en la literatura existente sobre la no adherencia (Al-Ubaydli et al., 2017; Banerjee et al., 2010), los resultados de una encuesta en los hogares y el análisis de los registros médicos de las unidades de atención primaria de otro estudio (Bernal y Martínez, 2020). A partir del conocimiento del contexto, derivado de anteriores visitas de campo, estas entrevistas exploraron los cuellos de botella en la adherencia al tratamiento. Trabajadores de la salud de cada equipo seleccionaron a los cuidadores que serían entrevistados y llevaron a cabo un total de 16 entrevistas semiestructuradas a aquellos que habían recibido recientemente los paquetes de micronutrientes junto con las instrucciones.

Del análisis de dichas entrevistas, se encontraron algunas tendencias. Primero, la mayoría de las “no adhesiones” no estaban relacionadas con la falta de atención, la sobrecarga cognitiva o la falta de información sobre los procedimientos del tratamiento. En efecto, una gran parte de los cuidadores tuvieron problemas con las barreras “materiales” de la administración del tratamiento: a los niños no les gustaba el sabor de los micronutrientes. Además, los cuidadores manifestaron creer que ciertos síntomas indeseables de los niños (como la diarrea y los vómitos) podrían estar vinculados a los micronutrientes.



Segundo, esos obstáculos pequeños a veces impidieron que los cuidadores proporcionaran los micronutrientes a los niños, pero solo cuando no podían visualizar los beneficios a corto plazo o no existía una necesidad inmediata de administrar los suplementos (por ejemplo, cuando el niño no estaba visiblemente enfermo). En este sentido también se observó que cuando no existían tales impedimentos, en la mayoría de los casos los cuidadores encontraban la manera de superar la resistencia del niño.

Finalmente, la mayoría de los cuidadores no tenía conocimientos consolidados sobre la anemia y sus consecuencias. En la región de América Latina y el Caribe, la prevalencia de esta enfermedad en niños de edad escolar es cercana al 33% (Vázquez

et al., 2019) y el hecho de que la mayoría de los cuidadores no lo vea como un problema de salud urgente (incluso luego de ser asesorados por trabajadores de la salud) probablemente signifique que están subestimando la posibilidad de que los niños a su cargo eventualmente contraigan la enfermedad. Los cuidadores sólo se mostraron preocupados cuando percibieron que los niños estaban enfermos o fueron diagnosticados de anemia.

Gracias a estos testimonios, la iniciativa SMI contempló 10 opciones de intervención diferentes (cuadro 3.6.1) y las evaluó para medir el impacto y la viabilidad estimando el costo de implementación de cada una. Se consideró que había tres intervenciones factibles de implementar y probar: i)

CUADRO 3.6.1 Resumen de las ideas de intervención	
Mecanismo	Idea de intervención
Intervenciones a corto plazo	
Recompensas no financieras y financieras.	1. Reconocimiento público de los cuidadores y los trabajadores de la salud de la comunidad. 2. Pequeños incentivos o recompensas a través de una lotería por completar los 90 días.
Instrucciones claras, recordatorios y apoyo a los cuidadores.	3. Los trabajadores de la salud de la comunidad proporcionan instrucciones claras y retroalimentación de comparación social a los cuidadores. 4. Campaña de mensajes de información por medio de mensajes de texto. 5. Apoyo de compañeros-mentores de los cuidadores que han tenido éxito.
Mejora de la retroalimentación para los cuidadores y las clínicas.	6. Aumentar las pruebas de anemia para los niños en las clínicas. 7. Retroalimentar a las clínicas sobre las tasas de anemia locales.
Intervenciones a más largo plazo	
Cambios en el entorno físico.	8. Nuevo diseño para que los micronutrientes sean atractivos y su consumo sea fácil y divertido. 9. Creación de un dispensario de micronutrientes.
Cambios en los procedimientos.	10. Aumentar la dosis recomendada de micronutrientes.

implementar una campaña de mensajes de información mediante mensajes de texto; ii) el apoyo de compañeros-mentores de los cuidadores que habían tenido éxito, y iii) realizar más pruebas de anemia en las visitas a las unidades de atención primaria.

La identificación de los niños con anemia en las unidades de atención primaria se consideró la intervención con la previsión de impacto más alta, aunque con una escalabilidad entre baja y media, dependiendo de la tecnología de detección disponible en cada unidad.

DESAFÍOS

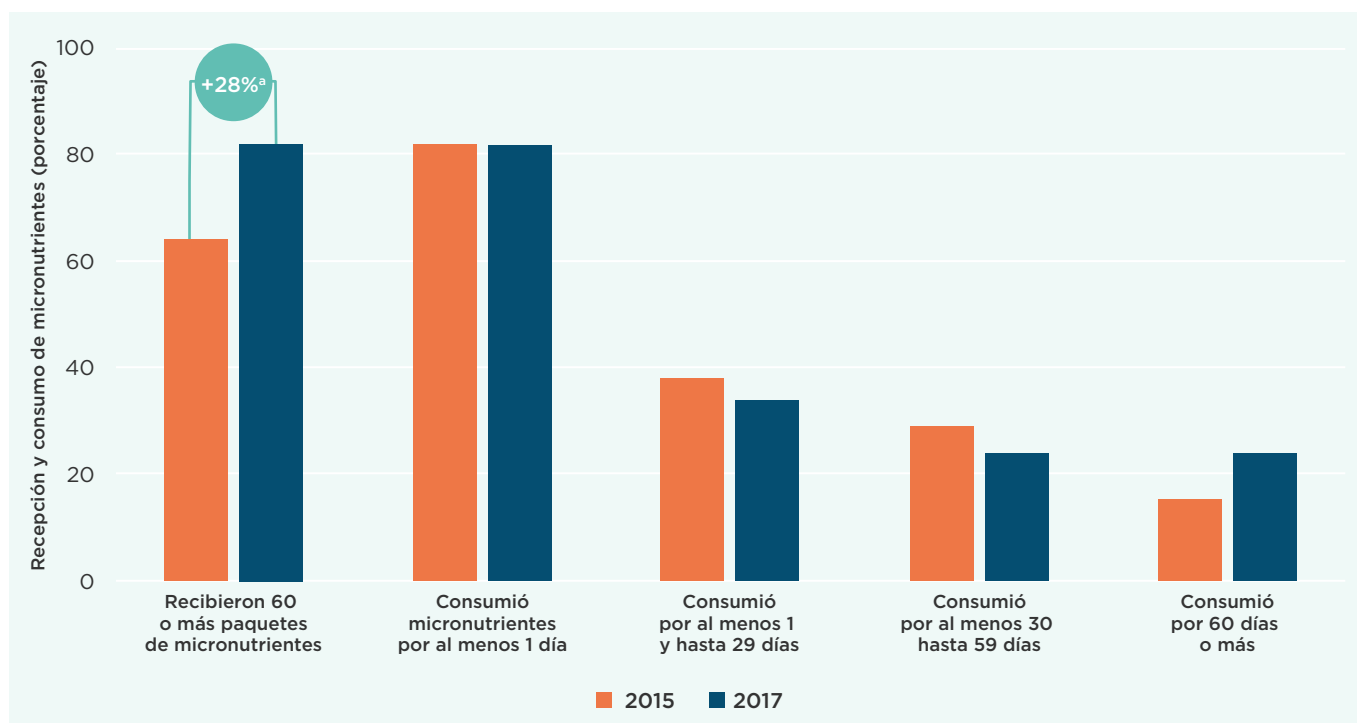
» No se informaron desafíos para esta intervención.

RESULTADOS

La intervención aumentó el porcentaje de niños que recibieron todo el conjunto de micronutrientes hasta alcanzar un 82%, mientras que el porcentaje de aquellos que adhirieron al tratamiento aumentó un 24% (9 puntos porcentuales en relación con la línea base) (gráfico 3.6.1).

A pesar del considerable progreso evidenciado, todavía subsisten problemas para alcanzar la plena adherencia, dado que el 76% de los niños no completaron el tratamiento y esto es esencial para reducir la prevalencia de la anemia.

GRÁFICO 3.6.1 Recepción y consumo de micronutrientes entre bebés y niños menores de 24 meses



^a Nivel de significancia estadística del 5%.



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Los enfoques tradicionales de los asuntos de salud pública para los cuales existen tratamientos probados clínicamente se focalizan en aumentar la distribución del tratamiento en los sistemas de salud y/o desarrollar campañas de comunicación centradas en los beneficios del tratamiento para influir en los conocimientos y actitudes tanto de los trabajadores de la salud como de la población en riesgo. Si bien este tipo de acciones configuran dos elementos fundamentales para alcanzar una solución, no son suficientes. Las ciencias del comportamiento pueden complementar estos enfoques centrándose en microdecisiones que son clave para la participación y rediseño del contexto para fomentar tales decisiones.



3.7 Uso de normas sociales para disminuir la prescripción innecesaria de medicamentos



PAÍS

Argentina



PERÍODO

2019-20



EQUIPO

Nicolás Ajzenman, Julián Bustin, Fernando Torrente, Florencia López-Bóo, Ricardo Mastai, Ailin Tomio y Fabián Triskier.

CONTEXTO

La frecuente prescripción excesiva de medicamentos, sin evidencia que justifique su uso, se ha convertido en un importante problema de salud pública. La polifarmacia resultante (es decir, el uso de múltiples medicamentos recetados) entre los pacientes de edad avanzada y los efectos adversos del uso continuado de medicamentos representan una carga para el sistema de salud, sin que aporte beneficios a los pacientes. En Argentina, hasta un 45% de los fármacos prescritos para el deterioro cognitivo no están recomendados y, entre ellos, la nimodipina es el más utilizado. Por esta razón es necesario explorar formas de reducir las prescripciones no recomendadas para mejorar la salud de los pacientes y aliviar los sistemas de salud de sus altos costos operativos.

EL PROYECTO

En el pasado se han probado diversas estrategias para reducir las prescripciones no recomendadas, como el aumentar la concienciación a través de la educación. Sin embargo, muchas de estas estrategias son caras y no han demostrado tener demasiada eficacia. Las intervenciones conductuales, tales como los empujones (*nudges*), han demostrado

tener un alto potencial de eficacia con bajo costo en muchos ámbitos de aplicación de las políticas públicas. Utilizando una prueba de control aleatoria, este proyecto realizó una intervención sustentada en las ciencias del comportamiento para reducir la prescripción de nimodipina dentro del Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados (INSSJP-PAMI) de Argentina, que proporciona atención médica gratuita a adultos mayores. Este estudio, que fue realizado principalmente en 2019, tuvo por objeto determinar si los correos electrónicos que incluían una intervención de normas sociales mejoraban las prácticas de prescripción de los médicos y evaluar la percepción de los participantes sobre la intervención, luego de su finalización.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

Barreras conductuales

- » Normas sociales
- » Sesgo del *statu quo*
- » Exceso de confianza
- » Exceso de optimismo



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Normas sociales descriptivas
- » Retroalimentación
- » Recordatorios



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales: Es posible que los médicos vean que sus colegas recetan nimodipina con frecuencia y, por lo tanto, se sientan confirmados en sus prácticas de prescripción.

Sesgo del *statu quo*: Los médicos pueden haberse acostumbrado a recetar nimodipina y ser reacios a adoptar tratamientos diferentes.

Exceso de confianza: Sucede cuando los médicos sobrestiman sus conocimientos sobre la eficacia y los efectos secundarios de la nimodipina.

Exceso de optimismo: Significa que los médicos pueden, por ejemplo, subestimar los potenciales efectos secundarios del medicamento y sobreestimar sus beneficios para los pacientes.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Normas sociales descriptivas: La presentación de la norma social descriptiva referida a que la mayoría de los médicos prescriben el medicamento con menos frecuencia puede mejorar el comportamiento individual.

Retroalimentación (*feedback*): Suministrar información a los médicos sobre la frecuencia con que prescriben un fármaco, en comparación con la norma médica aprobada, puede ser muy útil.

Recordatorios: El enviar a los médicos recordatorios sobre los riesgos potenciales de recetar un medicamento puede tener un impacto positivo en su comportamiento profesional.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

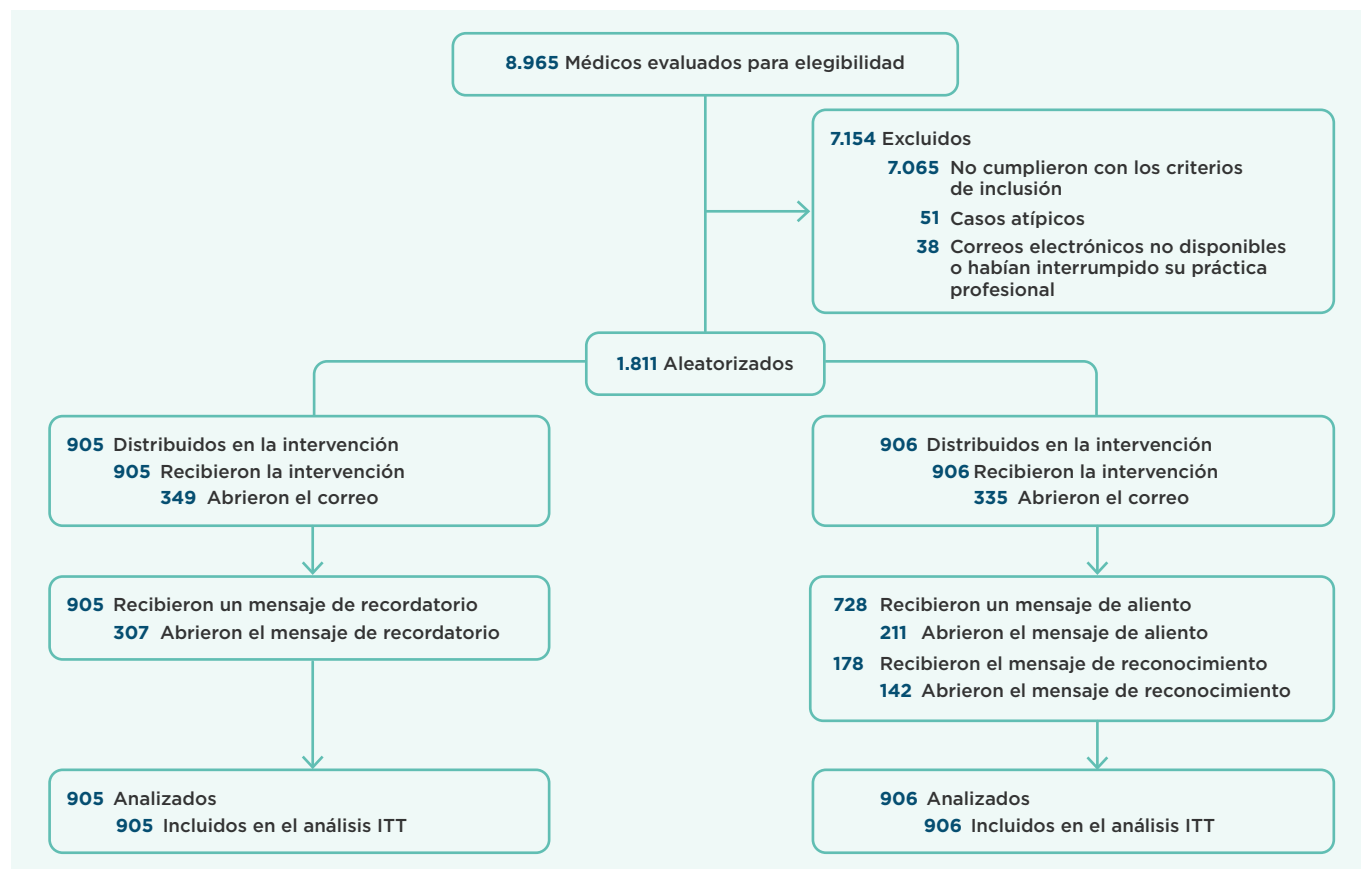
El estudio se realizó dentro del sistema INSS-JP-PAMI y con 1.811 médicos que formaban parte del cuartil superior en cantidad de prescripciones de nimodipina (gráfico 3.7.1). Los médicos fueron asignados aleatoriamente al grupo de tratamiento o al de control. La variable dependiente principal fue la proporción de prescripciones de nimodipina de un médico con respecto al total de prescripciones. Después de analizar la línea de base durante un año, el período de intervención se extendió hasta octubre de 2019.

Ambos grupos (de tratamiento y de control) recibieron dos correos electrónicos, cada uno enmarcado en una campaña de comunicación para mejorar la calidad de la práctica farmacológica. El primer correo del grupo de tratamiento incluyó información sobre el uso correcto de la nimodipina y una comparación del número de recetas de ese médico en relación con sus compañeros. De este modo, se implementaron las herramientas de uso de normas sociales descriptivas y retroalimentación. El segundo correo, enviado tres meses después del primero, también incluyó información sobre el uso correcto del medicamento y además proporcionó retroalimentación sobre los cambios en la prescripción. Los médicos que redujeron sus prescripciones en un porcentaje igual o mayor al 10% recibieron un correo con un componente que reconocía su progreso, mientras que los que no alcanzaron dicho objetivo recibieron otro animándolos a cambiar sus prácticas. Los participantes del grupo de control recibieron dos correos electrónicos al mismo tiempo que el grupo de tratamiento, uno con información acerca de la prescripción de medicamentos innecesarios y la polifarmacia en los adultos mayores, y otro sobre los riesgos del uso de las benzodiazepinas (una clase de medicamentos que se utilizan principalmente para tratar la ansiedad) en los pacientes de ese grupo etario.

Al diseñar la intervención para el grupo de tratamiento, se seleccionaron cuidadosamente los componentes utilizados en la redacción para enfocar la intervención en aquellos de norma social descriptiva en lugar de los (componentes) de inducción, que tienen un efecto disuasorio y normalmente son empleados por las autoridades reguladoras.



GRÁFICO 3.7.1 Diagrama de flujo de la convocatoria del estudio



Una vez finalizada la intervención, los individuos del grupo de tratamiento recibieron una encuesta anónima y voluntaria para conocer su percepción acerca de la misma.

DESAFÍOS

- » **La intervención presentó varios desafíos.** **Primero**, la intervención sólo estuvo dirigida a los médicos que formaban parte del cuartil superior de prescriptores de nimodipina, por lo que resulta difícil extender sus resultados a los médicos de los tres cuartiles inferiores.
- » **Segundo**, la tasa de correos electrónicos no abiertos en el grupo de tratamiento fue relativamente alta (alrededor del 60% para el primer correo, y del 20% y el 70%, respectivamente, para los dos correos enviados en segundo lugar).

- » **Tercero**, es posible que se hayan producido interacciones entre los grupos de tratamiento y de control, lo que generaría un sesgo en los resultados del tratamiento.
- » **Finalmente**, el estudio no pudo controlar si los médicos utilizaron un medicamento diferente y no recomendado para reemplazar la nimodipina. Del mismo modo, los efectos a largo plazo de la intervención no pudieron ser investigados con este diseño empírico.

RESULTADOS

Los resultados indican que la intervención con la norma social descriptiva condujo a una reducción estadísticamente significativa (5,7%) de las prescripciones de nimodipina en comparación con el grupo de control (ITT) (gráfico 3.7.2). Si se observan los efectos en los subgrupos, los médicos que

abrieron alguno de los correos electrónicos enviados al grupo de tratamiento recetaron un 11,1% menos de unidades de nimodipina comparados con el grupo de control.

Adicionalmente, el análisis costo-beneficio revela que los costos para el grupo de tratamiento fueron aproximadamente un 7% inferiores que los correspondientes al grupo de control. Si se extrapola el ahorro de esos gastos para todos los médicos del país durante un año, este ascendería a unos US\$235.000.

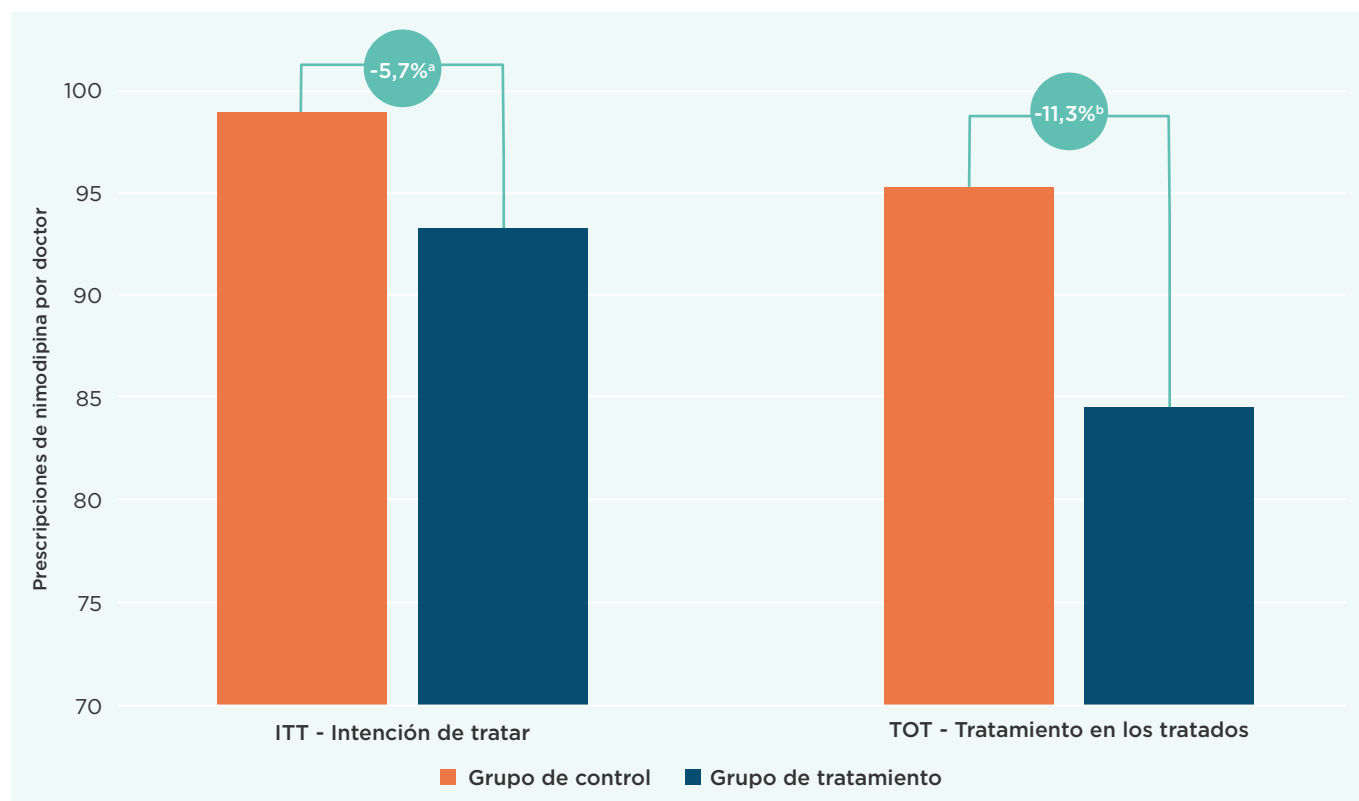
La encuesta realizada luego de la intervención reveló que los médicos que leyeron los correos electrónicos los consideraron útiles y los animaron a modificar su conducta de prescripción. En particular, más del 90% de los médicos que completaron la encuesta consideraron importante la información sobre la prescripción excesiva y la polifarmacia; más del 80% destacó la información sobre la evidencia científica, y un 70% remarcó la importancia de la información de comparación social.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» Los mensajes de correo electrónico que contenían una intervención basada en los saberes de las ciencias del comportamiento sirvieron como herramienta rentable para reducir la prescripción de medicamentos no recomendados para el deterioro cognitivo.

Las normas sociales descriptivas, la retroalimentación y los recordatorios demostraron ser herramientas importantes para las intervenciones orientadas a las políticas públicas del sector salud. Los responsables de las políticas públicas podrían examinar otras formas de incrementar la aceptación de la información enviada por correo electrónico para aumentar aún más la eficacia de este medio de comunicación.

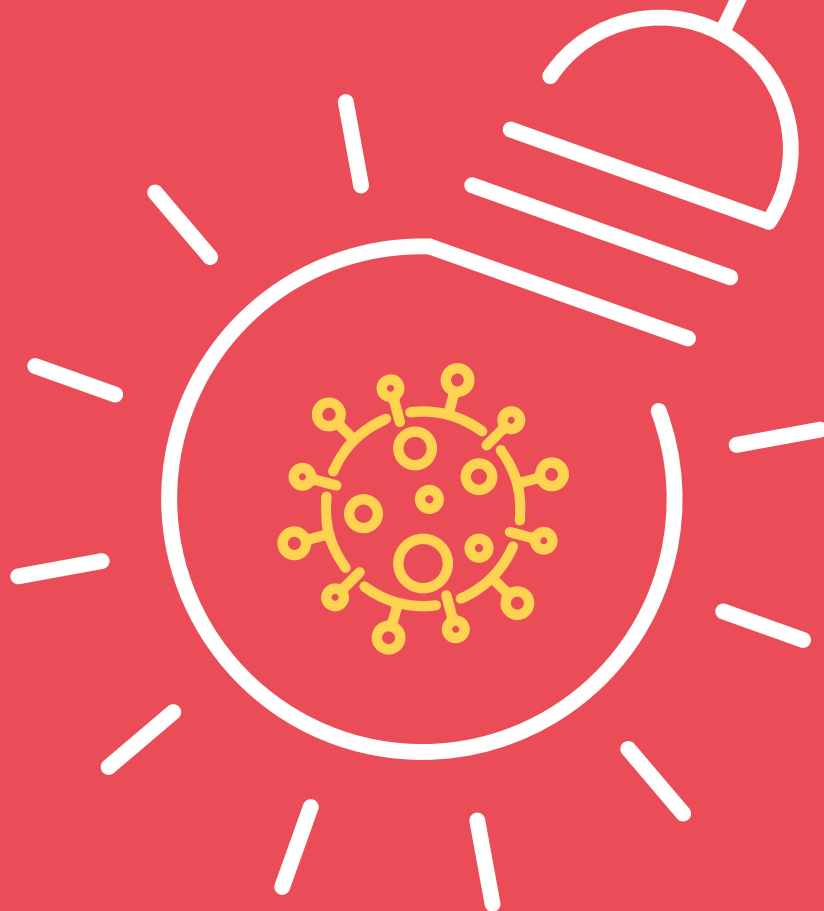
GRÁFICO 3.7.2 Prescripciones médicas de nimodipina en los grupos de control y tratamiento



^a Nivel de significancia estadística del 5% y ^b del 1%.

Nota: La reducción verificada en el grupo de control puede atribuirse al correo enviado sobre prácticas de prescripción excesiva.

COVID-19



COVID-19

El BID ha destinado una parte importante de sus conocimientos y esfuerzos a la mitigación de las consecuencias negativas de la pandemia por el nuevo coronavirus.

En relación con el soporte brindado a los gobiernos de los países en la lucha contra la COVID-19 se implementaron cinco intervenciones. Asimismo, se examinaron los conceptos de las opciones predeterminadas y la activación con buenos resultados para incrementar el uso de las aplicaciones para el rastreo de contactos y el diagnóstico de la COVID-19 en varios países de América Latina.

En Brasil, el uso de mensajes de texto conductuales ayudó a aumentar la conciencia sobre los comportamientos requeridos para detener la transmisión del virus. La utilización de normas sociales para desalentar las reuniones grupales también fue explorada en México y Colombia. Los estudios que se llevaron a cabo en Argentina, México y Uruguay encontraron que el partidismo podría tener cierto efecto en las creencias sobre la severidad de la pandemia.

En el recuadro 4.1 se enumeran las barreras conductuales observadas y las herramientas utilizadas en las intervenciones en el área de la pandemia de COVID-19.

RECUADRO 4.1 Barreras conductuales y herramientas relevantes para intervenciones en materia de la COVID-19

Barreras conductuales	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Sesgo del <i>statu quo</i> (inercia)» Sesgo del presente» Exceso de optimismo» Reciprocidad» Heurística de la disponibilidad» Sobrecarga cognitiva» Normas sociales» Exceso de confianza» Partidismo» Desconfianza» Activación» Factores que incomodan» Prominencia» Mentalidad de escasez	<ul style="list-style-type: none">» Encuadre» Recordatorios» Prominencia» Retroalimentación» Opciones predeterminadas» Anclaje» Aversión a la pérdida» Identidad de grupo» Normas sociales prescriptivas» Normas sociales descriptivas» Persuasión moral



[Ver definiciones](#)



4.1 Opciones predeterminadas para aumentar la aceptación de las aplicaciones (*app*) de rastreo de la COVID-19



REGIÓN

América Latina



AÑO

2020



EQUIPO

Cynthia Boruchowicz, Florencia López-Bóo, Benjamin Roseth y Luis Tejerina.

CONTEXTO

El alto grado de contagio de la COVID-19 expone a los ciudadanos a riesgos de infección en diversas circunstancias en las que no son conscientes de haber estado en contacto con personas infectadas. Por ello, además de los protocolos de distanciamiento social, el rastreo de contactos constituye una estrategia decisiva para limitar la propagación de esta enfermedad. La posibilidad de detener la propagación del virus es sumamente importante en regiones como América Latina, donde las consecuencias económicas y sanitarias de la pandemia han sido muy graves. En este contexto, el objetivo del presente estudio fue investigar la manera de aumentar el uso de las aplicaciones de rastreo de la COVID-19 en los teléfonos móviles inteligentes.

EL PROYECTO

Los estudios que utilizan opciones predeterminadas basadas en los saberes de las ciencias del comportamiento han demostrado que pueden influir con éxito en las personas y sin limitar su libertad de elección. Las diversas utilizaciones que tienen este tipo de opciones incluyen temas de

importancia como el ahorro, la salud y el comportamiento pro-ambiental. Dicho lo anterior, este proyecto exploró el impacto de las opciones predeterminadas en la aceptación de las aplicaciones de localización de contactos en 10 países de América Latina en el tercer trimestre de 2020. Asimismo, se utilizó un diseño experimental para obtener la tasa de aceptación de los participantes a las aplicaciones de rastreo con notificación de exposición al virus.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

Barreras conductuales

- » Factores que incomodan
- » Sesgo del presente
- » Sesgo del *statu quo*
- » Exceso de optimismo
- » Exceso de confianza
- » Reciprocidad
- » Desconfianza



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Opciones predeterminadas
- » Retroalimentación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Factores que incomodan: El esfuerzo necesario para descargar y configurar la aplicación podría disminuir el uso, a pesar del interés general en utilizarla.

Sesgo del presente: Las personas suelen preferir dedicar su tiempo a algo más divertido que descargar y configurar una aplicación, incluso a sabiendas de los mayores beneficios para la salud que su utilización podría traer.

Sesgo del *statu quo*: Sucede cuando se privilegian medidas higiénicas tradicionales para afrontar la COVID-19 por sobre otras basadas en tecnología, como una nueva aplicación de rastreo.

Exceso de optimismo: Las personas pueden subestimar el riesgo de contagiarse y sufrir los síntomas de la enfermedad.

Exceso de confianza: Relacionado con el anterior, se da cuando las personas sobrestiman su respuesta inmunológica al virus de la COVID-19 y la potencial gravedad de los síntomas.

Reciprocidad: La eficacia de las aplicaciones de rastreo se ve limitada por la aceptación general de la población, así como por el ritmo con el que las personas informan de sus infecciones mediante la aplicación.

Desconfianza: Muchas veces los ciudadanos dejan de confiar en las acciones llevadas a cabo por sus representantes públicos por temer un uso indebido (en este caso, de sus datos personales).

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Opciones predeterminadas (*defaults*): Las opciones predeterminadas permiten seleccionar alternativas beneficiosas para la salud pública. En este caso, se configuró la instalación automática de una aplicación de rastreo de contactos dejando una opción de “optar para salir” (*opt-out*).

Retroalimentación: Las aplicaciones de rastreo de contactos podrían enviar resúmenes semanales sobre la cantidad y el riesgo de exposición de las personas que han dado positivo en la prueba de detección de la COVID-19.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Se recogieron muestras aleatorias de aproximadamente 1.000 adultos (mayores de 18 años) de una base de datos de teléfonos de 10 países latinoamericanos (Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú y Uruguay) para realizar una encuesta telefónica que tuvo lugar entre el 29 de julio y el 27 de septiembre de 2020.

La encuesta incluyó ocho módulos y los participantes fueron asignados aleatoriamente a un grupo de tratamiento o uno de control. A los encuestados del grupo de tratamiento se les preguntó sobre su nivel de aceptación de una aplicación de rastreo de la COVID-19 instalada automáticamente, con notificación de exposición y que podía ser removida por el usuario, mientras que al resto de los encuestados se les preguntó sobre una aplicación que podían instalar voluntariamente (“optar para entrar” u *opt-in*). La hipótesis subyacente para explicar la varianza se basó en estudios empíricos anteriores que ponen de manifiesto cómo el cambio de la modalidad por defecto a un régimen de *opt-out* aumenta significativamente la participación y la aceptación de este tipo de aplicaciones.

Otros módulos incluyeron, entre otros contenidos, preguntas sobre el uso de la tecnología, la confianza y la COVID-19, además de indicadores sociodemográficos. La edad media de los participantes fue de 39 años y el 50% eran mujeres.



No hubo diferencias estadísticamente significativas en las covariables entre el grupo de tratamiento y el de control.

DESAFÍOS

» **El estudio evaluó a los participantes en un escenario hipotético y no con situaciones y opciones reales.** Por lo dicho, y aunque estos hallazgos ayudan a comprender el nivel de aceptación general de los distintos regímenes (*opt-in* vs. *opt-out*), es probable que las respuestas podrían haber sido diferentes si los participantes hubiesen formado parte realmente del régimen de inclusión o de exclusión. Encontrarse frente a una aplicación que ha sido instalada automáticamente en el propio teléfono, por ejemplo, podría causar una reacción más importante que imaginar ese mismo escenario hipotético para una encuesta telefónica.

» La contribución de una aplicación de rastreo de contactos no sólo depende de la aceptación que tenga en términos de descargas y de condiciones del servicio, sino también de la frecuencia con que los usuarios informan a la aplicación los casos de contagio de la COVID-19. Los resultados del presente estudio contribuyen a comprender la manera de fomentar ese primer componente, pero deja sin examinar el segundo.

RESULTADOS

Las tasas medias de aceptación en el régimen de exclusión voluntaria (optar para salir) fueron significativamente mayores que en el régimen de inclusión voluntaria (optar para entrar). La probabilidad de aceptar una aplicación de rastreo de contactos con notificación de exposición en el primer grupo (exclusión voluntaria) fue de 22 puntos porcentuales más en comparación con el segundo (inclusión voluntaria), lo que se traduce en un aumento medio de aproximadamente el 40%.

Las covariables estudiadas muestran efectos significativos y positivos para la confianza en el gobierno (+5,0 puntos porcentuales); la creencia de que compartir datos personales tiene más beneficios

que desventajas (+7,7 puntos porcentuales); el uso habitual de las redes sociales (+7,4 puntos porcentuales), y para las compras en línea (+4,6 puntos porcentuales). Por otra parte, informan efectos negativos para las personas con menor nivel educativo (-6 puntos porcentuales) (gráfico 4.1.1).

En cuanto a las diferencias regionales, la aceptación media del régimen de exclusión voluntaria para Centroamérica y México aumentó 20,4 puntos porcentuales, frente a 22,8 puntos porcentuales para América del Sur, lo que representa una diferencia significativa de un nivel del 5%.

La diferencia entre ambos regímenes se reduce cuando se pide a los encuestados que imaginen que ellos o sus familiares han contraído la enfermedad y cuando la aplicación no ha sido diseñada por el gobierno nacional sino por una firma multinacional.

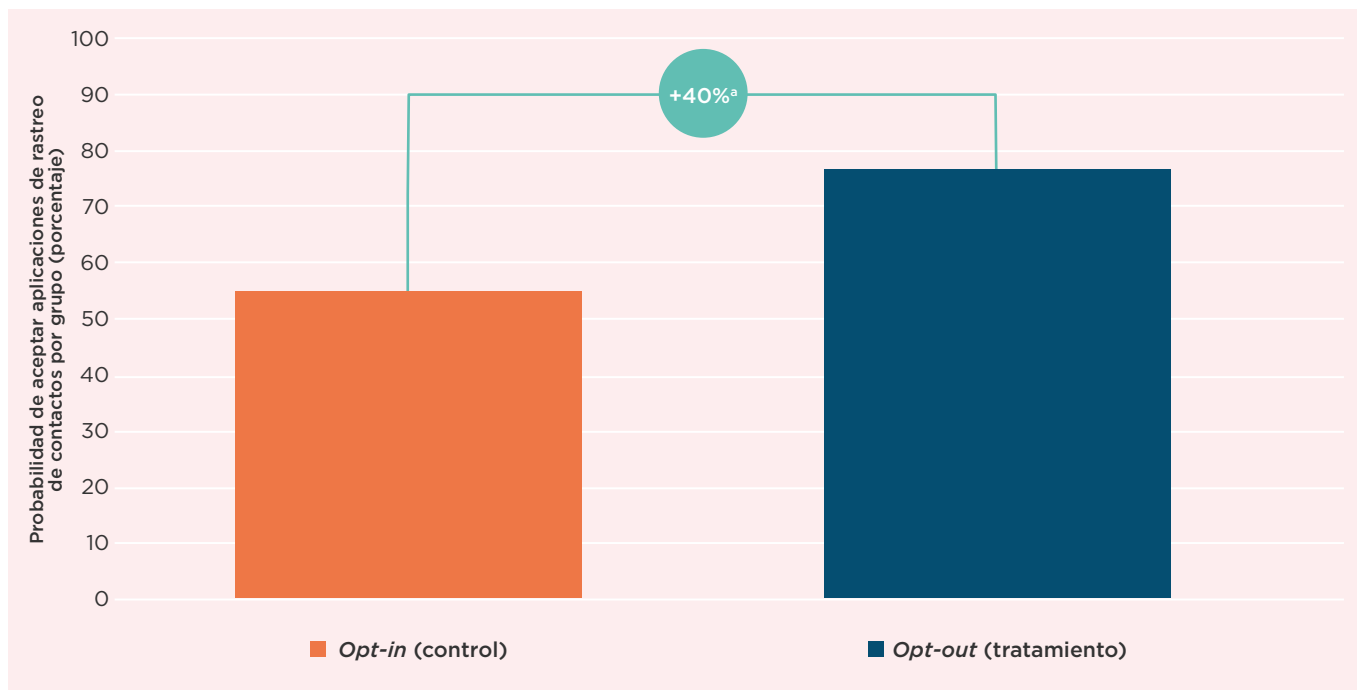
IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» **El equilibrio entre la necesidad de una gran aceptación de las aplicaciones de rastreo y el uso responsable de los datos es especialmente importante en los países donde los niveles de confianza en el gobierno son bajos.** Si bien una alta aceptación es deseable a corto plazo, el mal uso de los datos puede traer como consecuencia que disminuyan la confianza y la cooperación de los ciudadanos con el gobierno a largo plazo. Por lo dicho, el uso de opciones predeterminadas para aumentar la captación debería ir acompañado de una normativa de protección de datos transparente y responsable.

» El estudio confirma que la aceptación de las opciones predeterminadas para la aplicación de rastreo de contactos varía según las diferentes regiones. Mientras que estudios anteriores realizados en Europa mostraron que los ciudadanos preferían los escenarios de inclusión, el presente trabajo encontró que en América Latina se prefieren los escenarios de exclusión.



GRÁFICO 4.1.1 Principales efectos del régimen de exclusión en la aceptación de aplicaciones de rastreo de COVID-19



^aNivel de significancia estadística del 1%.

Nota: Categorías de base: *Opt-in*, 61+ años de edad, más que educación secundaria; masculino; sin hijos en la casa; sin personas de edad avanzada en la casa. Efectos fijos al nivel nacional.



4.2 Promover medidas preventivas contra la COVID-19 mediante el uso de mensajes de texto



PAÍS

Brasil



AÑO

2020



EQUIPO

Cynthia Boruchowicz, Flora Finamor-Pfeifer, Florencia López-Bóo, Guilherme A. Russo y Tainá Souza-Pacheco.

CONTEXTO

En el marco de la pandemia de COVID-19, las ciencias del comportamiento formaron parte del conjunto de herramientas utilizadas en la búsqueda de soluciones para guiar los esfuerzos de reapertura de las actividades a través de acciones preventivas como mantener la distancia social adecuada, usar mascarillas y lavarse las manos. Trabajos anteriores de distintas disciplinas han demostrado que, entre las herramientas conductuales, los recordatorios enviados por mensajes de texto son especialmente potentes para abordar la atención limitada, las restricciones en el procesamiento de la información y el sesgo del presente. Además, dado que los teléfonos móviles son relativamente baratos y su uso está ampliamente difundido, los mensajes de texto se han convertido en un canal eficaz de comunicación con el público en general. Mientras los gobiernos de todo el mundo se enfrentan a los nuevos e inesperados retos que trajo la pandemia, este estudio permite entender hasta qué punto una campaña de mensaje de texto basada en mensajes con información sobre el comportamiento puede resultar eficaz para hacer frente a la pandemia.

EL PROYECTO

La ciudad de São Paulo, donde existe un extenso uso de tecnología móvil,² puso en marcha una intervención con mensajes de texto sustentados en saberes aportados por las ciencias del comportamiento. Su objetivo era alentar a las personas a quedarse en casa, usar mascarillas y mantener una distancia segura respecto de los demás. Se enviaron cinco tipos de mensajes motivacionales que ponían el foco en:

1. La reciprocidad hacia los trabajadores de la salud.
2. Las normas sociales.
3. El deber cívico.
4. La percepción del riesgo.
5. La autoeficacia/identidad colectiva.

Posteriormente, se analizó cuáles fueron los más eficaces para generar el cambio deseado en el comportamiento autoinformado. Para ello, luego de la recepción de los mensajes de texto, se realizó una encuesta telefónica que abarcó a un 10,4% de la muestra para registrar los cambios del comportamiento.

² Para más información, accédase al enlace: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/pesquisa/44/47044>.



ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

Barreras conductuales

- » Prominencia
- » Exceso de confianza
- » Sobrecarga cognitiva
- » Sesgo del *statu quo*

Herramientas conductuales

- » Persuasión moral
- » Normas sociales
- » Reciprocidad



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Prominencia: Al momento del estudio, algunas medidas (como el distanciamiento social y lavarse las manos) eran más destacadas que otras (como el uso adecuado de mascarillas).

Exceso de confianza: Ocurre especialmente en las personas jóvenes, que tienden a creer que no pueden contagiarse o sufrir los síntomas.

Sobrecarga cognitiva: Durante los meses iniciales de la pandemia, las personas debían recordar una importante cantidad de información nueva, incluidas las directrices de las autoridades de salud.

Sesgo del *statu quo*: Es posible que las personas entiendan la importancia de llevar la mascarilla, pero les cueste incorporar este hábito a su rutina diaria.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Persuasión moral (*moral persuasion*): La incorporación de un “deber” en el diseño de los mensajes tiene como objetivo primar la relación y la responsabilidad que se tiene con el grupo de pertenencia, en este caso, amigos y familiares.

Normas sociales: La teoría sugiere que las personas hacen lo que se espera de ellas y lo que hacen los demás; por lo tanto, los mensajes sugerían que otros ya estaban siguiendo recomendaciones de salud pública durante la COVID-19.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El piloto inició con una muestra de 75.351 ciudadanos que habían contactado con la plataforma electrónica del gobierno de la ciudad de São Paulo. El laboratorio de innovación del gobierno de la ciudad de São Paulo llamado “(011).lab”, en conjunto con el BID, asignó aleatoriamente dichas personas a un grupo de tratamiento (63.438 participantes) que recibiría un mensaje de texto o a uno de control, en el que no recibirían ningún mensaje. **El grupo de tratamiento se dividió en cinco brazos para enviarles mensajes ligeramente diferentes y destacar así distintos principios de las ciencias del comportamiento:**

1. Reciprocidad hacia los trabajadores de la salud. “Los profesionales sanitarios están arriesgando sus vidas para combatir el coronavirus. HAZ TU PARTE PARA AYUDARLES.”
2. Las normas sociales. “La mayoría de la gente ya lleva mascarillas. HAZLO COMO ELLOS.”
3. Deber cívico. “Evitar la muerte de familiares y amigos es TU DEBER.”
4. Percepción del riesgo. “La gente podría estar contaminada sin saberlo. UNO DE ELLOS PODRÍA SER USTED.”
5. Autoeficacia. “Si todos ponemos de nuestra parte, venceremos al coronavirus. TU ACCIÓN ES IMPORTANTE.”

Después del envío de mensajes de texto, entre el 12 de junio y el 3 de julio de 2020, se contactó por teléfono a los 75.351 participantes del ejercicio para que respondieran a una encuesta para medir



el efecto de esos mensajes. La encuesta fue contestada por un total de 7.825 participantes (10,4%), con tasas de respuesta no correlacionadas con el estatus del tratamiento. En la encuesta se formularon preguntas sobre políticas de distanciamiento social, conocimiento del comportamiento adecuado y comportamientos autoinformados (como mantener la distancia y llevar una mascarilla), así como otras orientadas a indagar sobre las características sociodemográficas de la muestra.

DESAFÍOS

- » **Esta prueba piloto tuvo una capacidad limitada para tener un gran efecto en la población.** En efecto, para lograr un impacto más importante hubiera sido necesario extender la intervención a una mayor parte de la población. Por ese motivo, el laboratorio de innovación gubernamental de São Paulo creó adicionalmente una alianza con el BID y Vital Strategies, una organización líder mundial en salud pública, para ampliar la intervención por mensajes de texto mediante una base de

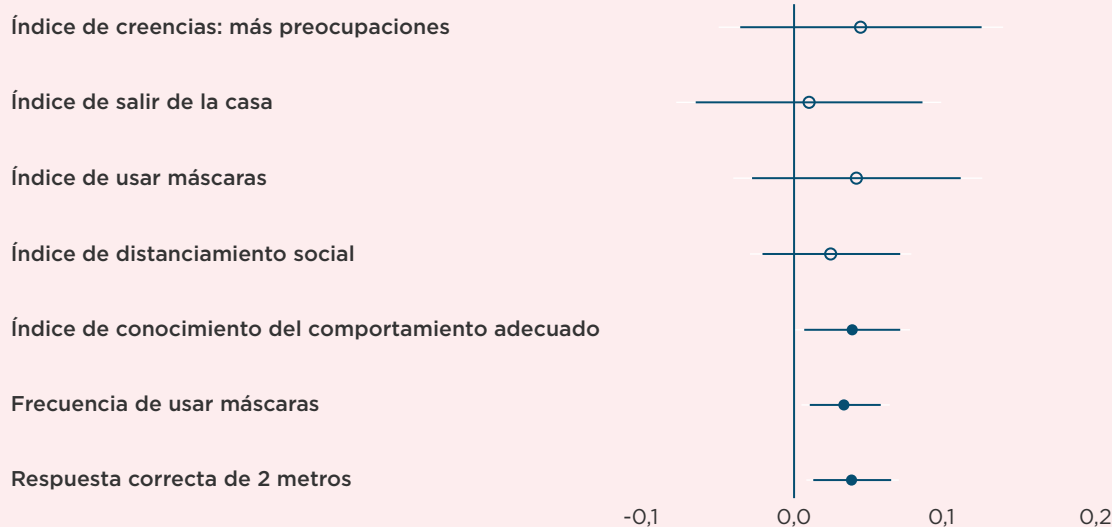
datos de contactos más amplia. Los resultados de esta ampliación, no se reportaron.

RESULTADOS

El estudio demostró que los mensajes de texto son una herramienta eficaz para informar a la población durante la pandemia. Cuando se compara el grupo tratado (se envió mensajes de texto) con el grupo de control (no se envió ningún mensaje), se observa una diferencia estadísticamente significativa en los conocimientos sobre los comportamientos recomendados (gráfico 4.2.1).

Los encuestados que recibieron el mensaje de texto sobre el “deber cívico”, diseñado para activar el sentido del deber sobre la protección de la familia y los amigos, demostraron estar sistemáticamente mejor informados y ser más propensos a llevar una mascarilla en todo momento. El grupo tratado informó un 12,75% más de probabilidad de elegir la respuesta correcta sobre la distancia a mantener respecto de los demás. Además, los participantes que recibieron el mensaje del “deber cívico” informaron un 3% adicional de probabilidad de

GRÁFICO 4.2.1 Efectos de recibir un mensaje de texto sobre los conocimientos de distanciamiento social



Nota: Los círculos indican el coeficiente beta (III) asociado con estar en los grupos de tratamiento en comparación con el grupo de control. Los círculos rellenos indican diferencias estadísticamente significativas basadas en los intervalos de confianza bilaterales del 90 %. Las líneas grises alrededor de los círculos indican los intervalos de confianza del 95 % de dos lados, y las líneas negras indican los intervalos de confianza del 90 % de dos lados.

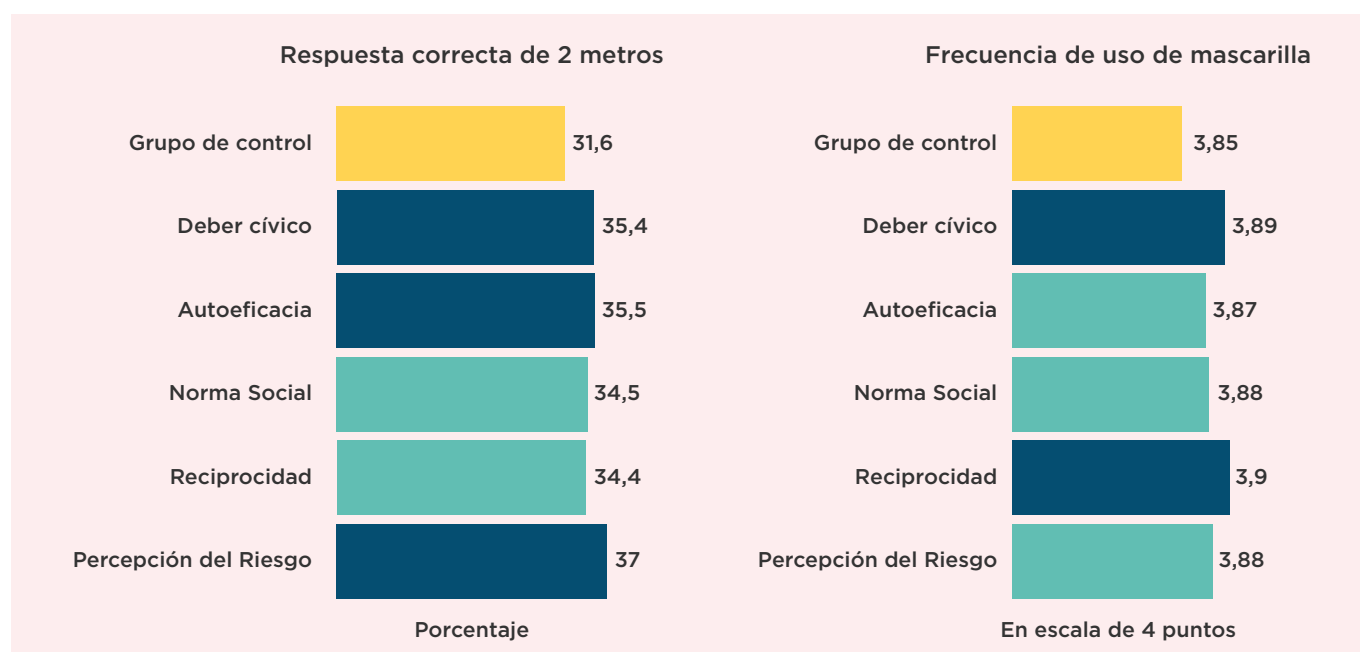
manifestar que siempre llevaban mascarilla (un aumento de 2,3 puntos porcentuales). Cuando se analizaron los efectos de los mensajes en el conocimiento sobre el distanciamiento social por grupo de tratamiento, se observó que los tres tipos de mensajes que resultaron significativos fueron los correspondientes al deber cívico, la autoeficacia y el encuadre (*framing*) de percepción del riesgo (gráfico 4.2.2).

» Los resultados de este proyecto sirvieron de base para una intervención a mayor escala en la que, entre el 10 y el 14 de agosto de 2020, se enviaron aproximadamente 8,24 millones de mensajes a más de 2,7 millones de ciudadanos de la ciudad de São Paulo, instándolos a cumplir con los nuevos requisitos de comportamiento. Para esta intervención se utilizó el mensaje sobre el “deber cívico”, dado que fue el que obtuvo los resultados más consistentes en la prueba piloto.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» Entender los efectos potenciales de los mensajes oficiales a través de mensajes de texto enviados a los ciudadanos tuvo importantes implicaciones en la lucha contra la COVID-19 y la estrategia de reapertura de los países.

GRÁFICO 4.2.2 Efectos de recibir un mensaje de texto sobre el conocimiento del distanciamiento social y el uso de mascarillas, por brazo de tratamiento



Nota: La figura presenta puntajes pronosticados generados a partir de las regresiones multivariadas. El gráfico de la izquierda representa la probabilidad de una respuesta correcta a la pregunta sobre qué distancia se debe mantener con los demás (2 metros). El gráfico de la derecha presenta la puntuación pronosticada para la pregunta sobre la frecuencia con la que el encuestado usa una máscara, utilizando una puntuación de 4 puntos donde 1 es “Nunca” y 4 es “Siempre”. La barra amarilla muestra la puntuación del grupo de control; el verde muestra las puntuaciones de los grupos de tratamiento y cuando la diferencia no era distinguible de 0; y el azul muestra las puntuaciones de los grupos de tratamiento cuando los coeficientes fueron estadísticamente significativos.

4.3 Juntos(iNo!): el papel de las normas sociales en el distanciamiento social



PAÍS

México



AÑO

2021



EQUIPO

Déborah Martínez, Cristina Parilli, Carlos Scartascini y Alberto Simpser.

CONTEXTO

Desde el inicio de la pandemia de COVID-19, a principios de 2020, los conocimientos sobre la manera de prevenir la infección aumentaron considerablemente. El distanciamiento social y el evitar las reuniones en lugares cerrados, por ejemplo, surgieron como algunos de los comportamientos preventivos más poderosos y eficaces. Sin embargo, y a pesar de la solidez de las evidencias sobre los peligros del contacto social cercano, muchas personas siguieron reuniéndose con amigos y participando en eventos sociales que contribuyeron a la propagación del virus.

El problema no parece ser de información o credibilidad, ya que los datos de las encuestas muestran que la mayoría de la gente está de acuerdo en que se deben evitar las reuniones sociales. Ya en mayo de 2020, los mismos datos mostraban que el 79,5% de los encuestados en Estados Unidos estaba de acuerdo en que las reuniones de 10 o más personas no deberían estar permitidas (CDC, 2020). En México, país donde se realizó el presente estudio, el 82% de los encuestados en abril de 2020 aprobaba las directrices de salud pública vigentes que incluían restricciones a las reuniones masivas (Buendía & Laredo, 2020). Según los datos colectados en este estudio (Martínez et al., 2021), el 73% de las personas en la muestra reconocían que reunirse en espacios cerrados (como

los restaurantes) representaba un alto riesgo de contraer la COVID-19, pero aun así cerca del 43% afirmó haber visitado a amigos y familiares en sus casas durante la semana anterior.

EL PROYECTO

Este proyecto llevado a cabo en México en el verano de 2020 exploró el impacto de las normas sociales para explicar la brecha que existía en la población entre el conocimiento y su comportamiento. El proyecto tuvo como objetivo examinar qué tipo de normas podrían hacer que la gente se desviara de las directrices públicas en un estudio con encuestas a más de 23.000 individuos. El experimento consistió en una viñeta que presentaba a un personaje ficticio, Mariana, que había sido invitada a la reunión de cumpleaños de un amigo y debía decidir si asistiría o no. La historia retrata una situación en la que la mayoría de los mexicanos puede sentirse identificado (celebraciones de cumpleaños) y apela a lo que la literatura destaca como la red de referencia relevante de los individuos durante la pandemia actual (la familia y los amigos). Estas reuniones sociales también eran relevantes porque conducían a eventos de extrema difusión del virus.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Normas sociales
- » Sesgo del *statu quo*
- » Exceso de optimismo

Herramientas conductuales

- » Normas sociales descriptivas
- » Normas sociales prescriptivas



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales: Si las personas creen que otros no están cumpliendo con las recomendaciones de salud pública, ellas son menos propensas a hacerlo.

Sesgo del *statu quo*: Es posible que las personas, a pesar de los riesgos potenciales, continúen realizando sus actividades habituales, como asistir a celebraciones de cumpleaños, porque están acostumbradas a hacerlo y no desean modificar sus hábitos.

Exceso de optimismo: Quienes asisten, por ejemplo, a una fiesta pueden estar subestimando su riesgo de enfermarse.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Normas sociales descriptivas: La presentación de la norma social descriptiva, que indica que la mayoría de la gente cumple las directrices de salud pública, puede mejorar el comportamiento individual.

Normas sociales prescriptivas: En el contexto de la pandemia de COVID-19, es posible que las personas guarden la debida distancia social por estar convencidas de que es la conducta correcta.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Integrada a una encuesta más amplia dedicada al brote de la COVID-19, esta encuesta experimental se realizó en México entre el 7 y el 21 de julio de 2020. Los participantes eran mayores de 18 años, vivían en los estados mexicanos de Sonora y Guanajuato y fueron convocados a través de Facebook y el correo electrónico. La muestra final arrojó un número total de 23.184 encuestados.

Como se mencionó, este estudio utilizó una viñeta para describir a un personaje ficticio (Mariana) que recibió una invitación para asistir, junto a otros 20 invitados, al cumpleaños de un amigo. El personaje fue descrito de acuerdo con las directrices de salud pública para la pandemia de COVID-19. Tras la descripción inicial, la viñeta variaba según cuatro condiciones diferentes, que eran resultado de un diseño de dos por dos mediante la aleatorización de las indicaciones de expectativas empíricas y normativas. Vale la pena aclarar que las expectativas normativas aluden a normas sociales prescriptivas (lo que se debe hacer), mientras que las empíricas lo hacen a normas sociales descriptivas (lo que hacen los demás). Se describió a Mariana según la creencia de que sus amigos percibían la asistencia a la fiesta como algo correcto o incorrecto (expectativas normativas) y de que pocos o la mayoría de ellos asistirían (expectativas empíricas). **Las variaciones de la frase que dieron lugar a las cuatro condiciones presentadas en el cuadro 4.3.1 son:**

“Mariana sabe que sus amigos piensan que [es/no es] correcto asistir, [y/pero] [sólo unos pocos/la mayoría de ellos] se presentarán”.

Tras ser expuestos a su respectiva condición, se pidió a los participantes del estudio que respondieran a dos preguntas equivalentes a los principales resultados del estudio: i) su creencia sobre si Mariana “asistiría” al cumpleaños y ii) su creencia sobre si Mariana “debería” asistir. Además, la encuesta recogió información individual que incluía características de género, educación, percepciones de riesgo, comportamiento de distanciamiento social previo de los vecinos y exposición previa



CUADRO 4.3.1 Condiciones del diseño experimental

		Amigos que asistirán a la fiesta (Expectativas empíricas)	
		Minoría	Mayoría
Amigos creen que asistir a la fiesta es correcto (Expectativas normativas)	No	T1 (Altas/altas)	T2 (Altas/bajas)
	Sí	T3 (Bajas/altas)	T4 (Bajas/bajas)

a la COVID-19, entre otros datos, que fue utilizada para conformar las variables de control en las estimaciones.

adultas, las mujeres encuestadas y para quienes referían que sus vecinos practicaban el distanciamiento social.

DESAFÍOS

- » El ejercicio pidió a los participantes que dedujeran el comportamiento de una tercera persona, pero no se puede asegurar que los participantes actuarían de forma similar si se encontraran en una situación parecida.

La probabilidad de responder que Mariana asistiría a la celebración fue mayor para los encuestados que declararon haber asistido a una fiesta en la última semana y para los que informaron haber visitado a amigos o familiares.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

RESULTADOS

Los resultados indicaron que las normas sociales influyeron significativamente en las creencias de la gente sobre la “asistencia” de Mariana a la reunión; sin embargo, no parecieron tener efecto en sus creencias sobre si “debería” asistir.

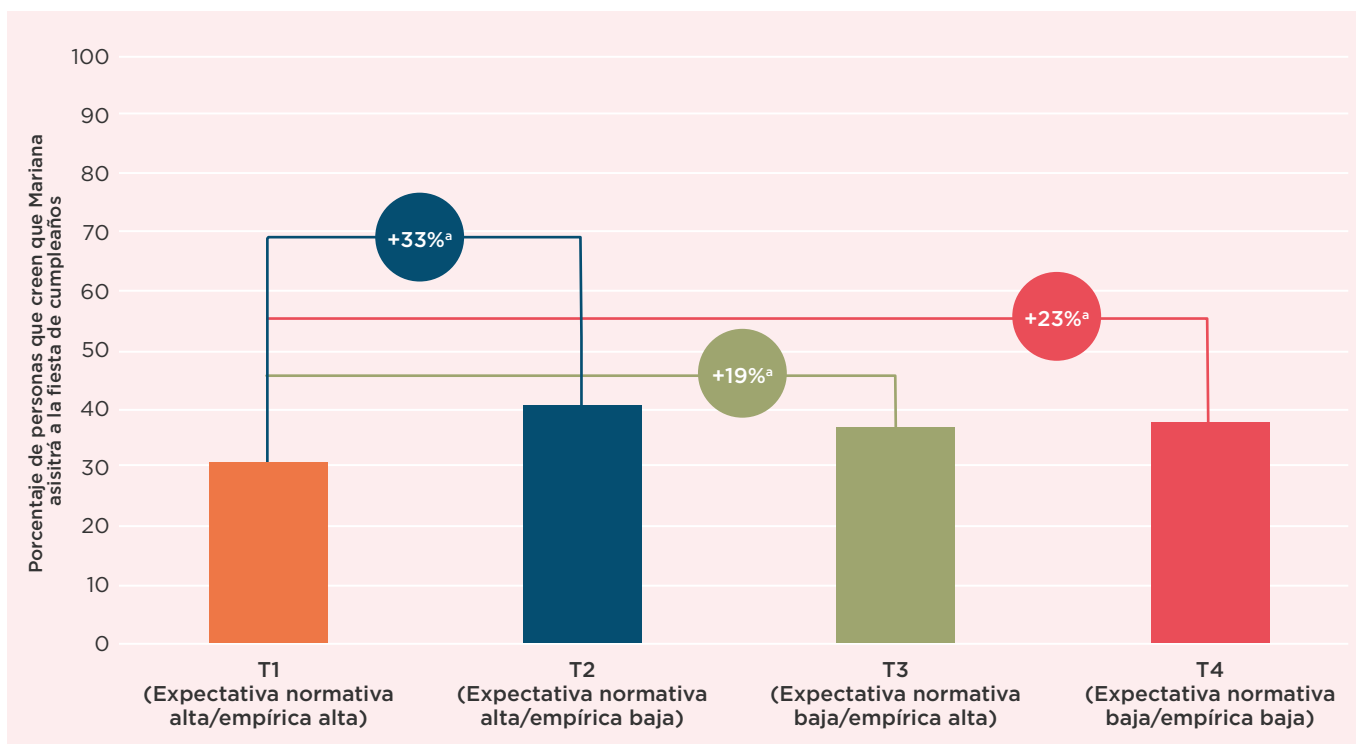
En comparación con la categoría de referencia (T1: asistir es inapropiado y pocos amigos irán), T2-T4 aumentaron significativamente las creencias de la gente referidas a que Mariana asistiría al cumpleaños (en promedio, alrededor de 7 puntos porcentuales), lo que equivale a un 28% de la probabilidad de asistencia prevista en T1. De forma notable, los niveles del efecto para la condición T2 fueron consistentemente más altos y estadísticamente diferentes de T4, y con T2 aumentando la asistencia en aproximadamente 10 puntos porcentuales sobre todos los modelos y T4 en 7 puntos porcentuales (gráfico 4.3.1).

La probabilidad de responder que Mariana asistiría a la celebración fue menor para las personas más

- » Los resultados del estudio sugirieron que las normas sociales pueden servir para aumentar el cumplimiento voluntario de las directrices de salud pública. Cuando se utilizan campañas de información basadas en normas sociales para provocar un comportamiento de distanciamiento social, la existencia de expectativas empíricas y normativas elevadas configuran un elemento clave para aumentar el cumplimiento del distanciamiento social. Más aún, la información que destaca el cumplimiento de las normas de los demás y, al mismo tiempo, aplica las expectativas normativas, puede impulsar a los individuos a adoptar comportamientos preventivos.

- » Por el contrario, destacar que hay personas que no cumplen las normas probablemente reduzca el cumplimiento de los demás, algo que podría conformar un subproducto involuntario de la cobertura de noticias sobre el incumplimiento social. La politización de las directrices y el repudio activo y público de las normas también pueden conducir a una mayor erosión del cumplimiento.

GRÁFICO 4.3.1 Efectos del tratamiento de las normas sociales en el comportamiento de distanciamiento social



Nota: Las diferencias entre el grupo de tratamiento T2, por un lado, y T3 y T4, por el otro, son significativas (pero no hay una diferencia significativa entre T3 y T4).



4.4 Aumentar el uso de aplicaciones de diagnóstico y rastreo de contactos



PAÍS

México



AÑO

2020



EQUIPO

Déborah Martínez, Cristina Parilli, Ana María Rojas, Carlos Scartascini y Alberto Simpser.

CONTEXTO

La pandemia de COVID-19 ha demostrado hasta qué punto la eficacia de las políticas públicas depende de la voluntad de los ciudadanos de adoptar medidas en las que los costos privados individuales superan a los beneficios propios, si bien es cierto que los beneficios sociales son mayores que los costos públicos. Un ejemplo de externalidades positivas es el uso de aplicaciones de auto-diagnóstico y de rastreo de contactos que permiten identificar una posible infección e informan a los ciudadanos sobre su contacto con portadores del virus, además de recomendar su aislamiento. Los individuos se ven beneficiados al estar al informados sobre una posible infección y tener la posibilidad de tomar algunas medidas antes de advertir los síntomas. Sin embargo, el principal beneficio es para la sociedad, ya que las aplicaciones facilitan el rastreo de los contactos y la interrupción de las cadenas de transmisión del virus.

En este sentido, una de las preocupaciones más frecuentes de los ciudadanos con respecto a este tipo de aplicaciones tiene que ver con la privacidad y la protección de los datos. Los responsables de las políticas públicas por lo general suelen abordar estas preocupaciones tratando de llevar seguridad a los ciudadanos en relación con que han tomado todas las medidas necesarias para

reducir dichos riesgos. No obstante, no está claro si este enfoque “directo” es capaz de resolver las dudas e inseguridades de los ciudadanos.

EL PROYECTO

Superar la preocupación por la privacidad de los datos podría conducir a un fuerte aumento de la aceptación de las aplicaciones de diagnóstico y rastreo. Sin embargo, la literatura existente en algunos campos indica que una estrategia explícita o directa para abordar tales preocupaciones podría ser contraproducente. El presente estudio pone a prueba el impacto de diferentes mensajes en la disposición de las personas para adoptar aplicaciones de diagnóstico y rastreo de contactos. Su objetivo consistió en comprobar si las estrategias explícitas utilizadas en el abordaje de las preocupaciones sobre la privacidad de los datos son realmente útiles o podrían tener efectos contraproducentes y disminuir aún más la disposición a descargar y utilizar este tipo de aplicaciones.

El estudio tomó la forma de un ejercicio en línea realizado en 2020 y contó con más de 23.000 participantes de los Estados mexicanos de Sonora y Guanajuato.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Heurística de la disponibilidad
- » Activación
- » Prominencia
- » Desconfianza

Herramientas conductuales

- » Retroalimentación
- » Encuadre



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Heurística de la disponibilidad: Es posible que los ciudadanos hayan escuchado acerca de los problemas relacionados con la protección de datos y, a partir de dicha información (que puede o no provenir de una fuente fidedigna), inclinarse a sobrestimar la probabilidad de que surjan problemas similares.

Activación: Esto puede ocurrir cuando, por ejemplo, una persona se informa sobre las medidas adoptadas para prevenir la filtración de datos y, en lugar de pensar en los beneficios de la aplicación, pone su atención en los posibles perjuicios que una filtración de datos le podría acarrear.

Prominencia: Mencionar específicamente un tema sensible, como lo es la preocupación por la privacidad de los datos, puede instalar este tema entre los ciudadanos y disponerlos negativamente hacia el uso de este tipo de aplicaciones.

Desconfianza: Las personas que desconfían de su gobierno o de sus conciudadanos pueden abstenerse de utilizar una aplicación por temer, por ejemplo, un uso indebido de sus datos o considerar que no le brindarán ningún beneficio.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Retroalimentación: La aplicación podría proporcionar a los individuos información sobre su salud y sus puntos de contacto, facilitando un cambio de comportamiento después de que hayan tenido contacto con portadores del virus.

Encuadre: La información sobre las ventajas del rastreo de la COVID-19 y de las aplicaciones de diagnóstico puede ser presentada abordando explícita o implícitamente las preocupaciones por la seguridad de los datos, lo que podría provocar diferentes reacciones por parte de los participantes.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Este estudio fue administrado como un ejercicio de encuesta dentro de otra más amplia centrada en la COVID-19. Se conformaron un total de cuatro grupos, tres de tratamiento y uno de control, asignando los participantes a cada uno de ellos de forma aleatoria. Los tres brazos de tratamiento contenían una viñeta de activación para cada grupo y una pregunta de seguimiento que ponía a prueba la eficacia de dicha activación.

En el primer grupo de tratamiento (T1) se describió la utilidad de Facebook como red social (placebo); en el segundo (T2) se subrayó la conveniencia de utilizar servicios y aplicaciones en línea para realizar gestiones con la administración pública, y en el tercero (T3) se siguió el enfoque tradicional, asegurando a los ciudadanos los esfuerzos de las autoridades públicas en materia de privacidad de datos (cuadro 4.4.1).

Posteriormente, a los individuos de los cuatro grupos se les hicieron dos preguntas relativas a sendas variables dependientes, indagando sobre su disposición a descargar una aplicación de diagnóstico de la COVID-19 y otra para el rastreo de contactos. Las respuestas fueron agrupadas en cuatro categorías que, para su análisis, fueron convertidas en dicotómicas. Como se mencionó, el estudio partió de la hipótesis de que abordar las preocupaciones sobre la protección de los datos personales de forma directa o explícita (como se hizo en T3) podría ser contraproducente, ya que este tipo de estrategia puede generar preocupaciones en los usuarios.



Los participantes, todos mayores de 18 años, fueron convocados a través de anuncios en la página de Facebook del BID y de listas de correo electrónico proporcionadas por los Estados mexicanos de Sonora y Guanajuato. En conjunto, la muestra incluyó a más de 23.000 personas.

DESAFÍOS

- » Más del 90% de la muestra indicó que “probable” o “seguramente” descargaría una aplicación de rastreo (en el caso de la aplicación de diagnóstico, el porcentaje fue del

88%), posiblemente debido a los efectos de **deseabilidad social, o la tendencia de las personas de responder encuestas de una manera que sea vista favorablemente por otros**. Estos hallazgos ponen de manifiesto dos aspectos importantes: en primer lugar, esta cifra es considerablemente más alta que las informadas por otras encuestas, lo que podría indicar que la muestra no es apta para hacer generalizaciones significativas; segundo, que los efectos de “techo” limitan la capacidad de aumentar la aceptación y así alcanzar efectos considerables.

CUADRO 4.4.1 Viñetas del experimento		
Condición	Activación	Idea de intervención
Controlar	---	---
T1	Utilidad de Facebook.	<p><i>Facebook es la red social más popular en México y en el mundo. Permite a sus usuarios compartir fotos, noticias e información personal con sus amigos. Además, a través de su aplicación móvil, permite el contacto frecuente con los seres queridos.</i></p> <p>Seguimiento: <i>¿Estás de acuerdo en que la aplicación móvil de Facebook aumenta el contacto con tus seres queridos? [Sí/No].</i></p>
T2	Comodidad de los servicios en línea a través de aplicaciones.	<p><i>El gobierno de México ha trasladado muchos trámites burocráticos presenciales a plataformas online. Además, gracias a las aplicaciones móviles, algunos de esos trámites pueden realizarse desde cualquier lugar. Por ejemplo, los mexicanos ahora pueden pagar multas en línea en cualquier momento y desde cualquier lugar.</i></p> <p>Seguimiento: <i>¿Está usted de acuerdo en que los servicios en línea aumentan el bienestar de los mexicanos? [Sí/No].</i></p>
T3	Esfuerzos del gobierno para abordar las preocupaciones sobre la privacidad de los datos.	<p><i>Las plataformas en línea y las aplicaciones móviles, que podemos utilizar para comprar en línea y pagar servicios, pueden tener problemas de seguridad. El gobierno de México está trabajando muy duro para proteger la privacidad de los datos para que ningún mexicano se preocupe o se vea afectado por ello.</i></p> <p>Seguimiento: <i>¿La protección de datos es un tema importante para ti? [Sí/No].</i></p>

RESULTADOS

Los siguientes resultados se obtuvieron a partir de regresiones lineales con tres parámetros de las condiciones T1 a T3, tomando al grupo de control como categoría de referencia.

Los enfoques tradicionales, que abordan explícitamente los esfuerzos por la protección de los datos, podrían ser contraproducentes (gráfico 4.4.1). Los individuos asignados al grupo T3 (esfuerzos del gobierno para garantizar la privacidad de los datos) fueron menos propensos a indicar su disposición a descargar la aplicación para el diagnóstico y para el rastreo de contactos en 4 y 3 puntos porcentuales, respectivamente.

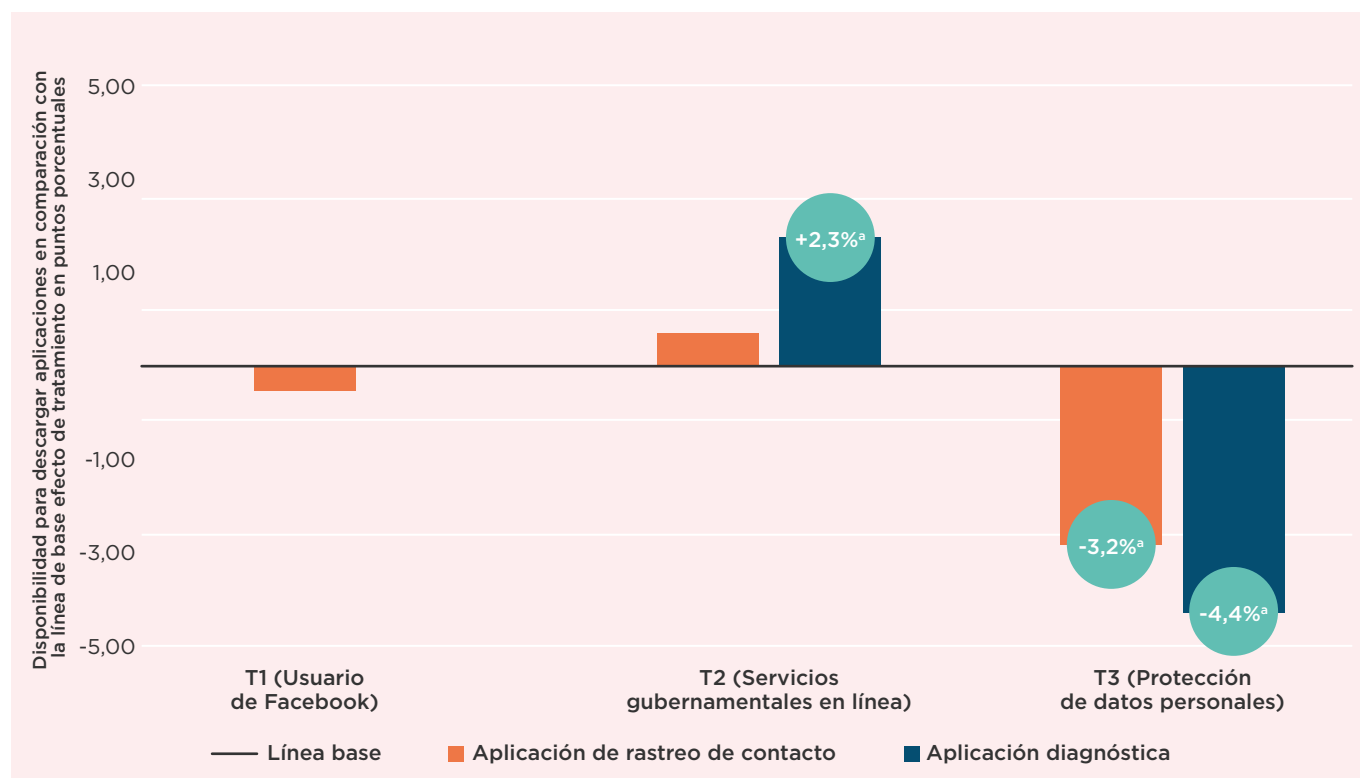
Los individuos que fueron “activados” con éxito para las condiciones T1 y T2 indicaron una mayor disposición a descargar ambas aplicaciones que los que no lo fueron, mientras que los “activados”

con éxito para T3 tuvieron una menor proporción de participantes con intenciones de descargar las aplicaciones.

Mientras en T1 no se encontró ningún efecto significativo, en T2 la disposición de los participantes a descargar la aplicación de diagnóstico aumentó significativamente (2 puntos porcentuales). Esto indica que una estrategia que aborde indirectamente el tema, destacando los beneficios de estas aplicaciones en otros campos, podría ser más eficaz que una estrategia más directa.

Las variables de control señalan las diferencias entre las subpoblaciones. Las personas de más edad y mayor nivel de estudios fueron menos propensas a indicar su disposición a descargar las aplicaciones. Por otro lado, las mujeres y las personas que tuvieron experiencias directas o indirectas con la COVID-19 fueron más proclives a manifestar su intención de descargar la aplicación. Por último, las personas que en la encuesta respondieron que percibían una eventual hospitalización como algo probable si se contagiaban de la COVID-19 y que

GRÁFICO 4.4.1 Efectos del tratamiento con diferentes mensajes sobre la disposición para descargar las aplicaciones de diagnóstico y rastreo de COVID-19



ª Nivel de significancia estadística del 1%.

Nota: El gráfico muestra resultados de una estimación con variables de control y efectos fijos a nivel estatal.

las actividades en espacios cerrados no eran seguras mostraron una mayor disposición a descargar las aplicaciones.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **Los responsables de las políticas públicas se enfrentan a menudo con las preocupaciones de los ciudadanos en cuestiones como la privacidad de los datos.** Sin embargo, este estudio demostró que abordar directamente dichas preocupaciones puede llevar a una reacción automática que es consecuencia de la primacía de los temores (ámbito emocional) sobre la información y los datos (ámbito racional). Con un enfoque de este tipo, entonces, en lugar de superar los miedos, estos pasan a ocupar un lugar destacado en la atención de los ciudadanos.
- » Una estrategia de abordaje indirecto, que resalte los beneficios de estas aplicaciones en otros campos más familiares, parecería ser más prometedora que una de abordaje directo o explícita.



4.5 La interacción entre el partidismo, las creencias sobre la COVID-19 y el apoyo a las políticas públicas



PAÍSES

Argentina, Brasil, Estados Unidos y Uruguay.



AÑO

2020



EQUIPO

Cynthia Boruchowicz, Lucía Freira, Florencia López-Bóo, Joaquín Navajas y Marco Sartorio.

CONTEXTO

La pandemia de COVID-19 ha generado grandes trastornos, tanto para la economía mundial como para las vidas y hábitos cotidianos de las personas. En consecuencia, los responsables de las políticas públicas han debido adoptar medidas importantes y de gran alcance para contener la propagación del virus. En los momentos de crisis, muchas veces los ciudadanos, abrumados por la complejidad y la incertidumbre de la situación, se vuelven hacia sus líderes políticos en busca de seguridad y orientación. Sin embargo, en tiempos de gran polarización política, los partidos a menudo no logran formar un consenso sobre la respuesta adecuada. En los Estados Unidos, la situación descrita condujo a una división partidista que tuvo un impacto significativo en el cumplimiento de las directrices de salud pública. Los mecanismos cognitivos subyacentes de este fenómeno permanecen, en gran medida, inexplorados, lo que indica la necesidad de comprender mejor las interacciones que pueden darse entre las preferencias políticas, las percepciones de la gravedad de la pandemia y la respuesta de los gobernantes.

EL PROYECTO

Este proyecto examinó la validez explicativa de dos modelos partidistas. El modelo de partidismo “racional” explica los juicios opuestos sobre las políticas relacionadas con la COVID-19 a partir de percepciones disímiles sobre su gravedad. El modelo de partidismo “tribal” supone que las diferentes reacciones guardan una estrecha relación con la identidad social y no tienen una gran vinculación con las percepciones de la gravedad de la crisis.

Para probar estos modelos, en 2020 se realizaron estudios en Argentina, Brasil, Uruguay y Estados Unidos, dedicando especial atención a la interacción entre partidismo, percepciones de gravedad y preferencias políticas.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Mentalidad de escasez
- » Partidismo

Herramientas conductuales

- » Anclaje (*anchoring*)



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Mentalidad de escasez: Las demandas del día a día reducen la capacidad cognitiva y esto lleva a que las personas tomen decisiones poco optimas sobre su salud.

Partidismo: Puede llevar a las personas a tomar decisiones que van en contra de su beneficio solamente porque son guiadas por lo que dicen los líderes del partido político al que pertenecen.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Anclaje (*anchoring*): La exposición a un número de muertes por la COVID-19 podría influenciar excesivamente el cálculo real de muertes por el virus.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El estudio comprendió cuatro ejercicios. El **primero** tuvo lugar en Argentina en mayo de 2020 y se realizó con una muestra de 640 estudiantes de cuatro universidades del mismo país. Para los ejercicios **segundo** y **tercero**, realizados en el mes de

junio en Uruguay y Brasil, se contó con una muestra de 372 y 353 participantes, respectivamente, la cual fue facilitada por la empresa de investigación de mercado Offerwise que está especializada en países latinoamericanos. El **cuarto** ejercicio, realizado en Estados Unidos, obtuvo los datos necesarios para la muestra (615 participantes) a través de Prolific, una plataforma en línea que convoca personas con fines de investigación científica.

En los ejercicios de Argentina, Brasil y Uruguay, los procedimientos siguieron la misma secuencia, a saber:

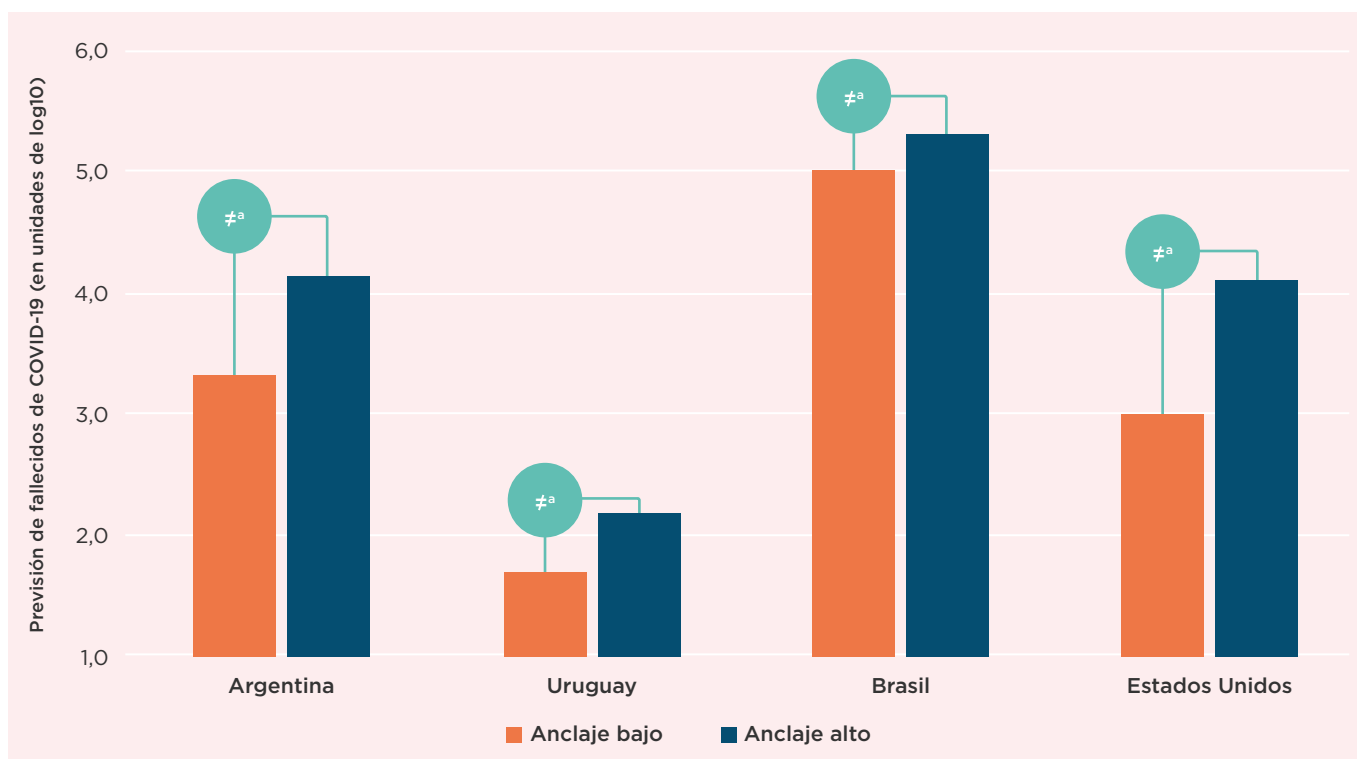
1. Se obtuvo información general sobre la edad, el sexo y el nivel educativo del participante.
2. Se preguntó a los participantes sobre su aprobación del partido político gobernante y sobre el partido al que habían votado en las últimas elecciones.
3. Para manipular experimentalmente las creencias a través del “anclaje”, los participantes fueron asignados al azar a una o dos condiciones. A algunos de los participantes se les pidió que pronosticaran el número de muertes por COVID-19 en el país después de considerar un número extremadamente bajo, y al resto se les pidió que consideraran un número extremadamente alto.
4. En la última etapa, se preguntó el grado de acuerdo que tenían los participantes con nueve políticas públicas que representaban respuestas a la pandemia en una escala Likert de siete puntos. Las políticas incluían la apertura de las escuelas, la libertad de movimiento en los espacios públicos y la obligatoriedad de las aplicaciones de rastreo de la COVID-19.

DESAFÍOS

- » Como los cuatro países de la muestra tienen sistemas de gobierno presidenciales, cualquier supuesto que surja del estudio con respecto a la interacción entre el partidismo, las creencias y el apoyo a las políticas puede no aplicarse igualmente a los países con sistemas políticos parlamentarios.



GRÁFICO 4.5.1 Efecto del anclaje en la predicción de las muertes causadas por COVID-19, países seleccionados



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

Nota: Los brazos indican una diferencia estadísticamente significativa entre las condiciones con anclaje bajo y alto.

RESULTADOS

En todos los estudios, la manipulación experimental de la cifra de referencia (“ancla”) tuvo un impacto significativo en los pronósticos (gráfico 4.5.1). En Argentina, el número medio de muertes estimadas fue cinco veces mayor en el grupo con condición de anclaje alto que en el grupo con condición de anclaje bajo (gráfico 4.5.2).

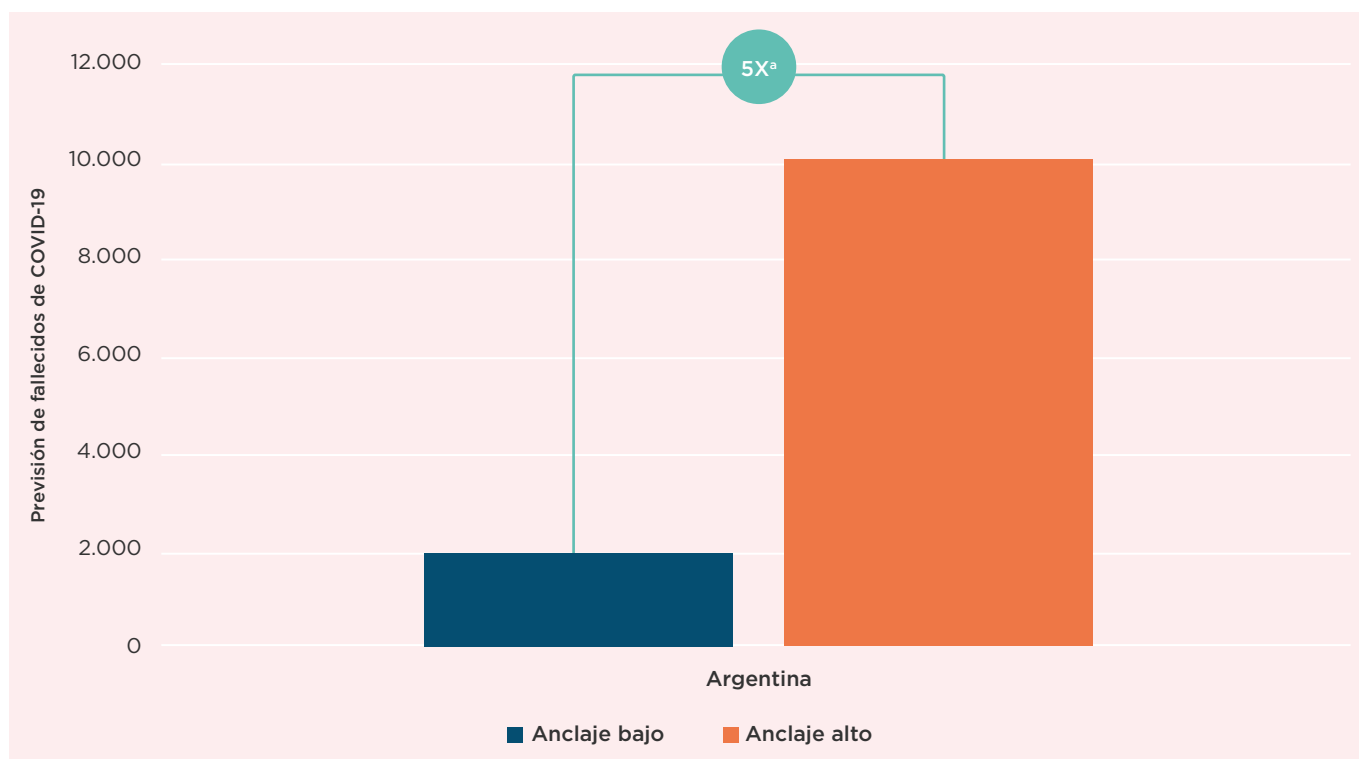
Las diferentes predicciones de muertes y casos relacionados con la COVID-19 no mediaron la aprobación de las políticas públicas. Las correlaciones entre el número de muertes previsto y el apoyo a las políticas públicas carecieron de significancia

estadística. En todos los ejercicios, los participantes que apoyaban al gobierno declararon niveles más bajos de gravedad de la crisis.

El partidismo estuvo fuertemente correlacionado con la aprobación de las políticas públicas. Sin embargo, las posturas variaron entre los países según la posición del gobierno nacional sobre la pandemia. En Brasil y Estados Unidos, donde las autoridades restaron importancia a la pandemia, el apoyo al gobierno se correlacionó con la desaprobación de las políticas públicas destinadas a detener la propagación del virus. En cambio, en Argentina y Uruguay, países en los cuales los gobiernos se mostraron firmemente a favor de las políticas públicas contra el virus, quienes los apoyaban también aprobaron las políticas públicas para contener la propagación.



GRÁFICO 4.5.2 Efecto del anclaje en la predicción de las muertes causadas por COVID-19, Argentina



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

Nota: Los brazos indican una diferencia estadísticamente significativa entre las condiciones con anclaje bajo y alto.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Este trabajo sugiere que la percepción de una situación real de gravedad, como la pandemia de COVID-19, podría no influir en las preferencias por determinadas políticas. En todo caso, dichas preferencias parecerían estar impulsadas por el partidismo. Este resultado coincide con investigaciones anteriores que indican que las personas suelen abandonar sus creencias para adoptar aquellas que su partido político apoya.

- » El comunicar la gravedad de la situación que se atraviesa podría no incrementar la aprobación o el cumplimiento de las políticas diseñadas para mitigar, y eventualmente superar, la pandemia. En lugar de eso, los gobiernos deberían orientar sus esfuerzos para alcanzar un consenso con todo el espectro de las élites políticas, lo que parecería ser una condición esencial a la hora de lograr una respuesta coordinada de los ciudadanos.



SEGURIDAD SOCIAL Y AHORRO PARA EL RETIRO



Seguridad social y ahorro para el retiro

En el campo de la seguridad social y del ahorro para el retiro, el sesgo del presente, la sobrecarga cognitiva, los factores que incomodan y la inercia surgieron como principales barreras para alcanzar los comportamientos deseados. En consecuencia, se diseñaron intervenciones en Brasil y en México, países donde se ayudó a los contribuyentes a sortear dichas barreras por medio de recordatorios y herramientas como la simplificación, la prominencia y otras de planificación. En Brasil, a los contribuyentes se les envió un folleto que incluía un recordatorio y que destacaba los

beneficios del ahorro, y con ello se lograron aumentar las contribuciones a la seguridad social por parte de los empleados independientes. En el caso de México, la combinación de una campaña nacional que mostraba cómo utilizar los puntos de ahorro de forma sencilla, junto con el incremento de estos puntos, contribuyó a aumentar el ahorro privado voluntario. En el recuadro 5.1 se identifican las barreras conductuales observadas y las herramientas utilizadas en las intervenciones en el área de la seguridad social y del ahorro para el retiro.

RECUADRO 5.1 Barreras conductuales y herramientas relevantes para intervenciones en materia de la seguridad social y del ahorro para el retiro

Barreras conductuales	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Sesgo del presente» Sesgo del <i>statu quo</i> (inercia)» Sobrecarga cognitiva» Exceso de optimismo» Factores que incomodan	<ul style="list-style-type: none">» Recordatorios» Prominencia» Simplificación» Herramientas de planificación



[Ver definiciones](#)



5.1 Cómo impulsar a los empleados independientes para que contribuyan a la seguridad social



PAÍS

Brasil



AÑO

2015



EQUIPO

Mariano Bosch, Danilo Fernandes y Juan M. Villa.

CONTEXTO

Entender cómo promover con éxito los ahorros para la jubilación y las contribuciones a la seguridad social es crucial para el desarrollo y la estabilidad económica de cualquier país. En el 2010, la mitad de los trabajadores asalariados contribuyen a la seguridad social, pero solo el 16% de los independientes hacen lo mismo (Bosch et al., 2013). Adicionalmente, se estima que para el 2050 la población en edad de retiro se duplicara representando el 18% de la población total (Álvarez et al., 2020). La región se enfrenta al desafío de proporcionar un ingreso adecuado a los 140 millones de jubilados previstos (ONU, 2019); de allí que la utilización de herramientas de la economía del comportamiento –como los recordatorios, las opciones predeterminadas y los compromisos– pueda facilitar esta tarea.

EL PROYECTO

En 2009, el Ministerio de la Previsión Social de Brasil lanzó un programa destinado a reducir la carga de la seguridad social y de los impuestos de los microempreendedores individuales (MEI) del 20%

al 7% de su ingreso neto promedio y, a la vez, a aumentar las tasas de cumplimiento. También simplificó el pago, combinando los impuestos municipales y estatales. Sin embargo, dos años después del comienzo del programa, solo dos de los nueve millones de trabajadores autoempleados de Brasil se habían inscrito en el programa y, de ellos, solo el 45% realizaba pagos regulares (Rocha et al., 2014). Además, en una encuesta realizada en 2013 por el administrador del programa, el 20% de los trabajadores-pacientes de la seguridad social respondió que no era consciente de que la inscripción como MEI requería sus contribuciones mensuales (Bosch et al., 2015).

En ese contexto, y para aumentar las contribuciones de los independientes, el Ministerio de la Previsión Social de Brasil y el BID enviaron por correo un folleto a tres millones de trabajadores independientes, recordándoles su obligación y destacando los beneficios de contribuir a la seguridad social.

Para abonar las contribuciones, todos los beneficiarios del MEI podrían realizar el pago a través del sistema de banca *online* o imprimir un “boleto bancario”, que es un documento de pago brasileño aceptado por todos los bancos.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del presente
- » Sesgo del *statu quo*
- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan

Herramientas conductuales

- » Recordatorios
- » Simplificación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del presente: Las personas con este sesgo posiblemente prefieran gastar dinero en el presente en vez de ahorrarlo para su futuro.

Sesgo del *statu quo* (inercia): Si los trabajadores independientes en general tienden a no realizar contribuciones a la seguridad social, podría resultarles difícil desviarse de dicha inercia comportamental.

Sobrecarga cognitiva: Esta barrera podría conducir al olvido del pago de las contribuciones mensuales.

Factores que incomodan: Los trabajadores independientes muchas veces experimentan dificultades para acceder al sistema bancario o imprimir un boleto.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: Llamar la atención sobre un problema puede ayudar a combatir la inercia de no pensar en soluciones para dicho problema.

Simplificación: Proporcionar herramientas que faciliten una acción, en este caso, brindar los comprobantes para pagar las contribuciones, puede cambiar la percepción acerca del grado de dificultad de una tarea.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El folleto para los beneficiarios del MEI se refiere a la seguridad social con estos términos:

Al mantenerse al día con los pagos mensuales, está protegido en caso de un accidente, tiene derecho a una jubilación por vejez, a una pensión de incapacidad y a permiso de maternidad (en el caso de las mujeres embarazadas y de las adopciones) después de un número mínimo de contribuciones. Su familia tendrá el derecho de pensión a los sobrevivientes y subvención única.

Este folleto se puede entender como un conjunto de diversas intervenciones conductuales: en primer lugar, actúa como un **recordatorio** al llamar la atención sobre el tema y destacar información relacionada con el cumplimiento de las obligaciones de la seguridad social y tributarias; en segundo lugar, destaca la importancia de la contribución para ser elegible para una serie de beneficios; en tercer lugar, también se puede interpretar como una **herramienta de control fiscal**, dado que lleva los sellos del Ministerio de Finanzas y del Ministerio de la Previsión Social, y, por último, implica una **herramienta de simplificación**, puesto que contiene 12 boletos bancarios para el pago mensual durante el lapso de un año.

La intervención escalonó la implementación a lo largo de un período de cuatro meses en cuatro Estados, y tuvo como resultado un estudio en donde el proceso de asignación fue exógeno o como si fuera aleatorio, que abarcó a tres millones de trabajadores independientes de 5.396 municipios.



DESAFÍOS

- » No se reportaron desafíos para esta intervención.

RESULTADOS

Los recordatorios parecieron tener un impacto significativo en las decisiones de ahorro y haber aumentado drásticamente el ahorro para la jubilación. El gráfico 5.1.1 muestra que, antes del programa, los datos de pago del municipio seguían la misma tendencia. Sin embargo, el gráfico 5.1.2 muestra una clara evidencia de que el mes en que un grupo de Estados comienza a recibir el folleto presenta un aumento notable en las tasas de pago generales. El envío del folleto resultó en un aumento del 15% en los pagos a la seguridad social y de 7 puntos porcentuales en las tasas de cumplimiento tributario (del 40% al 47%).

Durante el mes en que recibieron el folleto, los trabajadores-pacientes a la seguridad social aumentaron sus contribuciones de manera notable. Sin embargo, esta rápida mejora tendió a disminuir, para desaparecer al cabo de tres meses. Finalmente, el aumento de los pagos a lo largo de un período relativamente breve (seis meses) supera los costos de enviar el folleto al menos por un factor de dos, y aumenta las contribuciones a la seguridad social (neto de costos) en US\$3,1 millones.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Como demostró esta intervención, las herramientas conductuales, así como los recordatorios, pueden tener un impacto importante en las decisiones financieras y lograr un aumento drástico en los ahorros previsionales. Dado que los trabajadores independientes no se inscriben de manera automática en el sistema de seguridad social, los recordatorios y otras herramientas que proporciona la

GRÁFICO 5.1.1 Tendencias en las tasas de cumplimiento del pretratamiento, 2013

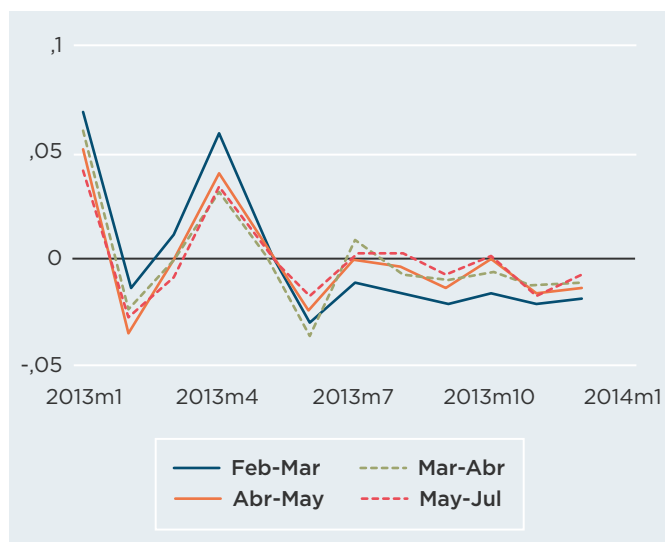
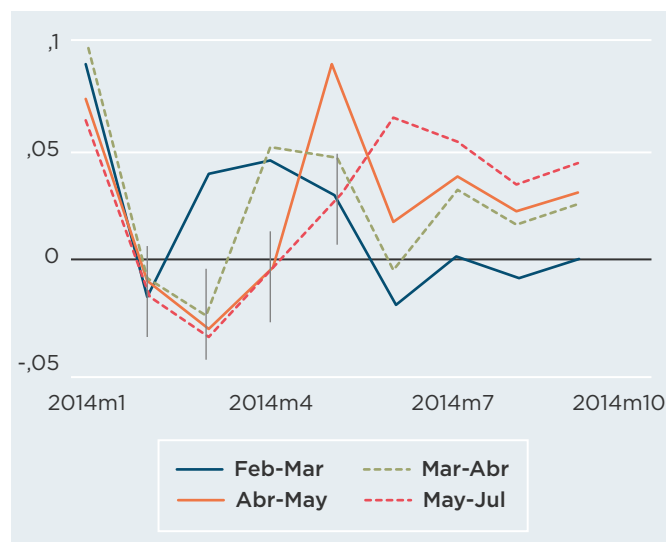


GRÁFICO 5.1.2 Tendencias en las tasas de cumplimiento del postratamiento, 2014



Fuente: Datos administrativos del Ministerio de la Previsión Social.

economía del comportamiento son instrumentos alternativos que pueden ayudar a los responsables de las políticas a aumentar la cobertura del sistema. Como instrumento de políticas públicas, estas herramientas pueden resultar más costo-efectivas que los incentivos de precios y los subsidios para aumentar las contribuciones a la seguridad social, incluso en un contexto de escaso control fiscal de cumplimiento.

- » A pesar de ser costo-efectivas en el corto plazo, algunas intervenciones conductuales pueden tener impactos decrecientes después de una única implementación. Para influir en las tasas de cumplimiento en el largo plazo, los responsables de las políticas públicas deberían considerar la posibilidad de intentar diferentes y múltiples implementaciones.



5.2 Puntos de acceso y mensajes persuasivos para incrementar el ahorro previsional



PAÍS

México



AÑO

2019



EQUIPO

Mariano Bosch y Adrián Rubli.

CONTEXTO

Actualmente, el ahorro privado es un complemento cada vez más importante de los fondos públicos de jubilaciones y, sin embargo, las bajas tasas de ahorro informadas son una preocupación importante para los responsables de las políticas públicas. En 2014 se estimó que la tasa de remplazo de ingresos previsionales en México está entre el 40 y 50% (Villagómez, 2014), lo que en un futuro podría tener importantes implicaciones sociales, así como consecuencias micro y macroeconómicas. Al respecto, muchos estudios han abordado los costos de transacción y las barreras psicológicas que limitan el ahorro individual. No obstante, existe poca investigación que aborde conjuntamente ambos factores limitantes.

En 1997, México introdujo un sistema de jubilaciones privatizado que consistía en un plan de aportaciones definidas en el que los ahorristas podían mantener un ahorro voluntario por separado. A pesar de ello, las bajas tasas de ahorro voluntario privado llevaron al gobierno mexicano a implementar una serie de medidas con el fin de fomentarlas.

EL PROYECTO

El objetivo de este proyecto fue identificar el impacto causal y cuantitativo de las medidas diseñadas para incrementar el ahorro voluntario privado en México. Los datos incluidos en el análisis abarcan desde principios de 2013 hasta mediados de 2016. Para este proyecto, el BID se asoció con la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) de México y las tiendas 7-Eleven del país.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del presente
- » Exceso de optimismo
- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Recordatorios
- » Simplificación
- » Herramientas de planificación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del presente: Las personas quizás prefieran gastar hoy US\$100 en vez de disponer de US\$110 luego de un tiempo de ahorro.

Exceso de optimismo: Las personas suelen subestimar las potenciales situaciones difíciles del futuro –enfermedades, accidentes o pérdida de empleo– para las que necesitarían ahorrar en el presente.

Sobrecarga cognitiva: Los sistemas de jubilaciones y ahorro muchas veces son considerados “complicados” y esa complejidad puede saturar la capacidad cognitiva de las personas.

Factores que incomodan: El proceso para depositar los ahorros privados en las correspondientes entidades puede ser extenso y engorroso.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Recordatorios: La puesta en marcha de una campaña que brinde a la población recordatorios persuasivos en los medios masivos de comunicación sería un ejemplo de esta herramienta.

Simplificación: Explicar los pasos prácticos y brindar información sobre los lugares de pago puede simplificar los procesos que conducen al depósito de dinero.

Herramientas de planificación: La campaña mediática sugirió medidas concretas de ahorro (“10 pesos al día”).

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El estudio combinó dos intervenciones para aumentar el ahorro privado y voluntario. El primer pilar de la intervención fue reducir los costos de las transacciones al aumentar los lugares para realizar depósitos. A partir de octubre de 2014 se habilitaron las tiendas 7-Eleven para depositar ahorros voluntarios con solo proporcionar el número de identificación nacional. El segundo pilar consistió en instar a los trabajadores a aumentar su ahorro voluntario mediante una campaña nacional en los medios de comunicación, implementada de julio a diciembre de 2015 (gráficos 5.2.1 y 5.2.2), en la cual los anuncios de televisión mostraban la facilidad de depositar los ahorros en las tiendas 7-Eleven.

Los datos proporcionados por la CONSAR, sin identificadores personales ni detalles que permitan identificar a la cuenta, cubrieron el periodo de enero de 2013 a julio de 2016. Se observó la incidencia de características individuales como el género y la edad. De una población de 19 millones de cuentas de trabajadores activos en la CONSAR, se seleccionaron aquellas con –al menos– una aportación voluntaria entre 2013 y 2016, y con datos de archivo consistentes ($n=195.811$). En etapas posteriores del análisis, se dividió la muestra entre quienes habían realizado un depósito antes de la intervención (“ahorristas tempranos”) y durante la intervención (“ahorristas de tratamiento”). Además, se utilizó una muestra aleatoria de titulares de cuentas no contributivas en un diseño de Diferencias en Diferencias (DD), con un predictor para el aumento del acceso (a), uno para la combinación de acceso y campaña mediática (b) y otro para medir el efecto después de que la campaña mediática hubiese terminado (c).

Los datos se agruparon a nivel de municipio con el fin de cotejarlos con la información geográfica sobre la presencia de tiendas 7-Eleven. **El análisis consideró tres resultados:**

1. El número total de cuentas con al menos una contribución voluntaria por municipio por mes.
2. El número total de contribuciones voluntarias en un municipio por mes.
3. El monto total de la contribución en un municipio por mes.



En el análisis, el hecho de que las personas que depositaron sus ahorros no residieran todas en zonas donde había tiendas 7-Eleven ayudó a identificar efectos causales.

GRÁFICO 5.2.1 Campaña en los medios de comunicación³

10 pesitos al día muy fácil tú puedes ahorrar
Poco a poco tu retiro más digno vas a asegurar
10 morlacos, 10 varos o como les quieras llamar
Es sencillo lograrlo sin tu bolsillo afectar
Con 10 pesitos (diez diez) para tu AFORE (diez diez)
Lo de hoy es ahorrar y después tu futuro gozar
Con 10 pesitos (diez diez) para tu AFORE (diez diez)
Hay que ahorrar diariamente con 10 pesitos o más
Súmale 10 pesitos al día para asegurar
Tu futuro, tu AFORE y muy buena pensión para alcanzar
En Seven Eleven y en Telecomm tú podrás aportar
Deposita sin costo 50 pesitos o más
Con 10 pesitos (diez diez) para tu AFORE (diez diez)
Lo de hoy es ahorrar y después tu futuro gozar
Con 10 pesitos (diez diez) para tu AFORE (diez diez)
Hay que ahorrar diariamente con 10 pesitos o más
Se te nota que si traes morralla, tú puedes ahorrar
El guardián de tu AFORE y tu aliado sin duda es CONSAR.

GRÁFICO 5.2.2 Imágenes de campaña nacional en los medios de comunicación



³ Para más información, accédase al enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=uSdOpwVJy1o>.

DESAFÍOS

- » **La identificación causal podría verse dificultada por factores que confunden los efectos. Además de 7-Eleven, otras dos empresas comenzaron a aceptar el ahorro voluntario, a saber, Telecomm⁴ en junio de 2015 y Circle K en febrero de 2016.** Sin embargo, el alto porcentaje de contribución a través de 7-Eleven y el enfoque de la campaña en los medios de comunicación en esta tienda redujo el riesgo de confusión.

RESULTADOS

Los resultados se presentaron para las tres variables principales: el número de ahorristas, el monto total y el número total de los depósitos (gráfico 5.2.3). Los municipios con tiendas 7-Eleven mostraron un aumento significativo del 5% en el número de ahorristas voluntarios antes de la campaña en los medios de comunicación, en relación con los que no tenían tiendas 7-Eleven (a). Durante la campaña en los medios de comunicación, el incremento del número de ahorristas fue del 12% (b) y, en los meses posteriores, del 15% en los municipios tratados en relación con la línea de base (c). Las pruebas indican que los tres coeficientes son estadísticamente diferentes, lo que implica que el efecto del conjunto de las tres medidas es mayor que el de la primera medida, centrada únicamente en reducir los costos de transacción.

En cuanto al monto total de las contribuciones, antes de la campaña el aumento no fue significativo (a), pero alcanzó significancia estadística para b y c con un incremento de las contribuciones del 10% durante la campaña, y del 12% luego de finalizada. Las diferencias entre b y c no fueron estadísticamente significativas.

El número de depósitos solo aumentó en un 8% durante la campaña (b), y los demás coeficientes antes (a) y después (c) no alcanzaron significancia estadística. En general, los resultados indican que el monto total de los ahorros no varió, lo que implica que, aunque se depositaron más ahorros, su monto medio disminuyó.

Un análisis más detallado de los mecanismos subyacentes sugiere que la campaña en los medios de comunicación no solo ejerció efectos a través de la difusión de información, sino también por medio de los recordatorios y los elementos persuasivos que contenía.

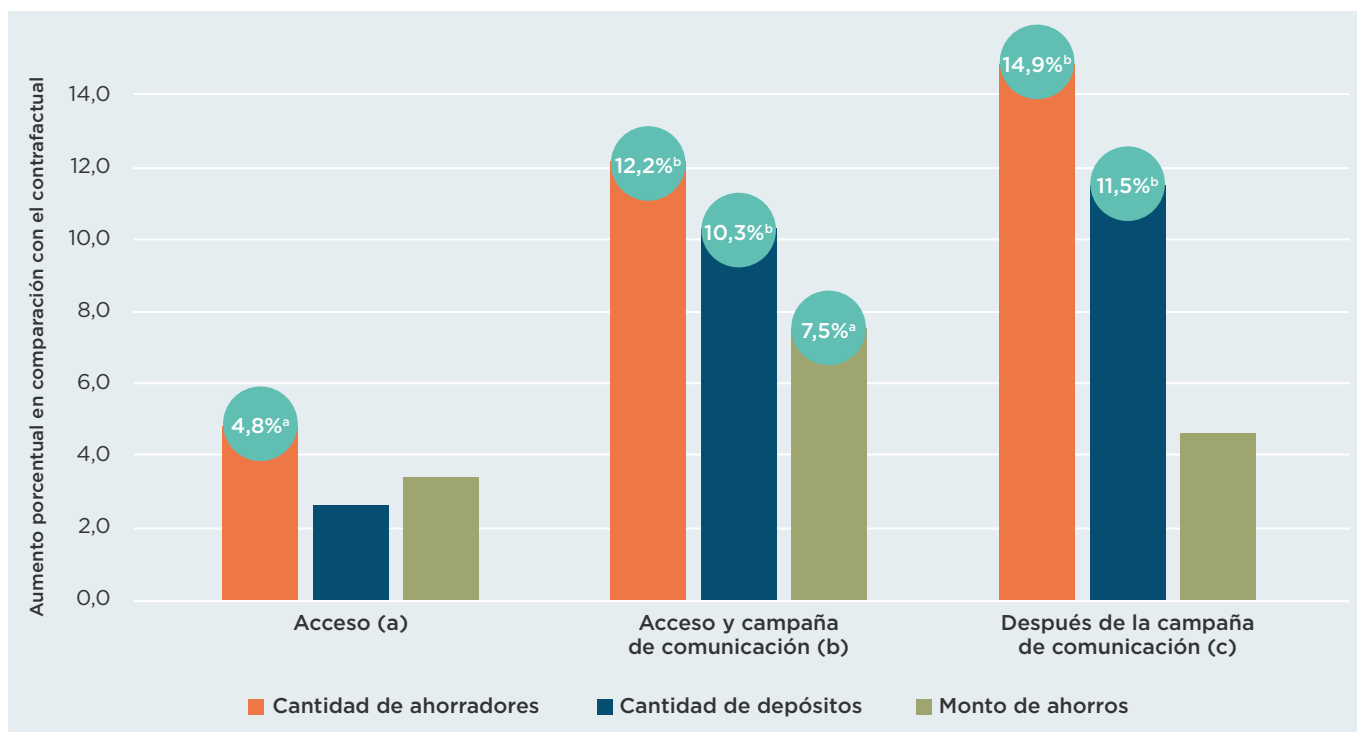
IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **El estudio puso en evidencia la manera en que políticas públicas bien planificadas pueden tener un impacto positivo y significativo en el comportamiento de ahorro, y con ello aliviar problemas sociales como son, por ejemplo, las altas tasas de pobreza entre las personas mayores.** En especial, demostró cómo un conjunto de iniciativas puede contribuir a la formación de hábitos de ahorro que se mantienen después de las intervenciones.
- » El estudio sugiere que las políticas complementarias, como las que abordan conjuntamente el costo de oportunidad (accesibilidad) y las barreras de comportamiento (recordatorios), parecen ejercer un efecto positivo sobre el comportamiento de ahorro. Para los responsables de las políticas públicas, el estudio subraya el valor de observar más atentamente las interacciones sistémicas entre componentes estructurales y conductuales a la hora de planificar soluciones eficaces.

⁴ Agencia gubernamental que opera servicios telegráficos y satelitales, y ofrece servicios financieros básicos.



GRÁFICO 5.2.3 Efectos de dos intervenciones para aumentar el ahorro voluntario privado en México



^a Nivel de significancia estadística del 5% y ^b del 1%.



IMPUESTOS



Impuestos

En América Latina y el Caribe, la evasión fiscal es un problema grave. Según una publicación del BID del año 2015 (Ardanaz, 2015) esta ronda el 50% para la mayoría de los países y de los impuestos. Por esta razón, el BID ha trabajado en diversos proyectos para disminuir la evasión e incrementar la recaudación de impuestos, así como el registro de contribuyentes. Las herramientas principales que se han utilizado son la señalización, la persuasión moral y la simplificación. Algunas de las barreras que estas herramientas han contrarrestado son el sesgo del presente, las normas sociales negativas y la sobrecarga cognitiva. Respecto del cumplimiento tributario, otra barrera importante es la desconfianza, una actitud que está presente en la mayoría de los contextos de las intervenciones implementadas.

En Argentina, la reducción de carga cognitiva en las notificaciones de amnistía fiscal y en las declaraciones de impuestos a la propiedad ayudó a incrementar las contribuciones, y el uso de un incentivo de lotería por buena conducta ayudó a incrementar el pago de impuestos de los ganadores y de sus vecinos. En Colombia se lograron resultados favorables mediante el uso de llamadas telefónicas y de mensajes conductuales, junto con visitas de inspectores fiscales. Por su parte, en Brasil los recordatorios basados en perspectivas conductuales también fueron eficaces, ya que fue posible incrementar el registro de contribuyentes.

En el recuadro 6.1 se enumeran las barreras conductuales observadas y las herramientas utilizadas en las intervenciones en el área de los impuestos.

RECUADRO 6.1 Barreras conductuales y herramientas relevantes para intervenciones en materia de impuestos

Barreras conductuales	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none"> » Sesgo del presente » Exceso de optimismo » Heurística de la disponibilidad » Sobrecarga cognitiva » Sesgo del <i>statu quo</i> » Desconfianza » Normas sociales prescriptivas » Atención limitada » Factores que incomodan » Falta de prominencia » Mentalidad de escasez 	<ul style="list-style-type: none"> » Encuadre » Persuasión moral » Herramientas de planificación » Prominencia » Simplificación » Señalización » Reciprocidad » Lotería



[Ver definiciones](#)



6.1 Llamadas a los contribuyentes morosos: una buena táctica para cobrar deudas



PAÍS

Colombia



AÑO

2021



EQUIPO

Mónica Mogollón, Daniel Ortega y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

La morosidad tributaria plantea un problema importante para la mayoría de las administraciones tributarias del mundo. Algunos estimados conservadores sugieren que la evasión de impuesto anual en Colombia representa el 6,5% del PIB (DIAN, 2021). Tanto por motivos fiscales como de equidad, es de suma importancia encontrar maneras de alentar a los contribuyentes a que paguen sus impuestos. Un estudio anterior del BID sobre métodos de comunicación para recordar a los contribuyentes sus obligaciones se centró en tres canales: cartas, correos electrónicos y visitas en persona a contribuyentes morosos (Ortega y Scartascini, 2015). Este estudio explora el uso de llamadas telefónicas personales, un método ampliamente utilizado en las campañas electorales.

EL PROYECTO

El presente estudio analiza los resultados de una campaña de comunicación emprendida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para promover el cumplimiento tributario. Bajo la consigna “Colombia, un compromiso que no podemos evadir”, la campaña se centró en llamadas telefónicas a contribuyentes con deudas

pendientes, a los que se les solicitó su compromiso verbal de pagar. Las llamadas telefónicas se realizaron entre el 24 de abril y el 10 de mayo de 2014.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Normas sociales prescriptivas
- » Desconfianza
- » Exceso de optimismo
- » Heurística de la disponibilidad

Herramientas conductuales

- » Señalización
- » Herramientas de planificación
- » Persuasión moral



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales prescriptivas: El comportamiento aceptable consiste en pagar los impuestos al gobierno en las fechas estipuladas.

Desconfianza: Los contribuyentes que no confían en una administración pública pueden valerse de esta actitud para justificar la evasión de impuestos.

Exceso de optimismo: Los contribuyentes con un exceso de optimismo tienden a subestimar la posibilidad de que el gobierno detecte su morosidad tributaria.

Heurística de la disponibilidad: Las personas pueden considerar que las sanciones por morosidad son improbables, sobre la base de la frecuencia con que suceden.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Señalización: Una llamada telefónica del gobierno podría indicar que las autoridades están al tanto de las deudas de los contribuyentes y que podrían sancionar a quienes infringen la ley.

Herramientas de planificación: Se dieron varias opciones de forma de pago a los contribuyentes y se les pidió hacer un compromiso de pagar un día determinado. Es probable que esto aumente la probabilidad de que el contribuyente pague.

Persuasión moral: El guion utilizado en este diseño recordó al contribuyente su responsabilidad con el país.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Sobre una muestra de 34.783 contribuyentes con pagos tributarios pendientes, la DIAN asignó de manera aleatoria una llamada telefónica a algunos (grupo de tratamiento) y ninguna notificación a otros (grupo de control).

Una vez que se había establecido una comunicación telefónica, **las personas que llamaban seguían un guion detallado:**

- » Se recordaban al contribuyente las deudas pendientes a la DIAN, sin mencionar el monto específico.
- » Se mencionaban posibles sanciones legales y financieras.
- » Se intentaba fijar una cita con el contribuyente en las oficinas de la DIAN, donde se le ofrecía la oportunidad de aclarar sus cuentas morosas, resolver discrepancias y acordar un pago. Como alternativa, el contribuyente podía comprometerse a pagar antes de una fecha determinada.
- » Al final de la llamada, se agradecía al contribuyente por su tiempo y se mencionaba la consigna de la campaña: “Colombia, un compromiso que no podemos evadir”.



Los contenidos del guion se centraban en la disuasión y la persuasión moral. El guion adoptaba la forma de una conversación más que de un texto rígido, con múltiples interacciones entre el agente y el contribuyente, con el fin de promover la interacción personal (gráfico 6.1.1). Además, la invitación para asistir a una reunión en la administración tributaria destacaba aún más el aspecto de la interacción personal. La llamada tenía dos posibles objetivos: agendar una cita en la oficina local de la administración o recibir un compromiso verbal de pago por parte del contribuyente.



GRÁFICO 6.1.1 Ejemplo de un guión utilizado con el grupo de tratamiento



www.dian.gov.co

Fortalecimiento del cobro persuasivo
Agendamiento
Contac Center

1. GUION PARA LA LLAMADA

ENCABEZADO PARA TODAS LAS LLAMADAS:
AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: "Buenos días, mi nombre es _____, llamo de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, el motivo de la llamada es para invitarlo(a) para que asista a la DIRECCIÓN SECCIONAL DE IMPUESTOS Y ADUANAS DE _____ toda vez que según los datos disponibles en el sistema, existen deudas a su cargo.

CLIENTE: Opción 1. De acuerdo. Se continúa con el mensaje.
 Opción 2. No se encuentra. No lo pueden comunicar. Se solicita que lo comuniquen con una persona facultada para recibir un mensaje de la DIAN.

AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: Sr. (a) Contribuyente, mi nombre es _____ de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, el motivo de la llamada es para invitarlo(a) para que asista a la DIRECCIÓN SECCIONAL DE IMPUESTOS Y ADUANAS DE _____ toda vez que según los datos disponibles en el sistema, existen deudas a su cargo.

Esta es una buena oportunidad para que sea aclarado su estado de cuenta ante la administración tributaria, y es posible que evite le decreten medidas cautelares, como embargo de bienes muebles, inmuebles y cuentas bancarias. De no comparecer continuaremos con el proceso de cobro coactivo.

Para tal efecto, se ha dispuesto que un funcionario de la Dirección Seccional lo atienda de manera personal:


Quien atendió la llamada:
Quien asistirá a la cita (debe ser el contribuyente y/o Representante Legal)
Lugar de atención:
Ciudad:
Fecha:
Hora:
Funcionario que lo atenderá:
¿Confirmando su cita?

Recuerde, si es persona natural puede comparecer personalmente o mediante apoderado legalmente autorizado, si es persona jurídica debe asistir el representante legal o el apoderado legalmente autorizado. (Es información reservada)



SITUACION 1. El contribuyente informa que se encuentra al día. Reuente a asistir.
CLIENTE: Me encuentro al día (manifiesta que no debe)
AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: Muchas gracias por la información, sin embargo, es una buena oportunidad para que sea aclarado su estado de cuenta ante la administración tributaria, y es posible que evite le decreten medidas cautelares, como embargo de bienes muebles, inmuebles y cuentas bancarias. De no comparecer continuaremos con el proceso de cobro coactivo.

Formule su petición, queja, sugerencia o reclamo en Sistema PQSR de la DIAN:
<http://misica.dian.gov.co/WebSolicitudesExternas/DefectosSolicitudesNaves>

Subdirección de Gestión de Recaudos y Cobranzas
Calle 75 No 15-40 piso 7º
3198714



www.dian.gov.co

Para tal efecto, se ha dispuesto que un funcionario de la Dirección Seccional lo atienda de manera personal:

Quien atendió la llamada:
Quien asistirá a la cita (debe ser el contribuyente y/o Representante Legal)
Lugar de atención:
Ciudad:
Fecha:
Hora:
Funcionario que lo atenderá:
¿Confirmando su cita?

CLIENTE: si/no.
AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: Señor(a), muchas gracias por su tiempo, recuerde que: *"Colombia, un compromiso que no podemos evadir"*

SITUACION 2. El contribuyente informa que realmente debe.
CLIENTE: no efectuó el pago o pagué parcialmente.
AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: La DIAN lo invita a que se ponga al día en sus obligaciones en mora. Nos informa la fecha en que efectuará el pago?
CLIENTE: Informa fecha de pago - No informa fecha de pago.
AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: para prestarle un mejor servicio queremos que aproveche esta oportunidad y se acerque a la Dirección Seccional de Impuestos de _____ para que sea aclarado su estado de cuenta ante la administración tributaria, conozca alternativas de pago y de ser posible evite le decreten medidas cautelares, como embargo de bienes muebles, inmuebles y cuentas bancarias. De no comparecer continuaremos con el proceso de cobro coactivo.

Para tal efecto, se ha dispuesto que un funcionario de la Dirección Seccional lo atienda de manera personal:

Quien atendió la llamada:
Quien asistirá a la cita (debe ser el contribuyente y/o Representante Legal)
Lugar de atención:
Ciudad:
Fecha:
Hora:
Funcionario que lo atenderá:

AGENTE DEL CENTRO DE CONTACTO: Señor(a), muchas gracias por su tiempo, recuerde que: *"Colombia, un compromiso que no podemos evadir"*

RECOMENDACIONES

- Informar solo lo establecido en este protocolo
- Si el contribuyente pregunta cuánto debe, esa información se le suministrará el día de la cita.

Formule su petición, queja, sugerencia o reclamo en Sistema PQSR de la DIAN:
<http://misica.dian.gov.co/WebSolicitudesExternas/DefectosSolicitudesNaves>

Subdirección de Gestión de Recaudos y Cobranzas
Calle 75 No 15-40 piso 7º
3198714

DESAFÍOS

» Las campañas de llamadas telefónicas, al igual que otras campañas, presentan ciertas limitaciones. En primer lugar, si las bases de datos no están actualizadas, la tasa de contacto puede ser baja. Segundo, a medida que la tecnología progresa, los deudores crónicos pueden encontrar maneras de evitar que se los contacte. En tercer lugar, puede que las llamadas telefónicas sean menos efectivas con ciertos grupos, como es el caso de las empresas. La combinación de iniciativas relativamente costosas, cuando sean necesarias, con intervenciones costo efectivas focalizadas en la mayoría de los contribuyentes, podría ser la mejor estrategia. Esto

implicaría llamadas telefónicas en la mayoría de los casos y, para un conjunto pequeño de deudores crónicos, visitas en persona con interpellaciones más severas, como las acciones judiciales.

» Inicialmente se asignaron 24.870 personas al grupo de tratamiento y 9.913 al grupo de control. Sin embargo, después de haber realizado 12.853 llamadas (un poco más de la mitad del total originalmente planeado), la administración tributaria decidió poner fin a la intervención. Del universo de contribuyentes a los que se llamó, se consiguió contactar a 5.267 (21% del total y cerca del 40% del total de llamadas realizadas). La tasa de contacto (porcentaje de contactos efectivos en relación con el número de llamadas realizadas) fue similar a las tasas de contactos de centrales telefónicas en intervenciones para promover la votación (GOTV).⁵

⁵ Mann C. B. y C. A. Klofstad. 2015. The role of call quality in voter mobilization: Implications for electoral outcomes and experimental design. *Political Behavior*, 37 (1):135-54.



- » Dado que los niveles de la deuda pueden variar, desde el momento en que se redacta una nota hasta el momento en que se realiza una llamada, las administraciones tributarias prefieren no mencionar el monto específico pendiente de pago para evitar falsas expectativas. Esto hace que la información comunicada a los deudores sea menos prominente.

RESULTADOS

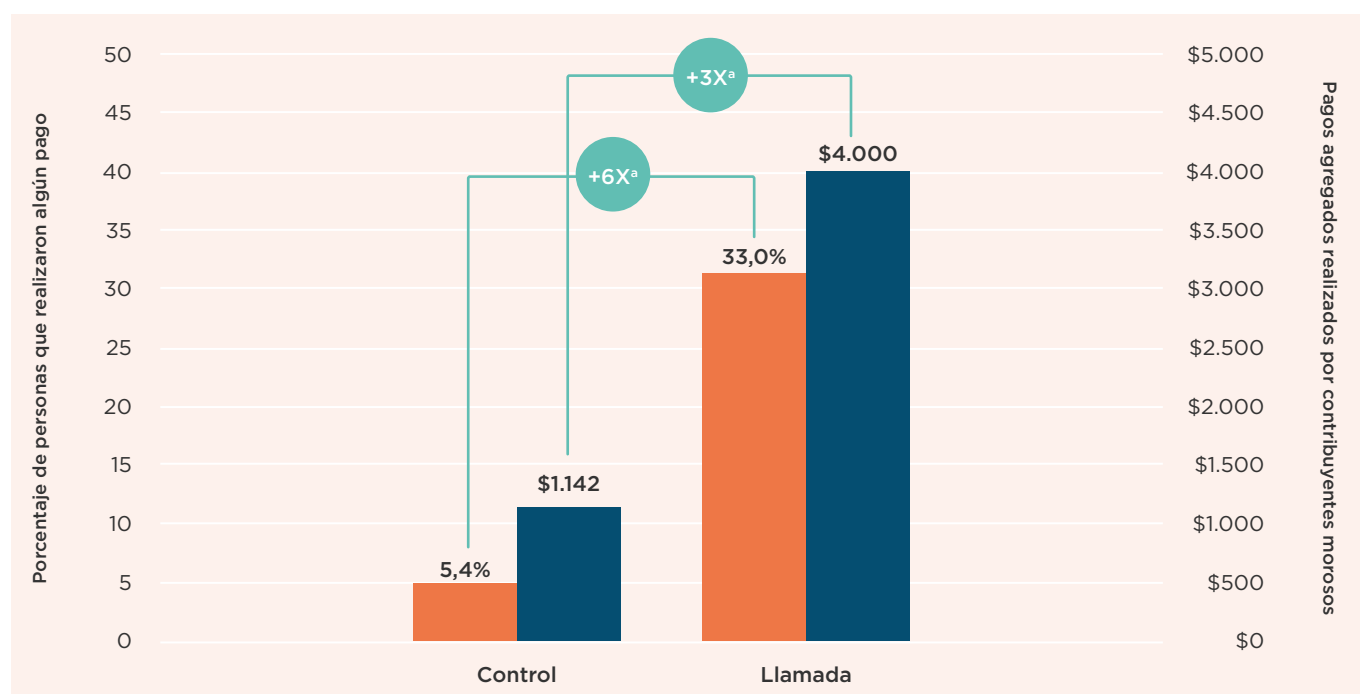
Los resultados señalaron que las llamadas telefónicas personales fueron muy efectivas para aumentar la recaudación de impuestos impagos (gráfico 6.1.2). En el grupo de control, que no recibió llamadas ni notificaciones, solo alrededor del 5,4% de las personas con deudas tributarias pendientes al comienzo del año había realizado algún pago hacia finales del año. En cambio, en el mismo período el 11% de los contribuyentes asignados a la intervención había realizado un pago. Además, estas contribuciones fueron un 50% más altas y la administración recuperó el 6% de la deuda total, en promedio.

Entre los contribuyentes que recibieron una llamada telefónica, la tasa de pago fue de alrededor de 25 puntos porcentuales más alta que en el grupo de control, y la contribución promedio fue unas tres veces mayor que la del grupo de control.

La intervención pareció ser más o menos efectiva en relación con diversas características de los contribuyentes: i) la probabilidad de pagar fue mayor entre aquellos con los niveles de deuda más bajos; ii) las llamadas telefónicas fueron menos efectivas en el caso de las empresas que en el de las personas, y iii) los deudores del impuesto al valor añadido (IVA) y del impuesto sobre la renta parecían reaccionar más fácilmente que los deudores del impuesto sobre el patrimonio. Por último, hay alguna evidencia de que las llamadas telefónicas tuvieron un efecto negativo entre los deudores crónicos.

Aunque el 94% de las personas a las que se contactó telefónicamente acordaron reunirse con un agente en la oficina de la DIAN, solo el 69% lo hizo. De las personas que asistieron a la reunión programada, el 50% se comprometió a pagar y la mitad cumplió. Entre aquellas que no acordaron asistir a una reunión (solo el 6%), la mitad se comprometió a pagar y el 39% lo cumplió.

GRÁFICO 6.1.2 Impacto de las llamadas telefónicas en la recaudación de la deuda



^a Esta comparación depende de que se realice la llamada telefónica, y todos los resultados son estadísticamente significativos ($p < 0.001$).

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » En comparación con estimaciones anteriores, presentes en la literatura de referencia, el efecto de las llamadas telefónicas en la probabilidad de pago de la deuda tributaria es mayor que el efecto que ejercen métodos más impersonales (carta y correo electrónico), pero menos efectivo que las visitas en persona. Esta es una consideración importante para los responsables de las políticas públicas, y demuestra que la elección de la tecnología de la comunicación que se aplique para contactar a los contribuyentes no es trivial. Además, la intervención fue altamente costo-efectiva: cada llamada tuvo como resultado un promedio de US\$470 en deuda recuperada. Esto sugiere que la campaña podría replicarse en otros contextos para otros tipos de deuda.



6.2 Amnistías fiscales y notificaciones rediseñadas



PAÍS

Argentina



AÑO

2019



EQUIPO

Edgar Castro y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

Los países recurren a las amnistías fiscales porque **les generan ingresos en el corto plazo**. Efectivamente, numerosos gobiernos aprueban amnistías fiscales de manera ocasional con el fin de recaudar impuestos de los contribuyentes morosos. Una amnistía fiscal ofrece una oportunidad acotada en el tiempo para que los contribuyentes presenten declaraciones de impuestos atrasadas, regularicen sus deudas tributarias pendientes y cumplan con sus obligaciones. Durante las amnistías fiscales, los gobiernos normalmente ofrecen beneficios atractivos vinculados a la reducción o renuncia de intereses, e incluso a las sanciones correspondientes por pagos atrasados.

Los programas de amnistía suelen ser exitosos en el corto plazo para recaudar impuestos de contribuyentes incumplidores, y tienden a ser particularmente fructíferos como complemento de campañas más estrictas de supervisión del cumplimiento. Sin embargo, la evidencia existente sugiere que las amnistías fiscales no tienen efectos a largo plazo y, en algunos casos, generan efectos negativos en el cumplimiento.

EL PROYECTO

Para evaluar el impacto de las amnistías fiscales, este estudio consideró el principio conductual de la **atención limitada al rediseñar las notificaciones enviadas a los contribuyentes de la ciudad de Santa Fe, Argentina**. El objetivo de la intervención consistió en reducir el esfuerzo cognitivo y aumentar el conocimiento sobre los beneficios que tiene participar en las amnistías fiscales.

En la intervención, las notificaciones fueron rediseñadas y enviadas a los contribuyentes para evaluar si al incrementar la prominencia (el uso de colores y elementos visuales) y reducir los costos cognitivos (la explicación de los planes de pago y los cálculos asociados) aumentaba la probabilidad de que los contribuyentes prestaran atención a los mensajes y comprendieran mejor los beneficios de la amnistía fiscal. Más de 54.000 contribuyentes fueron aleatorizados y la intervención se desarrolló en mayo de 2017. Un grupo de control de contribuyentes recibió los mensajes regulares que se habían enviado durante las amnistías anteriores (en septiembre de 2013 y junio de 2015), mientras que un grupo de tratamiento recibía las notificaciones con el nuevo diseño.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Atención limitada
- » Sobrecarga cognitiva
- » Falta de prominencia

Herramientas conductuales

- » Prominencia
- » Efecto de encuadre
- » Simplificación



[Ver definiciones](#)

BARRERAS CONDUCTUALES

Atención limitada: La atención de los contribuyentes sobre la información de las amnistías fiscales puede verse reducida por diversos factores, entre ellos la propia complejidad de las explicaciones recibidas.

Sobrecarga cognitiva: La información acerca de las amnistías fiscales puede prestarse a confusión y ser difícil de procesar.

Prominencia (falta de): La falta de color e información visual puede afectar negativamente las acciones de los contribuyentes al no despertar la curiosidad por saber qué se pretende comunicar con la carta, sino todo lo contrario.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Prominencia: La inclusión de una variedad de colores que resalten las partes importantes de una comunicación escrita, incrementa la probabilidad de que las personas interioricen esa información.

Efecto de encuadre: La forma en que se presenta la información tendrá un impacto en el nivel en que dicha información atraiga a las personas. En esta intervención, se probaron diferentes encuadres.

Simplificación: La simplificación de información reduce la carga cognitiva necesaria para entender las comunicaciones.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Se llevaron a cabo dos estudios experimentales de campo en mayo de 2017 durante una amnistía fiscal en la ciudad de Santa Fe, Argentina, con más de 54.000 contribuyentes que no habían pagado su impuesto a la propiedad. El primer estudio comprendía contribuyentes que debían pagos desde enero de 2011 hasta diciembre de 2012 (aproximadamente 16.000 contribuyentes). El segundo estudio comprendía contribuyentes que tenían deudas acumuladas entre enero de 2013 y marzo de 2017 (aproximadamente 37.000 contribuyentes). La antigüedad de la deuda es relevante porque las deudas prescriben después de cinco años –si el gobierno no inicia el proceso legal–, de modo que las autoridades suelen orientarse hacia los deudores más antiguos para obligarlos a pagar.

En ambos estudios se rediseñaron las notificaciones estándar enviadas por el gobierno para informar a los contribuyentes sobre la oportunidad de amnistía fiscal, con el fin de destacar información importante de manera más prominente y reducir la carga cognitiva para el procesamiento de la misma (gráficos 6.2.1 y 6.2.2). Se emplearon colores y otras técnicas visuales, así como una explicación de los diferentes planes de pago, incluido un cálculo detallado de la reducción de los intereses que ofrecía cada opción. La carta rediseñada en el primer estudio también aumentó la prominencia de un mensaje disuasivo. El segundo estudio incluía dos grupos de tratamiento que recibieron dos versiones ligeramente diferentes de la carta rediseñada, donde la única diferencia era que una versión añadía una columna con el cálculo de los intereses ahorrados en términos monetarios debajo de cada plan, en vez de mostrar solo un cálculo del porcentaje. Los grupos de control en ambos experimentos recibieron las notificaciones originales sin el diseño nuevo.



GRÁFICO 6.2.1 Notificación original y carta rediseñada: Estudio experimental 1

MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ
www.santafeciudad.gov.ar

CANCELACIÓN DE DEUDA ATRASADA

TGI

(No incluye deudas en gestión judicial, ni convenios de pago, ni moratorias) [WWW.SANTAFECIUDAD.GOV.AR](http://www.santafeciudad.gov.ar)

CONTRIBUYENTE

PADRÓN N° [REDACTED]
LIQUIDACIÓN N° [REDACTED]
BOLETA N° 63

Conforme a nuestros registros su cuenta posee un saldo deudor al 31/03/2015 de \$ **11366,63**
Hasta el 31/03/2015, tendrán vigencia los siguientes beneficios:

Total a Cancelar por Pago Contado \$ 7178,67

Plan A: Hasta 6 cuotas mensuales, iguales y consecutivas, reducción interés por mora del 3% al 1%.
Plan B: Anticipo del 10% plazo máximo en 12 cuotas mensuales, iguales y consecutivas, reducción interés por mora del 3% al 1%.
Plan C: Hasta 18 cuotas mensuales, iguales y consecutivas, reducción del interés por mora del 3% al 2%.
Plan D: Anticipo del 10% plazo máximo en 24 cuotas mensuales, iguales y consecutivas, reducción interés por mora del 3% al 2%.

La presente liquidación es válida para la cancelación por pago contado. Podrá realizar planes de pago ingresando a: http://www.santafeciudad.gov.ar/servicios/contribuyentes/tasa_general_inmuebles.html o concurrendo al Centro de Distrito más cercano a su domicilio.

También podrá abonar con tarjeta de crédito Mastercard y Visa del Banco Santa Fe y Credifar hasta 6 cuotas sin interés en las cajas ubicadas en el Palacio Municipal.

De no regularizar la deuda, su cuenta será asignada a gestión judicial para iniciar las acciones necesarias para el cobro.

De haber efectuado pagos por los periodos detallados, deberá acreditar los correspondientes comprobantes durante los meses de julio y agosto de 2015. Los reclamos podrán hacerse vía web o en ventanilla de contribuyentes del Palacio Municipal.

Evite mayores inconvenientes regularizando su situación a la brevedad. Atentamente,

Dirección de Rentas

MAYOR INFORMACIÓN:
Palacio Municipal Ventanilla de Contribuyente de 7,30 a 16,00 hs. LOTE: 1102

DEUDA EXIGIBLE AL 31/03/2015

AÑO	CUOTAS	IMPORTE
2010	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	3820,93
2011	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	3696,89
2012	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	2265,44
2013	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	2506,99
2014	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	2695,27
2015	Ene Feb Mar	689,95

TOTAL 11366,63

"DONAR ÓRGANOS, TEJIDOS Y SANGRE ES AYUDAR A VIVIR"

CUOTA	PLAN	VENCIMIENTO	IMPORTE
01	CONTADO	02/10/8201	7178,67

00003941131008100354829800020108201500007178674

MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ
www.santafeciudad.gov.ar

CANCELACIÓN DE DEUDA ATRASADA

TGI

NOMBRE Y APELLIDO

Domicilio envío [REDACTED]
Ciudad [REDACTED]

DEUDA EXIGIBLE AL --/--/2017

La Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe comunica que se han detectado IMPAGOS los periodos que se detallan en la presente liquidación. Su padrón posee un saldo deudor actualizado --/--/2017 de \$-----

AÑO	CUOTAS	CAPITAL	INTERÉS	TOTAL
EEEE	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
FFFF	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
HHHH	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
YYYY	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
ZZZZ	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
ZZZZ	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
TOTAL	(No incluye deudas en gestión judicial, ni convenios de pago)	\$8.888.888,88	\$8.888.888,88	\$8.888.888,88

Puede regularizar su situación fiscal abonando la presente liquidación de pago contado antes del vencimiento, obteniendo un ahorro de intereses por mora.

Ahorro de intereses \$XXX.XXX,XX

La cancelación se podrá realizar por los medios de pago habituales o con tarjeta de crédito Mastercard o Visa del Nuevo Banco de Santa Fe y Credifar hasta en 6 cuotas sin interés, exclusivamente en las cajas ubicadas en el Palacio Municipal. De no optar por la opción contado, podrá elegir alguno de los planes de pago con beneficios en el interés por mora o financiación detallados a continuación, los que estarán vigentes hasta el 31/08/2017. (*) Cuota mínima de \$300.

Plan	Cant. Máx. de Cuotas(*)	Anticipo	Interés por financiación	Interés por mora	Ahorro interés por mora
A	6	-	0%	3%	-
B	12	20%	2%	1%	XXX,XX
C	18	-	2%	1,5%	XXX,XX
D	24	-	2%	2%	XXX,XX

Podrá formalizar el plan seleccionado, concurrendo a Ventanilla de Contribuyentes del Palacio Municipal o a los Centros de Distrito o ingresando a: http://www.santafeciudad.gov.ar/servicios/contribuyentes/tasa_general_inmuebles.html.

De haber efectuado pagos por los periodos detallados, usted deberá presentar los correspondientes comprobantes vía web o en ventanilla de contribuyentes del Palacio Municipal.

DE NO REGULARIZAR LA DEUDA, SU CUENTA SERÁ ASIGNADA A GESTIÓN JUDICIAL

PAGUE SUS TRIBUTOS, UN MEJOR BARRIO LO HACEMOS ENTRE TODOS.

Pago **CONTADO** Vencimiento **xx/xx/xxxx** Importe **\$XXX.XXX,XX**

Nota: La imagen de la derecha se ha rediseñado para hacer prominentes partes importantes de la carta. La parte más importante está en rojo y dice: "De no regularizar la deuda, su cuenta será asignada a la gestión judicial".

DESAFÍOS


- » Debido a que los contribuyentes que participaron en el estudio eran altamente heterogéneos, la muestra se dividió en estratos según su cumplimiento durante el período de interés (2011-17).

RESULTADOS

Se observó que la notificación rediseñada estimulaba significativamente a los contribuyentes a unirse al programa de la amnistía (gráfico 6.2.3). Entre los deudores que estaban por alcanzar el límite de la deuda de cinco años (estudio experimental 1), el nuevo diseño produjo una tasa de participación un 30% mayor que la notificación original. Asimismo, entre los deudores con deudas recientes (estudio experimental 2), la recepción de cualquiera de las versiones de la carta rediseñada generó una tasa de participación un 7% mayor que la carta original.



GRÁFICO 6.2.2 Cartas rediseñadas A (izquierda) y B (derecha): Estudio experimental 2



MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ
www.santafeciudad.gov.ar

CANCELACIÓN DE DEUDA ATRASADA TGI

NOMBRE Y APELLIDO
Domicilio envío
Ciudad
DEUDA EXIGIBLE AL --/--/2017

PADRÓN N°	9999999
LIQUIDACIÓN N°	999999999
BOLETA N°	9999

LOTE

La Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe comunica que se han detectado IMPAGOS los periodos que se detallan en la presente liquidación. Su padrón posee un saldo deudor actualizado --/--/2017 de \$-----

AÑO	CUOTAS	CAPITAL	INTERÉS	TOTAL
EEEE	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
FFFF	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
HHHH	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
YYYY	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
ZZZZ	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
ZZZZ	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
TOTAL	(No incluye deudas en gestión judicial, ni convenios de pago)	\$8.888.888,88	\$8.888.888,88	\$8.888.888,88

Puede regularizar su situación fiscal abonando la presente liquidación de **pago contado** antes del vencimiento, obteniendo un ahorro de intereses por mora.

Ahorro de intereses

\$XXX.XXX,XX

La cancelación se podrá realizar por los medios de pago habituales o con tarjeta de crédito **Mastercard o Visa del Nuevo Banco de Santa Fe y Credifar** hasta en **6 cuotas sin interés**, exclusivamente en las cajas ubicadas en el Palacio Municipal. De no optar por la opción contado, podrá elegir alguno de los planes de pago con beneficios en el interés por mora o financiación detallados a continuación, los que estarán vigentes hasta el 31/08/2017. (*) Cuota mínima de \$300.

Plan	Cant. Máx. de Cuotas(*)	Anticipo	Interés por Financiación	Interés por mora	Ahorro interés por mora
A	6	-	0%	3%	-
B	12	20%	2%	1%	XXX,XX
C	18	-	2%	1,5%	XXX,XX
D	24	-	2%	2%	XXX,XX

Podrá formalizar el plan seleccionado, concurriendo a Ventanilla de Contribuyentes del Palacio Municipal o a los Centros de Distrito o ingresando a: http://www.santafeciudad.gov.ar/servicios/contribuyentes/tasa_general_inmuebles.html. De haber efectuado pagos por los periodos detallados, usted deberá presentar los correspondientes comprobantes vía web o en ventanilla de contribuyentes del Palacio Municipal.


PAGUE SUS TRIBUTOS. UN MEJOR BARRIO LO HACEMOS ENTRE TODOS.

Pago **CONTADO**

Vencimiento **XX/XX/XXXX**

Importe **\$XXX.XXX,XX**





MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ
www.santafeciudad.gov.ar

CANCELACIÓN DE DEUDA ATRASADA TGI

NOMBRE Y APELLIDO
Domicilio envío
Ciudad
DEUDA EXIGIBLE AL --/--/2017

PADRÓN N°	9999999
LIQUIDACIÓN N°	999999999
BOLETA N°	9999

LOTE

La Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe comunica que se han detectado IMPAGOS los periodos que se detallan en la presente liquidación. Su padrón posee un saldo deudor actualizado --/--/2017 de \$-----

AÑO	CUOTAS	CAPITAL	INTERÉS	TOTAL
EEEE	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
FFFF	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
HHHH	Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic	X,XXX,XX	X,XXX,XX	X,XXX,XX
TOTAL	(No incluye deudas en gestión judicial, ni convenios de pago)	\$8.888.888,88	\$8.888.888,88	\$8.888.888,88

Puede regularizar su situación fiscal abonando la presente liquidación de **pago contado** antes del vencimiento, obteniendo un ahorro de intereses por mora.

Ahorro de intereses

\$XXX.XXX,XX

La cancelación se podrá realizar por los medios de pago habituales o con tarjeta de crédito **Mastercard o Visa del Nuevo Banco de Santa Fe y Credifar** hasta en **6 cuotas sin interés**, exclusivamente en las cajas ubicadas en el Palacio Municipal. De no optar por la opción contado, podrá elegir alguno de los planes de pago con beneficios en el interés por mora o financiación detallados a continuación, los que estarán vigentes hasta el 31/08/2017. (*) Cuota mínima de \$300.

Plan	Cant. Máx. de Cuotas(*)	Anticipo	Interés por Financiación	Interés por mora
A	6	-	0%	3%
B	12	20%	2%	1%
C	18	-	2%	1,5%
D	24	-	2%	2%

Podrá formalizar el plan seleccionado, concurriendo a Ventanilla de Contribuyentes del Palacio Municipal o a los Centros de Distrito o ingresando a: http://www.santafeciudad.gov.ar/servicios/contribuyentes/tasa_general_inmuebles.html. De haber efectuado pagos por los periodos detallados, usted deberá presentar los correspondientes comprobantes vía web o en ventanilla de contribuyentes del Palacio Municipal.

PAGUE SUS TRIBUTOS. UN MEJOR BARRIO LO HACEMOS ENTRE TODOS.

Pago **CONTADO**

Vencimiento **XX/XX/XXXX**

Importe **\$XXX.XXX,XX**



Nota: Estas imágenes son diferentes en el marco de la segunda parte de la carta que explicaba los diferentes planes de pago de la deuda. La de la izquierda sólo muestra los intereses acumulados de cada plan y la de la derecha incluye la parte de ahorro de ese plan.

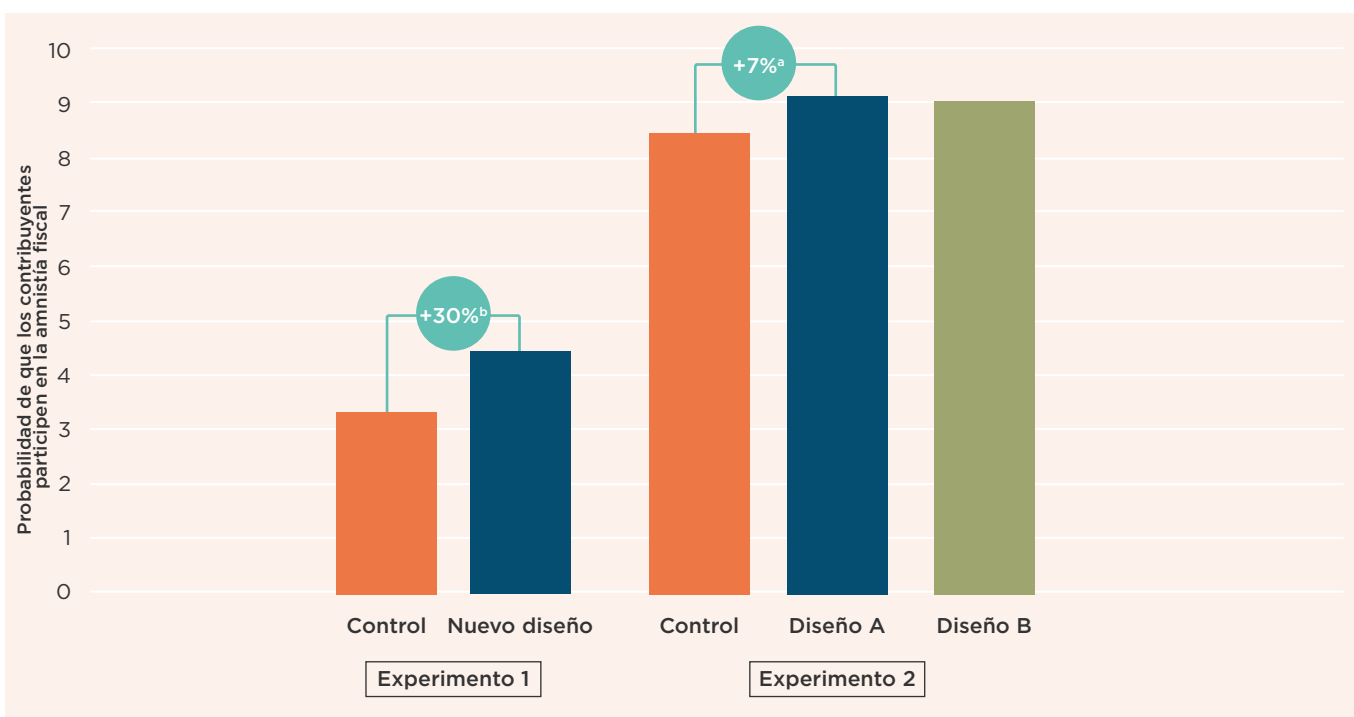
El pago promedio de los contribuyentes que recibieron las cartas rediseñadas fue significativamente más alto que el pago de quienes recibieron la notificación estándar, sin modificaciones. Comparado con el grupo de control, el pago promedio fue un 8% más alto en el primer experimento y aproximadamente un 6% más alto en el segundo.

Los mejores resultados en el caso de la carta rediseñada en el primer estudio experimental, comparados con el segundo, son consistentes con la evidencia en la literatura de referencia sobre tributación, que indica que la amenaza de actuaciones

judiciales puede aumentar efectivamente el cumplimiento tributario.

Se observó que las amnistías fiscales tienen un efecto secundario negativo. Analizando la conducta de los vecinos de los contribuyentes que recibieron las cartas de la intervención, el estudio advirtió que contar con información detallada sobre la existencia de un programa de amnistía y sus beneficios puede desmotivar los pagos en término entre los contribuyentes que habitualmente cumplen con sus obligaciones.

GRÁFICO 6.2.3 Probabilidad de que los contribuyentes participen en la amnistía fiscal



^a Nivel de significancia estadística del 10% y ^b del 1%.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» Los resultados sugieren que la reducción de la carga cognitiva de los contribuyentes para procesar información puede aumentar la recaudación de los impuestos impagos, y es una medida factible de implementar sin realizar grandes inversiones.

» Coincidiendo con la literatura no experimental de referencia, las amnistías fiscales pueden tener un efecto perjudicial en el cumplimiento de los contribuyentes que cumplen sus obligaciones al crear un efecto colateral no deseado que puede generar incentivos negativos en su cumplimiento tributario. A la luz de este hallazgo, las amnistías fiscales deben usarse con moderación, en el contexto de reformas fundamentales que brinden una justificación para recurrir a este tipo de instrumentos, y solo si los gobiernos que las utilizan pueden asegurar que las consecuencias de no cumplir con los compromisos son reales.



6.3 ¿Cuál es la mejor manera de recordarles a los contribuyentes sus obligaciones?



PAÍS

Colombia



AÑO

2013



EQUIPO

Daniel Ortega y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

Hay un interés creciente de parte de los gobiernos por explicar qué motiva a las personas a pagar sus impuestos, en su totalidad y a tiempo, y por encontrar la mejor manera de lidiar con la morosidad tributaria. Si bien numerosos estudios han evaluado el efecto comparativo de enviar mensajes disuasivos y de persuasión moral a los contribuyentes, un estudio experimental desarrollado junto con la DIAN de Colombia analizó cómo influyen diferentes métodos para transmitir un mismo mensaje en el cumplimiento tributario. La administración tributaria contactó a contribuyentes que tenían deudas tributarias pendientes mediante visitas personales por parte de inspectores, así como por métodos más asequibles como correos electrónicos y cartas.

EL PROYECTO

Con una frecuencia regular de pocos meses, la DIAN contacta a los contribuyentes con deudas pendientes (impuestos declarados, pero no pagados) por correo postal y correo electrónico, y a veces también mediante visitas esporádicas en persona. En una ocasión, la administración tributaria

acordó aleatorizar el mecanismo de envío de estos mensajes para probar su eficacia comparativa.

Se enviaron mensajes idénticos en cartas físicas y en correos electrónicos. Contenían persuasión moral, información sobre el pago pendiente y una explicación sobre las consecuencias de la morosidad tributaria sostenida. Más de 20.000 contribuyentes participaron en el experimento.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Normas sociales prescriptivas
- » Desconfianza
- » Exceso de optimismo

Herramientas conductuales

- » Señalización
- » Persuasión moral



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales prescriptivas: La conducta aceptable es pagar al gobierno los impuestos en las fechas estipuladas.

Desconfianza: Los contribuyentes que no confían en la administración de su gobierno pueden valerse de esa actitud a modo de justificación para evadir impuestos.

Exceso de optimismo: Los contribuyentes con un sesgo optimista quizá subestimen la posibilidad de que el gobierno detecte sus deudas tributarias.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Señalización: Si se compara el impacto de la información que se envía por carta o correo electrónico, puede afirmarse que la comprensión de la severidad de las consecuencias de la evasión de impuestos es mayor cuando un trabajador del gobierno visita al contribuyente.

Persuasión moral: Intenta recordar a los contribuyentes que son parte de un colectivo y, por lo tanto, tienen la responsabilidad de pagar sus impuestos, los que benefician a dicho colectivo.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

En el contexto de este proyecto, la administración tributaria aleatorizó un subconjunto de contribuyentes con pagos tributarios pendientes y los dividió en cuatro grandes grupos. El primer grupo fue contactado a través de correos electrónicos; el segundo, a través de una carta física; el tercero recibió una visita de un inspector, y el cuarto quedó como grupo de control. La población de este estudio incluyó a todos los contribuyentes con deudas impagas de impuestos sobre la renta, el patrimonio o las ventas para los años 2011-13.

La población que quedó como elegible abarcó a 20.818 contribuyentes. Entre ellos, 5.000 contribuyentes fueron asignados al correo postal, otros 5.000 al correo electrónico y 4.042 a una visita personal; los otros 6.776 contribuyentes fueron asignados al grupo de control. La aleatorización se llevó a cabo en seis bloques en función del monto de la deuda y de si esta era reciente o no.

El mensaje incluido en el correo físico y en el correo electrónico era exactamente el mismo. Establecía el balance de la cuenta al 31 de julio de 2013, el tipo de impuesto y el año o mes en que no se había abonado. También incluía información sobre métodos de pago y el costo en que el contribuyente estaba incurriendo al no pagar (intereses y sanciones, posibles acciones judiciales, y un posible efecto en su historial crediticio). Por último, contenía un mensaje de persuasión moral (“Colombia, un compromiso que no podemos evadir”). El mensaje concluía con información de contacto de una autoridad de la administración tributaria. De esta manera, aunque el contenido de los mensajes no era el objeto de la evaluación, se incluyeron todos los componentes que se habían identificado en la literatura de referencia como cruciales para aumentar el cumplimiento.

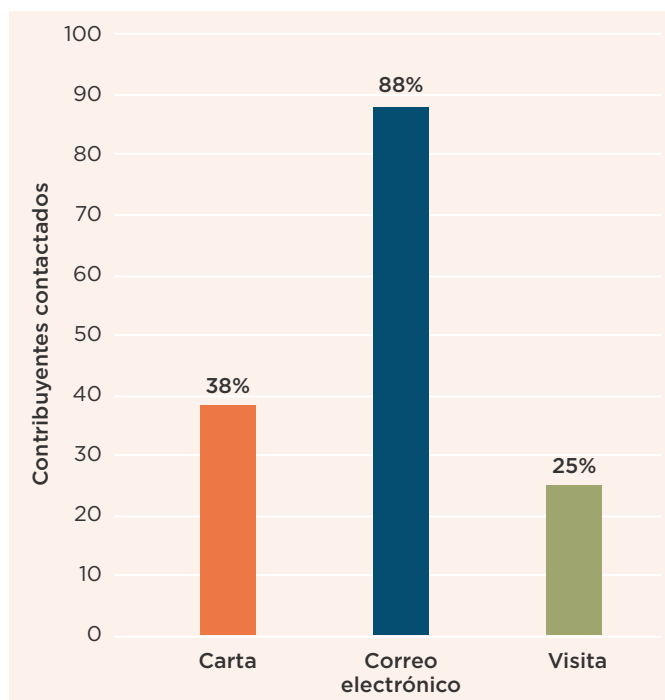
Durante las visitas en persona, los inspectores siguieron un protocolo alineado con las comunicaciones escritas que se habían enviado: se informaba al contribuyente acerca de sus tributos pendientes y se le instaba a pagar. Los inspectores le mencionaban las sanciones a las que se exponía y la posibilidad de otras acciones judiciales en caso de incumplimiento. La visita se cerraba mediante la verbalización de un mensaje de persuasión moral.

DESAFÍOS

» Debido a las limitaciones de tiempo del personal involucrado y a la desactualizada información de contacto de los contribuyentes, la administración se enfrentó a dificultades a la hora de enviar mensajes a las personas en los grupos de tratamiento. De allí que se contactara a menos personas por tratamiento, tal como se muestra en el gráfico 6.3.1.



GRÁFICO 6.3.1 Porcentaje de contribuyentes contactados, por tratamiento asignado



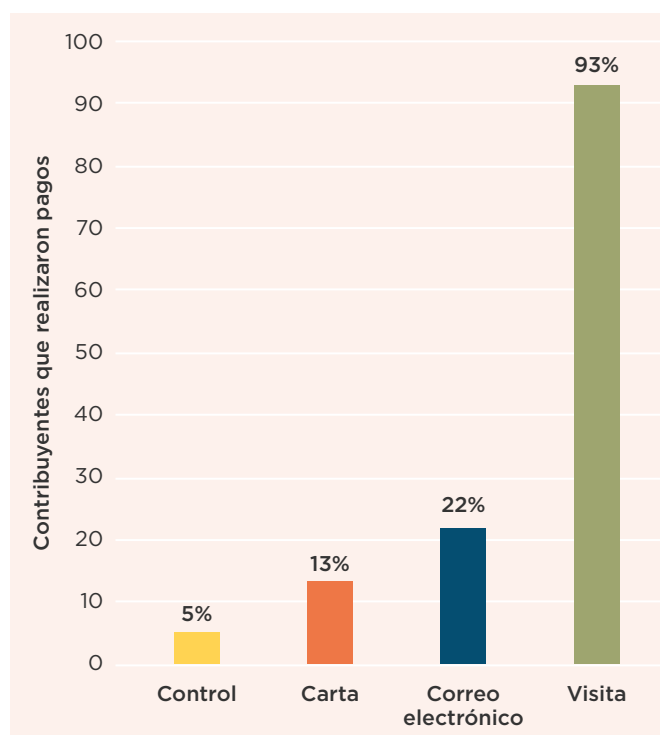
» La relativa diferencia entre el costo marginal de la visita de un inspector y el de enviar una carta por correo es alta (16 veces, aproximadamente). Sin embargo, en el caso de Colombia, el costo absoluto de la visita del inspector es relativamente bajo, lo que posiblemente no suceda en otros contextos.

RESULTADOS

Los resultados indicaron grandes efectos, altamente significativos (gráfico 6.3.2), así como diferencias importantes entre los distintos métodos de transmisión. Un análisis complementario de cada canal de comunicación reveló que el pago de la deuda pendiente era mayor en aproximadamente 8 puntos porcentuales para aquellos contribuyentes que recibieron una carta física que para el grupo de control (gráfico 6.3.2). Para los que recibieron correos electrónicos, los pagos fueron 17 puntos porcentuales más altos y para aquellos que recibieron una visita en persona, 88 puntos porcentuales. Por lo tanto, casi todas las personas que recibieron la visita de un inspector fiscal realizaron algún tipo de pago.

Estos resultados sugieren que la visita de un inspector fiscal es más efectiva que una carta física o un correo electrónico, pues estos últimos dependen de la entrega. Sin embargo, los correos electrónicos tienden a llegar a sus destinatarios con más frecuencia que el correo postal.

GRÁFICO 6.3.2 Porcentaje de contribuyentes que realizaron pagos



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» Los resultados de esta intervención sugieren que las campañas informativas destinadas a los contribuyentes respecto de las deudas pendientes son buenos mecanismos para aumentar el cumplimiento tributario. Enviar inspectores fiscales para realizar visitas personales es considerablemente más costoso que enviar cartas y correos electrónicos, pero es una manera más efectiva de señalar a los contribuyentes la gravedad y las consecuencias del incumplimiento. Esta es la razón, probablemente, de que quienes recibieron visitas también cancelaron otras deudas pendientes.



- » Este estudio también demostró la importancia de mantener una base de datos limpia y actualizada de los contribuyentes, que incluya direcciones físicas y electrónicas para llevar a cabo intervenciones de este tipo con mayor eficiencia. Contar con datos de contacto válidos podría haber duplicado la recaudación tributaria en esta intervención.



6.4 ¿Los premios pueden mejorar el cumplimiento tributario?



PAÍS

Argentina



AÑO

2009



EQUIPO

Paul Carrillo, Edgar Castro y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

Un desafío fundamental para los formuladores de políticas ha sido establecer incentivos adecuados que fomenten buenas prácticas ciudadanas, en particular los relacionados con el cumplimiento tributario. La literatura sobre cumplimiento tributario y comportamiento sugiere que un sistema de recompensas puede ser útil. Sin embargo, este tipo de intervención puede traer resultados no deseados; incluso en casos de intervenciones aparentemente exitosas, los impactos son de corta duración. Por lo tanto, a medida que las recompensas se convierten cada vez más en un instrumento utilizado por los responsables de la formulación de políticas públicas, es importante encontrar un mecanismo que no afecte negativamente la motivación intrínseca, sea duradero y tenga efectos indirectos positivos sobre terceros. Un enfoque de economía del comportamiento para el diseño de estos incentivos puede producir resultados mejores y más duraderos.

EL PROYECTO

Una innovación política introducida en 2009 por el municipio de Santa Fe, Argentina, permitió a los

investigadores evaluar diferentes mecanismos de recompensa con el objetivo de reducir las barreras de comportamiento y, en última instancia, mejorar el cumplimiento tributario. El proyecto se basó en una lotería organizada por el gobierno municipal en el que los ganadores recibían aceras (veredas) públicas nuevas o renovadas frente a sus casas. Los ciudadanos solo eran elegibles para participar en la lotería si no tenían deudas pendientes en sus impuestos a la propiedad en una fecha futura establecida. Este esquema de recompensa se diferencia de una lotería de transferencia de efectivo tradicional, ya que incorpora elementos que pueden mitigar efectos negativos en la motivación intrínseca. Esta lotería proporciona un motivo financiero para participar bajo la forma de un bien público que, a diferencia de una transferencia de efectivo, no solo beneficia al ganador de la lotería sino también al vecindario en general. Esto significa que otros propietarios son conscientes de los beneficios que conlleva pagar sus impuestos a la propiedad, no solo para ellos sino también para sus vecinos, fomentando la reciprocidad e influyendo en otros pares para que hagan lo mismo. Además, la visibilidad de este bien público incorpora un incentivo moral para emprender la acción deseada, ya que una nueva acera frente a la casa de un vecino es señal de un buen ciudadano.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Normas sociales prescriptivas
- » Sesgo del presente

Herramientas conductuales

- » Señalización
- » Lotería



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales prescriptivas: La conducta aceptable es pagar los impuestos fiscales cuando se cumple el plazo.

Sesgo del presente: Las personas pueden valorar la gratificación presente más que los mayores beneficios en el futuro; por ejemplo, pueden evitar pagar impuestos incluso cuando se les presenta la posibilidad de ganar una lotería.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Señalización: Al proporcionar aceras a los contribuyentes, el gobierno transmitió información creíble sobre su responsabilidad y voluntad de proporcionar bienes útiles a los contribuyentes.

Lotería: La lotería, llamada “Premio al Buen Contribuyente”, estuvo basada en el sesgo de comportamiento que lleva a las personas a sobrestimar las probabilidades de ganar una recompensa.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

En un esfuerzo para premiar a los buenos contribuyentes y mejorar el cumplimiento del pago del impuesto sobre la propiedad, en enero de 2009 el gobierno municipal de Santa Fe organizó una lotería llamada “Premio al Buen Contribuyente” en la cual los ganadores recibían una acera nueva o renovada en el frente de sus casas. Las reglas de la lotería fueron estipuladas con claridad; los propietarios de unidades residenciales, propiedades comerciales o terrenos vacíos podían participar siempre y cuando hubieran pagado sus impuestos sobre la propiedad correspondientes al año 2008 antes del 12 de enero de 2009. Cada propiedad elegible recibió un número único. La lotería se sorteó el 27 de febrero de 2009, cuando 400 propiedades fueron seleccionadas al azar de un total de 72.742 propiedades participantes. Los ganadores fueron contactados por funcionarios municipales y los resultados fueron publicados en los periódicos locales.

DESAFÍOS

- » Entre los desafíos de esta intervención se encuentran los costos asociados con la construcción y renovación de aceras. Las renovaciones de la acera incluyeron la remoción de cualquier acera vieja que ya estuviera presente, ajustes de alcantarillado, la provisión de características convenientes como un recipiente de basura que no fuera accesible para los animales y un área destinada para plantas y árboles. Cada renovación de acera ascendió a aproximadamente a ARS 5.250 (US\$1.553), lo que equivale a 14,4 veces el impuesto a la propiedad promedio anual (ARS 363,5 o US\$107,5) en 2008 y 9,7 veces el pago promedio anual de impuestos en 2009 (ARS 539,5 o US\$159,6).⁶ Dado el elevado costo de la intervención, se espera que el impacto sea elevado para compensarlos.

⁶ El tipo de cambio oficial para fines de 2008 era de US\$1 = ARS 3,38. Esta información se puede encontrar en: http://www.bcr.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Evolucion_moneda_2.asp.



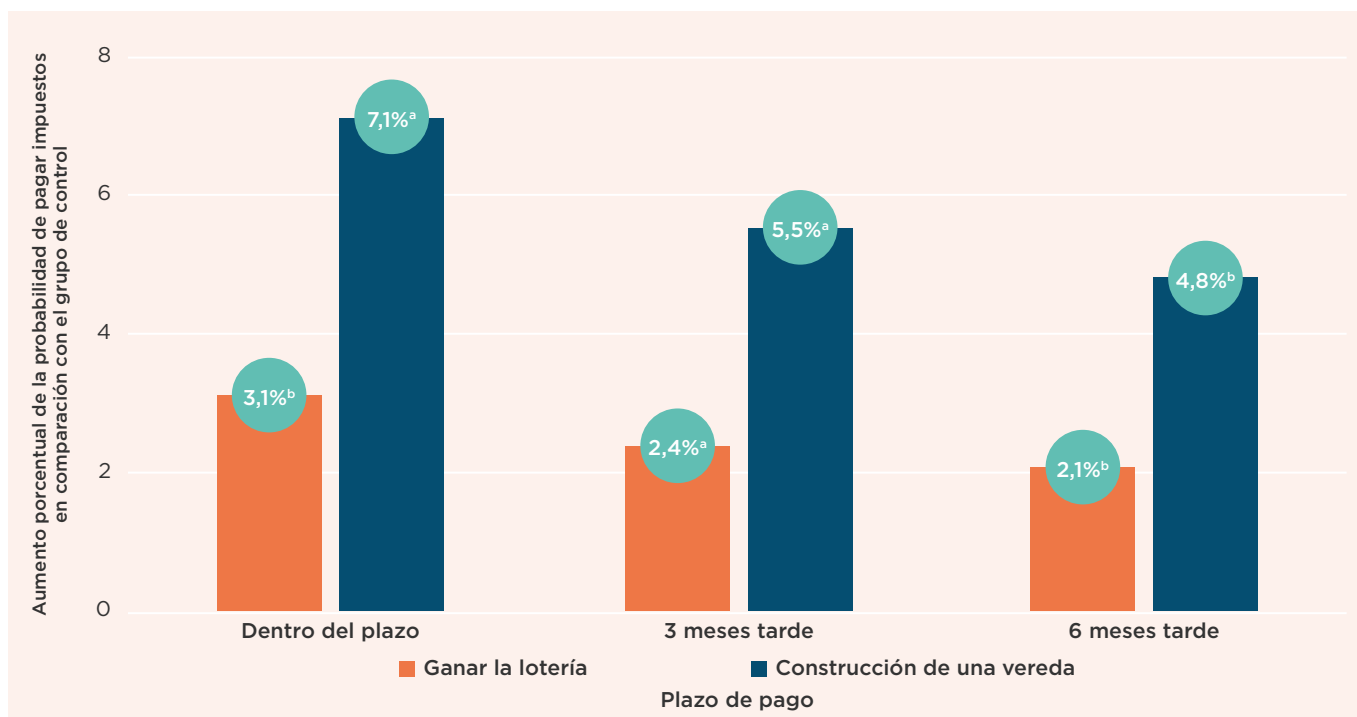
RESULTADOS

Para evaluar el impacto del mecanismo de recompensa revisado, se comparó el cumplimiento tributario de los ganadores y no ganadores durante el período de tres años después de que se llevó a cabo la lotería (de febrero de 2009 a diciembre de 2011). Los resultados indicaron que recibir una recompensa en forma de bien público tuvo un efecto positivo, sustancial y persistente en los ganadores de la lotería. Ganar una lotería de este tipo aumenta la probabilidad de pagar obligaciones tributarias en los años siguientes. Los ganadores tenían 3,1 puntos porcentuales más de probabilidades de cumplir con sus obligaciones tributarias a tiempo; además, también es más probable que paguen dentro de los tres y seis meses posteriores a la fecha de vencimiento en 2,3 y 2,1 puntos porcentuales, respectivamente. Los ganadores de la

lotería también tenían 3 puntos porcentuales más de probabilidades de continuar pagando las obligaciones tributarias a tiempo durante los próximos años, en comparación con sus pares.

Dado que no todas las aceras se construyeron al mismo tiempo o inmediatamente después de que se anunciaran los ganadores de la lotería, se puede observar cuánto del efecto provino del reconocimiento público y cuánto de la construcción de la acera. Para los casos en que los ganadores de la lotería aún no habían recibido la acera, los efectos del reconocimiento público se desvanecieron después de unos meses. Una renovación completa de la acera aumentó las tasas de pago en 7,1 puntos porcentuales y la probabilidad de que las obligaciones tributarias se cumplan dentro de los tres a seis meses posteriores a la fecha de vencimiento en 5,5 y 4,8 puntos porcentuales respectivamente. Nuevamente este efecto persistió en el tiempo. El resultado, tanto de los efectos de ganar la lotería como de los efectos de construir la acera, se presenta en el gráfico 6.4.1.

GRÁFICO 6.4.1 Efectos de la intervención en los pagos de los contribuyentes de sus deudas tributarias



^a Nivel de significancia estadística del 5% y ^b del 1%.

También se observaron efectos secundarios significativos y persistentes de los ganadores en sus vecinos. Estos efectos no fueron universales, pero parecían depender de la prominencia de la recompensa. Los vecinos que vivían en áreas de la ciudad con poco público y que no participaron en la lotería, pero tenían un vecino con una nueva acera, aumentaron su probabilidad de pagar sus impuestos a la propiedad a tiempo en 7,5 puntos porcentuales, así como también su probabilidad de pagar dentro de tres y seis meses de la fecha de vencimiento en 10 y 15 puntos porcentuales, respectivamente. Estos resultados fueron persistentes a largo plazo.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Este estudio proporciona evidencia de que **las herramientas conductuales pueden mejorar las características de las intervenciones basadas en recompensas, logrando cambios en el proceso de toma de decisiones de los ciudadanos y promoviendo la buena ciudadanía.** Las recompensas duraderas y de alta visibilidad pueden ayudar a acumular la motivación intrínseca y lograr efectos secundarios positivos en terceros. Las intervenciones de recompensa diseñadas teniendo en cuenta las barreras de comportamiento tienen éxito en mejorar el cumplimiento tributario.



6.5 Probando los atractivos del intercambio fiscal



PAÍS

Argentina



AÑO

2019



EQUIPO

Huáscar Eguino y Simeon Schächtele.

CONTEXTO

El incumplimiento tributario actúa como un límite para el financiamiento de los servicios públicos a los que han de acceder los ciudadanos. El control fiscal, una herramienta crucial de cualquier administración tributaria, también tiene sus propios límites (técnicos, legales, morales y políticos). En el contexto de una crisis económica severa en Argentina, un gobierno local volvió prioritario el persuadir a los contribuyentes para que cumplieran voluntariamente. Esta decisión coincide con un interés creciente por parte de los gobiernos y los investigadores en explicar qué motivos llevan a las personas a pagar sus impuestos, y de qué manera los complementos costo efectivos a las medidas de control fiscal pueden crear una cultura de cumplimiento.

El punto de partida de este proyecto fue la falta en las facturas de impuestos de una explicación persuasiva y prominente de por qué y cómo pagarlos. Si las meras diferencias en la presentación de una factura pueden aumentar los ingresos por tributos durante una crisis económica, las autoridades fiscales bien podrían aumentar el cumplimiento tributario ofreciendo la perspectiva de mejores servicios públicos y mejorando la comunicación.

EL PROYECTO

El proyecto se propuso proveer a la municipalidad de Mendoza, Argentina, de herramientas y una metodología para probar e implementar cambios administrativos con el fin de mejorar el cumplimiento tributario. La municipalidad y el equipo del BID rediseñaron las facturas del impuesto local sobre la propiedad. En línea con la intención de la municipalidad de priorizar la realización de intervenciones amigables, el nuevo diseño se centró en simplificar la información y subrayar el intercambio fiscal inherente en los impuestos, es decir, en destacar que con el dinero de los impuestos la administración podía brindar servicios públicos valiosos a los contribuyentes. Los tratamientos experimentales (facturas de impuestos) se probaron en noviembre de 2019.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Atención limitada
- » Sesgo del presente
- » Desconfianza

Herramientas conductuales

- » Simplificación
- » Reciprocidad



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Atención limitada: Los contribuyentes que estarían dispuestos a considerar los beneficios sociales de su decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias pueden relegar ese cumplimiento si no reciben un recordatorio explícito de estos beneficios.

Sesgo del presente: Las personas pueden valorar la gratificación presente más que los mayores beneficios en el futuro; por ejemplo, obtener servicios o bienes públicos valiosos con posterioridad.

Desconfianza: Los contribuyentes que no confían en la administración pública pueden valerse de esta actitud para justificar la evasión de impuestos.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Simplificación: Debido a la atención limitada, los contribuyentes pueden no buscar información sobre dónde pagar sus impuestos; por lo tanto, podría ser beneficioso simplificar el proceso y agregar información a su factura de impuestos.

Reciprocidad: Mostrarles a los contribuyentes cómo se invierte su dinero en bienes públicos puede hacer que se sientan conformes con los pagos y se inclinen a pagar sus impuestos para seguir recibiendo esos bienes.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El proyecto evaluó tres facturas diferentes de impuestos municipales sobre la propiedad. En respuesta a la demanda de la municipalidad, los tratamientos fueron aleatorizados en zonas geográficas pequeñas. Para un análisis limpio, se consideraron 22.119 contribuyentes de 1.593 zonas que no hubieran participado ya en alguna intervención previa. Los funcionarios municipales entregaron las facturas tributarias entre el 4 y el 11 de noviembre de 2019 y registraron las entregas en persona cuando fue posible. Las facturas contenían dos montos pendientes con fecha de vencimiento del 21 de noviembre y 19 de diciembre de 2019 respectivamente. Los datos que aquí se analizan incluyen los pagos hasta el 9 de enero de 2020.

El gráfico 6.5.1 muestra la factura que recibió el grupo de control (T1), una factura rediseñada sin la publicidad de los servicios públicos y con información sobre dónde pagar (T2) y una factura rediseñada con publicidad sobre los servicios públicos (T3). El elemento clave del intercambio fiscal (T3) se muestra en el gráfico 6.5.2. La teoría de cambio propone que las facturas nuevas, simplificadas y en color incluyen los siguientes beneficios: i) capturan la atención del contribuyente; ii) señalan que la administración tributaria está prestando una renovada atención a la recaudación de ese impuesto particular; iii) destacan las opciones y lugares de pago disponibles, y iv) mejoran la percepción del contribuyente sobre el contrato fiscal por el que se proporcionan servicios públicos valiosos a cambio del pago de impuestos. Cada uno de estos puntos puede generar un aumento del cumplimiento. La comparación entre T2 y T3 aísla el efecto de atractivo del intercambio fiscal (iv), mientras que el control (T1) proporciona una referencia para los efectos generales de los cambios de información sobre dónde pago.



GRÁFICO 6.5.1 Factura tributaria, control y rediseños

TASAS POR SERVICIOS MUNICIPALES A LA PROPIEDAD RAIZ
Emisión Bimestral Ejercicio 2019

Propietario: [REDACTED] **PADRÓN MUNICIPAL:** [REDACTED]

Domicilio Postal: [REDACTED] **Barrio:** [REDACTED]

Ubicación del inmueble: [REDACTED] **Nomenclatura:** [REDACTED]

Destino: EDIFICADO **Código de BANELCO:** 111000010000
Código de CAJEROS: 111000010000
Código de LHR PAQ05: 1011000010000

Legenda de Pago: [REDACTED]

Descripción	Importe
TASA POR SERVICIO A LA PROPIEDAD RAIZ	\$249.00
GASTOS DE ENVÍO	\$15.00

Cupón de Pago **Noviembre / 2019**

Nº de Recibo: 2019-10673911 **Importe:** \$264.00

Vencimiento: 21/11/2019

Descripción: TASA POR SERVICIO A LA PROPIEDAD RAIZ **Importe:** \$249.00

Nº de Recibo: 2019-10673912 **Importe:** \$15.00

Vencimiento: 19/11/2019

NOVEDADES DE SU INTERÉS

Calificar VecinalesContribuyente: Se le informa que puede acceder a este derecho hasta la fecha de vencimiento, cumplido el plazo deberá solicitar su renovación con fecha actualizada, mediante comparecencia de sueldo, visto de abono o a través de la página web: <http://www.ciudadmendoza.gov.ar>

Para el caso de pagar mediante transferencia bancaria se deberá realizar únicamente a través de pago electrónico Interbanking (BIDU). Ante cualquier consulta comunicarse al "Centro de Atención".

Importante:

- El Municipio no realiza visitas, extensiones por venta de artículos o servicios en el domicilio.
- Entrega de factura electrónica a partir de la segunda a los domicilios a personas suscriptoras y tiene inmediatidad al 100%.
- La realización de recibo de pago a través de Internet.
- En caso de tener consultas, llamar al Centro de Atención, Entre otros.

Centros de Atención Municipal: Casas de 1º, 2º y 3º de la Ciudad, Correo Nº 2, Alameda 1140 Tel: 421-406, Centro Ciudad Este, Centro y Parque, Tel: 421-412, Centro Ciudad La Paz, Tel: 421-412.

Orden de emisión: 32495 Circular / 44 Orden en circulación: 1

Control: Factura existente (T1)

TASAS POR SERVICIOS MUNICIPALES A LA PROPIEDAD RAIZ
Emisión Bimestral Ejercicio 2019

Domicilio Postal: [REDACTED] **Barrio:** [REDACTED]

Ubicación del inmueble: [REDACTED] **Nomenclatura:** [REDACTED]

Destino: EDIFICADO **Código de BANELCO:** 10001-000000
Código de CAJEROS: 10001-000000
Código de LHR PAQ05: 10001-000000

Legenda de Pago: [REDACTED]

Descripción	Importe
TASA POR SERVICIO A LA PROPIEDAD RAIZ	\$250.00
GASTOS DE ENVÍO	\$15.00

Cupón de Pago **Noviembre / 2019**

Nº de Recibo: 2019-10673911 **Importe:** \$265.00

Vencimiento: 21/11/2019

Descripción: TASA POR SERVICIO A LA PROPIEDAD RAIZ **Importe:** \$250.00

Nº de Recibo: 2019-10673912 **Importe:** \$15.00

Vencimiento: 19/11/2019

¿Dónde pago?

Centros de Atención

Orden de emisión: 3187 Circular / en Orden en circulación: 1

Rediseño con "¿Dónde pago?" con prominencia (T2)

TASAS POR SERVICIOS MUNICIPALES A LA PROPIEDAD RAIZ
Emisión Bimestral Ejercicio 2019

Domicilio Postal: [REDACTED] **Barrio:** [REDACTED]

Ubicación del inmueble: [REDACTED] **Nomenclatura:** [REDACTED]

Destino: EDIFICADO **Código de BANELCO:** 111000010000
Código de CAJEROS: 111000010000
Código de LHR PAQ05: 1011000010000

Legenda de Pago: [REDACTED]

Descripción	Importe
TASA POR SERVICIO A LA PROPIEDAD RAIZ	\$2120.00
GASTOS DE ENVÍO	\$15.00

Cupón de Pago **Noviembre / 2019**

Nº de Recibo: 2019-10673911 **Importe:** \$2135.00

Vencimiento: 21/11/2019

Descripción: TASA POR SERVICIO A LA PROPIEDAD RAIZ **Importe:** \$2120.00

Nº de Recibo: 2019-10673912 **Importe:** \$15.00

Vencimiento: 19/11/2019

¿Dónde pago?

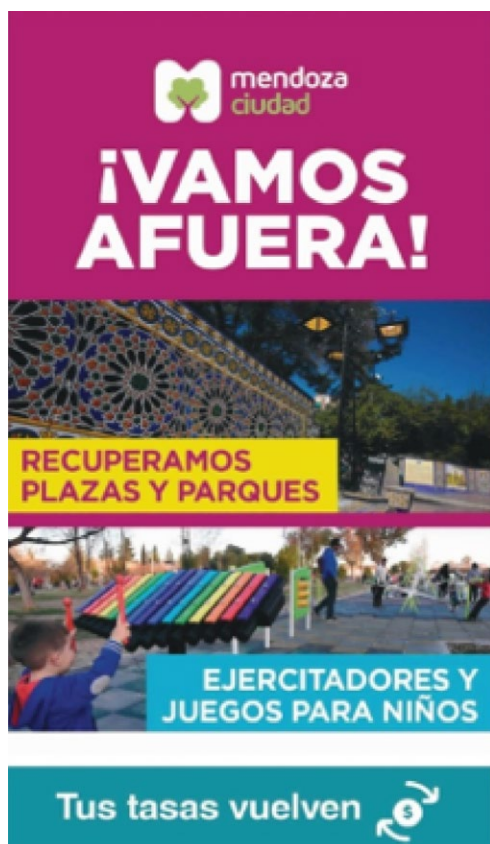
Centros de Atención

Orden de emisión: 2796 Circular / 16 Orden en circulación: 2

Rediseño con "¿Dónde pago?" prominente y con publicidad sobre los servicios públicos (T2)



GRÁFICO 6.5.2 Publicidad de servicio público



Elemento clave del rediseño con publicidad de servicios públicos (T3)

DESAFÍOS

- » Para facilitar la logística y reducir la confusión potencial que pudiera producirse entre vecinos al recibir diferentes facturas de impuestos, los tratamientos se aleatorizaron para zonas geográficas pequeñas. Además, con el fin de evitar la contaminación de otra innovación, los deudores de impuestos involucrados fueron excluidos de este análisis. Finalmente, las impresiones a color de las facturas de impuestos representaron un gasto adicional en comparación con el costo de las facturas convencionales, en blanco y negro.

RESULTADOS

El gráfico 6.5.3 presenta una visión general de los resultados, al tiempo que muestra el porcentaje de los contribuyentes que, en cada grupo de tratamiento, realizó un pago del impuesto municipal a la propiedad de noviembre a diciembre de 2019.

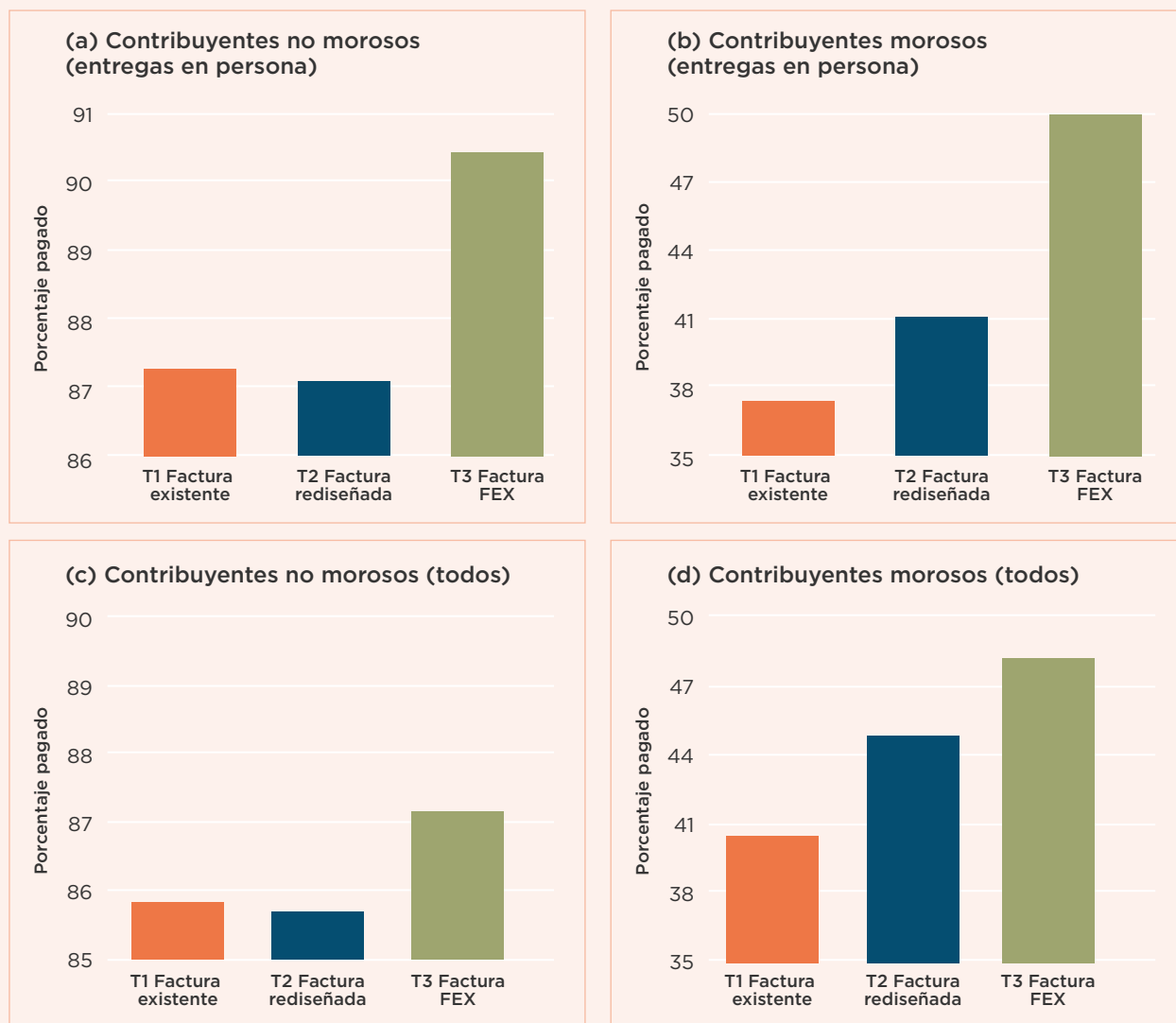
Para los contribuyentes no morosos, la factura del intercambio fiscal aumentó las tasas de pago entre un 87% y un 90% cuando fue entregada en persona (gráfico 6.5.3a). Para los contribuyentes morosos, las tasas de pago aumentaron entre el 38% (con el diseño existente) y el 50% (con el nuevo diseño y el llamado al intercambio fiscal) si la factura fue entregada en persona (gráfico 6.5.3b). La tasa de pago para el grupo que recibió el diseño nuevo, sin la publicidad del intercambio fiscal, fue del 41%. Entre todos los contribuyentes, es decir, sin desagregar de acuerdo al método de entrega, las diferencias de tratamiento fueron cualitativamente similares, aunque algo más pequeña (gráfico 6.5.3c). Además de los efectos en el pago de la factura de impuestos, las nuevas facturas (T2 y T3) aumentaron la proporción de contribuyentes morosos que pagaban deudas pendientes entre el 17% y el 22%.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Dado el contexto desfavorable de la crisis económica y las conclusiones anteriores, inconsistentes con la literatura de referencia, los pequeños cambios en las comunicaciones tuvieron efectos sorprendentemente positivos en los contribuyentes que no cumplían. Esto sugiere que intervenciones similares podrían aumentar el cumplimiento tributario en un espectro de circunstancias más amplio de lo que se pensaba. Asimismo, los expertos deberían considerar que los efectos probablemente disminuyan a lo largo del tiempo.



GRÁFICO 6.5.3 Efectos de los tratamientos: pago de una factura de impuestos (en porcentaje)



Nota: el grupo T1 (control) recibió la factura existente; T2, la factura rediseñada, y T3 la factura rediseñada con publicidad sobre los servicios públicos (“FEX”, que significa “intercambio fiscal”).

- » El llamado al intercambio fiscal tenía un elemento visual notorio y destacaba cómo los servicios públicos benefician a los niños, dos elementos no estándares que pueden haber contribuido al efecto positivo. Además, el contexto municipal puede haber sido útil porque quizá los contribuyentes hayan visto y utilizado precisamente esos bienes publicitados. De lo anterior se desprende que los responsables de las políticas públicas deberían personalizar el contenido de los mensajes y su entrega de maneras que funcionen en el contexto local.

6.6 “Empujando” el registro de contribuyentes



PAÍS

Brasil



AÑO

2019



EQUIPO

Huáscar Eguino, Soraya Roman y Simeon Schächtele.

CONTEXTO

Los gobiernos de América Latina recaudan comparativamente pocos ingresos por medio del impuesto sobre la propiedad. Los bajos ingresos se deben, en parte, a registros inadecuados de la información de los contribuyentes, y un obstáculo importante para la creación y el mantenimiento de estos registros por parte del gobierno, es su costo. En este contexto, la administración tributaria de Fortaleza (Brasil) superó este obstáculo y creó un registro de contribuyentes y una plataforma de servicios en línea para el uso de los ciudadanos, pero pocas personas la utilizan. El proyecto se centró en estrategias de bajo costo, inspiradas en las ciencias del comportamiento, para actualizar la información del registro a través del sistema en línea.

EL PROYECTO

El proyecto tuvo como objetivo actualizar la información del registro de contribuyentes de bienes inmuebles por medio del aumento de la tasa de inscripción en la plataforma de registro y servicio de contribuyentes en línea de la administración tributaria de Fortaleza (Brasil). Para inscribirse en el

registro en línea era necesario cargar documentación –como el documento de identidad– que posteriormente debía ser verificada por las autoridades municipales. En colaboración con el BID, la administración tributaria de Fortaleza diseñó diferentes comunicaciones por correo electrónico, y acordó enviarlas de manera aleatoria a distintos contribuyentes de bienes inmuebles en octubre de 2019. En noviembre invitó a los participantes del ejercicio a completar una encuesta en línea para recabar información sobre los mecanismos que había detrás de los resultados del registro.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Factores que incomodan
- » Sesgo del *statu quo*
- » Mentalidad de escasez



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Lotería
- » Persuasión moral



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Factores que incomodan: Unirse al registro en línea requería cargar documentos, como la identificación nacional, que fueron verificados por agentes municipales.

Sesgo del *statu quo* (inercia): Pedirles a las personas que cambien la forma de pagar los impuestos puede percibirse como una carga emocional demasiado grande para hacerlo.

Mentalidad de escasez: La atención de los contribuyentes a la información recibida sobre los impuestos podría verse limitada por diversos factores, entre ellos, la poca carga cognitiva que tienen para pensar sobre impuestos, después de lidiar con muchas otras preocupaciones durante el día.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Lotería: A partir de la teoría de las perspectivas se sabe que las pequeñas probabilidades de ganar algo se perciben como mayores de lo que son; por lo tanto, agregar una lotería como recompensa puede atraer a los contribuyentes a pagar sus facturas para acceder a ese beneficio.

Persuasión moral: Recibir un correo electrónico del gobierno puede ejercer alguna “presión” en los contribuyentes y recordarles su responsabilidad como ciudadanos de pagar sus facturas, en comparación con no recibir nada.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La administración tributaria de Fortaleza diseñó dos comunicaciones por correo electrónico para incentivar a las personas a inscribirse en el registro de contribuyentes en línea. Se dividió a los aproximadamente 163.000 contribuyentes de bienes inmuebles de los que se disponían las direcciones de correo electrónico en tres grupos: *statu quo* (T1), correo electrónico de solicitud (T2), y correo electrónico de solicitud + recompensa (T3).

El primero (T1) fue un grupo que no recibió ningún correo electrónico, pero que puede haber conocido el registro en línea a través de otros canales.

El segundo grupo (T2) recibió un correo electrónico de solicitud que informaba a sus destinatarios sobre el registro fiscal en línea y solicitaba a los contribuyentes que se inscribiesen (gráfico 6.7.1a). Los medios por los que se podía esperar que este correo electrónico aumentara el registro incluían llenar un vacío de información y sugerir la obligación de registrarse.

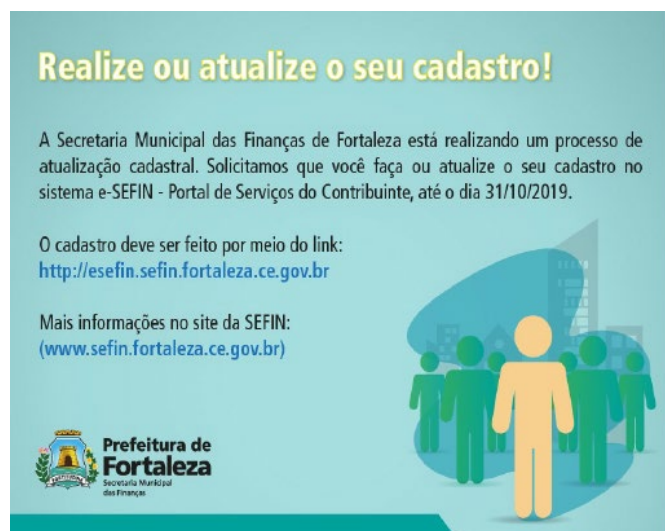
El tercer grupo (T3) recibió un correo electrónico de solicitud (el mismo que para T2) más una recompensa que ofrecía un boleto de lotería por el registro exitoso (gráfico 6.7.1b). Se consideró que este incentivo añadido podría ayudar a superar la inercia del comportamiento de los contribuyentes. Una imagen que contenía monedas llamaba la atención sobre la posibilidad de obtener recompensas de dinero y el correo electrónico mencionaba el número y la gama de premios, incluido el primero de aproximadamente US\$7.200. La comparación con T2 aísla los efectos de los elementos publicitarios de recompensa, lo que permite saber si el incentivo añadido fue rentable. Las preferencias por las ganancias arriesgadas y la tendencia a sobreponderar las probabilidades pequeñas lo apoyan.

Ambos correos electrónicos mencionaron que el registro debía realizarse antes del 31 de octubre de 2019, fecha que marca el final del período de recogida de datos para el registro.



GRÁFICO 6.6.1 Correos electrónicos enviados al grupo de tratamiento

(a) Correo electrónico de solicitud (tratamiento T2)



¡Haz o actualiza tu registro! La Secretaría de Hacienda Municipal de Fortaleza está realizando un proceso de actualización catastral. Le solicitamos que realice o actualice su registro en el sistema antes del 31/10/2019. La inscripción debe realizarse a través del enlace: Más información en el sitio web:

(b) Correo electrónico de solicitud + recompensa (tratamiento T3)



No pierda la oportunidad de ganar R \$ 30.000 en premios haciendo o actualizando su registro. La Secretaría de Hacienda Municipal de Fortaleza está realizando un proceso de actualización catastral. Le solicitamos que realice o actualice su registro en el sistema, antes del 31/10/2019. La inscripción debe realizarse a través del enlace: Más información en el sitio web: La actualización es válida después de la aprobación.

DESAFÍOS

- » La identificación tardía de un error en los datos y su origen costó tiempo y mano de obra. El equipo acabó detectando y confirmando que un error técnico en el procesamiento de los correos electrónicos abiertos fue el origen de una anomalía en los datos. Así pues, hubo que descartar la información sobre los correos electrónicos abiertos, lo que impidió estimar los efectos de la apertura de los correos mediante una estrategia de variables instrumentales.

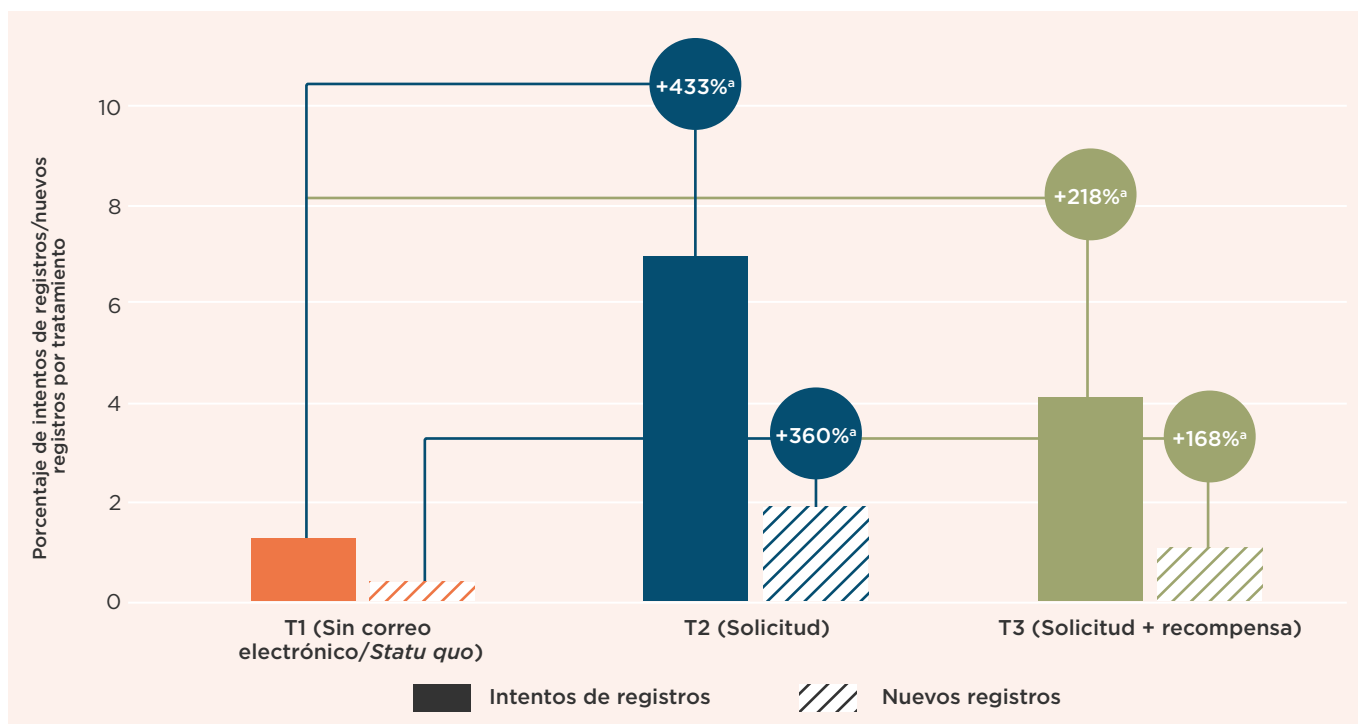
RESULTADOS

El gráfico 6.6.2 ofrece una visión general de los resultados del registro. Muestra el porcentaje de contribuyentes que intentaron registrarse y que

se registraron con éxito en cada grupo de tratamiento. Como muestra el gráfico, ambos correos electrónicos incrementaron significativamente el registro en relación con el grupo de control en un orden del 300% al 600%. Los efectos fueron mayores para los contribuyentes cumplidores, los hombres, las edades medias y para aquellos con bienes inmuebles con valores intermedios. El incentivo de la lotería fue contraproducente: las tasas de inscripción en T3 fueron significativamente más bajas que en T2.

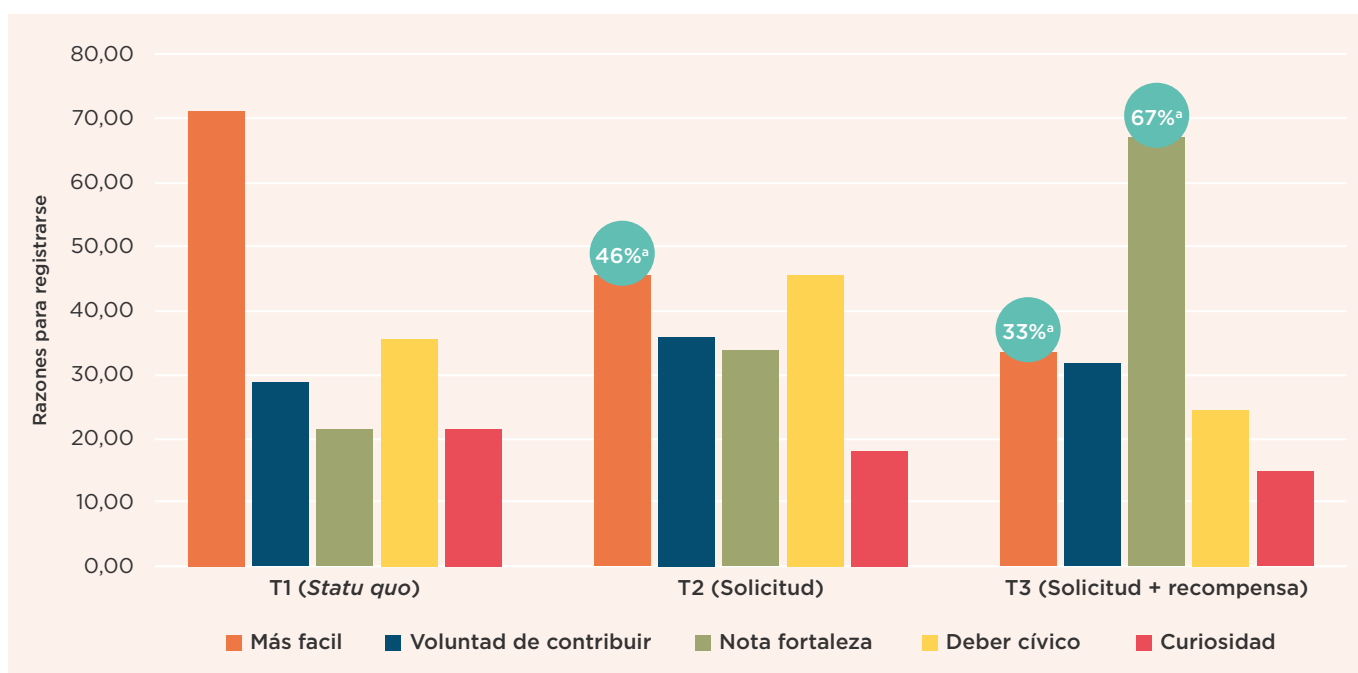
Las respuestas de la encuesta posterior al ejercicio sugieren que ambos correos electrónicos aumentaron con éxito el conocimiento del registro fiscal. Los resultados también son coherentes con el hecho de que el incentivo de la lotería señalara inadvertidamente que el registro era voluntario. Con la inclusión de la lotería, un número significativamente menor de contribuyentes citó el cumplimiento de los deberes cívicos y la simplificación de las transacciones como motivo para inscribirse en el registro, en comparación con el grupo que recibió el correo electrónico de solicitud (compárese con el gráfico 6.6.3).

GRÁFICO 6.6.2 Efectos del tratamiento en las solicitudes e intentos de registro de los contribuyentes



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

GRÁFICO 6.6.3 Motivos declarados para registrarse por los contribuyentes



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

Nota: Las diferencias entre T2 y T3 son estadísticamente significativas a un nivel al menos del 5% para las variables “Más fácil”, “Nota fortaleza” y “Deber cívico”.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **Basado en los resultados del estudio, las administraciones tributarias se beneficiarían de la utilización de un enfoque estratificado para aumentar el registro.** El beneficio también puede derivarse de la utilización de una combinación de métodos de comunicación y dirigirse a diferentes tipos de contribuyentes, considerando los efectos heterogéneos por edad, género, estado de cumplimiento y valores de propiedad.
- » Sin embargo, el uso de incentivos y la aplicación de la ley requieren mayor consideración. Por ejemplo, si los contribuyentes infieren, del uso de recompensas, que el cumplimiento es voluntario o se aplica de manera deficiente, el cumplimiento podría disminuir en lugar de aumentar. Si el registro es un requisito legal, por otro lado, comunicar de manera creíble la seguridad de la ejecución puede aumentar el cumplimiento. Podría decirse que el incentivo más sostenible es aumentar la funcionalidad y los beneficios netos del registro de impuestos en línea y las herramientas de servicio para los contribuyentes.



ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



Administración pública

El campo de la administración pública también es tierra fértil para intervenciones en América Latina. En el BID se ha trabajado en una multitud de campos para mejorar el diseño de las políticas públicas sobre áreas tan diversas como los delitos, el comercio, los incentivos y la transparencia.

En Chile, se encontró que proveer información para activar una identificación empática con personas encarceladas puede incrementar, más que la sanciones y las penas, la preferencia por políticas sociales orientadas a combatir el crimen. En adición a esto, también se observó que el exceso de confianza fue un factor importante en la preferencia por portar armas en cinco países de

América Latina y Estados Unidos. El “efecto de encuadre” también fue un componente importante para establecer las políticas punitivas en Panamá, incrementar las percepciones de confianza y transparencia del gobierno en Argentina y aumentar el apoyo al comercio en diferentes países de la región. Asimismo, también pudo verificarse que los microincentivos y las cartas con mensajes conductuales mejoraron el desempeño de trabajadores de la salud en El Salvador y de funcionarios públicos en Argentina. En el recuadro 7.1 se enumeran las barreras conductuales observadas y las herramientas utilizadas en las intervenciones en el área de la administración pública.

RECUADRO 7.1 Barreras conductuales y herramientas relevantes para intervenciones en materia de administración pública

Barreras conductuales	Otras barreras	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Heurística de la disponibilidad» Sesgo del presente» Sesgo del <i>statu quo</i>» Sobrecarga cognitiva» Exceso de optimismo» Exceso de confianza» Aversión a la pérdida» Desconfianza» Sesgo de optimismo» Atención limitada» Factores que incomodan	<ul style="list-style-type: none">» Falta de información	<ul style="list-style-type: none">» Retroalimentación» Efecto de encuadre» Microincentivos» Prominencia» Identificación empática» Simplificación» Normas sociales» Aversión a la pérdida» Normas sociales prescriptivas» Gamificación



[Ver definiciones](#)



7.1 Una sugerencia para aumentar la confianza en el gobierno



PAÍS

Argentina



PERÍODO

2017-18



EQUIPO

Martín Alessandro, Bruno Cardinale-Lagomarsino, Carlos Scartascini, Jorge Streb y Jerónimo Torrealday.

CONTEXTO

A lo largo de las últimas décadas, los escándalos de corrupción y el mal desempeño de las democracias en América Latina han erosionado la confianza pública en las instituciones. Entretanto, numerosos estudios han observado que, si los ciudadanos no creen que un gobierno sea capaz de cumplir sus promesas, tenderán a disminuir su demanda de bienes públicos, lo que a su vez también reduce el bienestar. El objetivo del presente estudio fue medir la manera en que las diversas formas de encuadrar la información sobre el desempeño del gobierno han influido en las percepciones de transparencia y confianza de dichas autoridades en Buenos Aires, Argentina.

EL PROYECTO

Se diseñó un cuestionario online para recopilar información sobre las percepciones de transparencia, competencia, benevolencia y honestidad del gobierno, así como de la confianza que los ciudadanos le dispensan. El estudio se fijó el propósito de entender cómo la información influye en la percepción que los ciudadanos tienen del gobierno, primero, divulgando información sobre el

desempeño del gobierno y, segundo, estableciendo conclusiones específicas sobre la manera que tienen las diferentes formas de presentar la información para influir en los niveles de confianza de los ciudadanos.

La recopilación de datos tuvo lugar entre diciembre de 2017 y enero de 2018, y comprendió un total de 1.999 participantes que habitaban en Buenos Aires, Argentina. La muestra fue estratificada por género, edad (18 años o más), estatus socioeconómico y comunidad.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Heurística de la disponibilidad
- » Desconfianza

Herramientas conductuales

- » Efecto de encuadre
- » Retroalimentación



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Heurística de la disponibilidad: Las personas tienden a estimar la probabilidad de un evento futuro basándose en cuán fácilmente los ejemplos representativos de dicho evento vienen a su cabeza (por ejemplo, un político corrupto o deshonesto).

Desconfianza: Es posible que los ciudadanos dejen de confiar en las actuaciones de sus representantes públicos como respuesta, por ejemplo, a los escándalos de corrupción.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Efecto encuadre: Dado que la manera en que se presenta la información influye en las decisiones de las personas, es posible que si se utiliza un encuadre de empatía las decisiones sean diferentes a cuando se emplean encuadres de eficiencia. De igual forma, es posible que haya diferencias en las decisiones de las personas según se comunique información negativa o positiva del mismo tema.

Retroalimentación: Proveer información evaluativa sobre las acciones del gobierno puede crear conciencia de lo importante que es el trabajo de los funcionarios públicos.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Los 1.999 participantes fueron distribuidos aleatoriamente entre grupo de tratamiento y de control, y a todos se los contactó por teléfono. Durante la encuesta, los participantes fueron asignados dos veces a tratamientos aleatorios. **Primero, fueron aleatorizados entre grupo de tratamiento y de control:**

- » Grupo de tratamiento: recibió tratamientos informacionales sobre los compromisos del gobierno y luego completó un cuestionario sobre sus percepciones acerca de la transparencia del gobierno de su ciudad.

- » Grupo de control: primero recibió el cuestionario sobre sus percepciones acerca de la transparencia del gobierno de su ciudad y después información sobre los compromisos del gobierno.

Todos los participantes fueron asignados aleatoriamente a tres grupos de tratamiento informacionales (gráfico 7.1.1) diferentes con una misma estructura:

1. T1: empatía y resultados positivos.
2. T2: eficiencia y resultados positivos.
3. T3: empatía y resultados negativos.

El tratamiento referido a la “empatía” resaltó cómo las políticas del gobierno mejoran las vidas de muchas personas y cómo las metas de los gobiernos surgen de escuchar a la población, mientras que el que estaba referido a la “eficiencia” subrayó los compromisos de aquel para mejorar la eficiencia y la gestión pública. El encuadre con resultados positivos utilizó datos reales y mostró una situación en la que el gobierno superó las expectativas con respecto a sus compromisos públicos; el encuadre con resultados negativos también utilizó datos reales, pero evidenció un resultado contrario, es decir, una situación en la que el gobierno no alcanzó a cumplir los compromisos que se había propuesto.

DESAFÍOS

- » **Para aumentar la confianza no solo es necesario proporcionar información pertinente, sino también demostrar un buen desempeño.** Esto no significa que presentar al público información sesgada sea una buena idea, dado que ese tipo de estrategia termina disminuyendo la confianza en quien la proporciona (en este caso, el gobierno).



GRÁFICO 7.1.1 Tratamientos informacionales

METAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS VECINOS

Los "Compromisos Públicos" del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires son metas pensadas **para mejorar el bienestar y la calidad de vida de los vecinos**. Éstas son **prioridades** del GCBA.

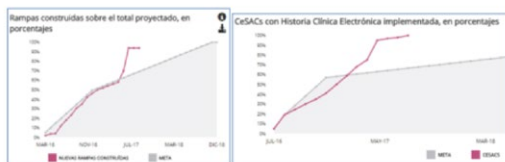
Los Compromisos **surgen de escuchar las necesidades de los vecinos**. Y responden a los "Objetivos de Desarrollo Sostenible" que impulsa la ONU.

Podes encontrar todos los Compromisos y su avance en la página web del Gobierno de la Ciudad: <http://www.buenosaires.gob.ar/compromisos>

A modo de ejemplo, éstos son algunos de los compromisos.



...y éstos son algunos de los resultados hasta ahora, respecto a las metas que nos habíamos fijado:



T1: Empatía y resultados positivos

METAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN

Los Compromisos de Gobierno son **metas precisas** sobre las que el Gobierno de la Ciudad rinde cuentas, para que todos podamos medir cómo vamos.

Los Compromisos son una forma de **optimizar la gestión**. Facilitan el **cumplimiento de objetivos y la eficiencia** en el trabajo gubernamental.

Los Compromisos responden a los "Objetivos de Desarrollo Sostenible" que impulsa la ONU.

Podes encontrar todos los Compromisos y su avance en la página web del Gobierno de la Ciudad: <http://www.buenosaires.gob.ar/compromisos>



...y éstos son algunos de los resultados hasta ahora, respecto a las metas que nos habíamos fijado:



T2: Eficiencia y resultados positivos

A modo de ejemplo, éstos son algunos de los compromisos.

METAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS VECINOS

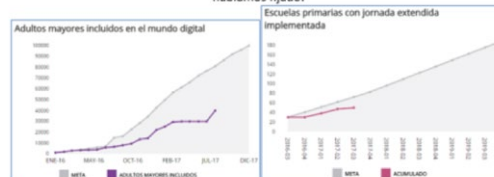
Los "Compromisos Públicos" del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires son metas pensadas **para mejorar el bienestar y la calidad de vida de los vecinos**. Éstas son **prioridades** del GCBA.

Los Compromisos **surgen de escuchar las necesidades de los vecinos**. Y responden a los "Objetivos de Desarrollo Sostenible" que impulsa la ONU.

Podes encontrar todos los Compromisos y su avance en la página web del Gobierno de la Ciudad: <http://www.buenosaires.gob.ar/compromisos>



...y éstos son algunos de los resultados hasta ahora, respecto a las metas que nos habíamos fijado:

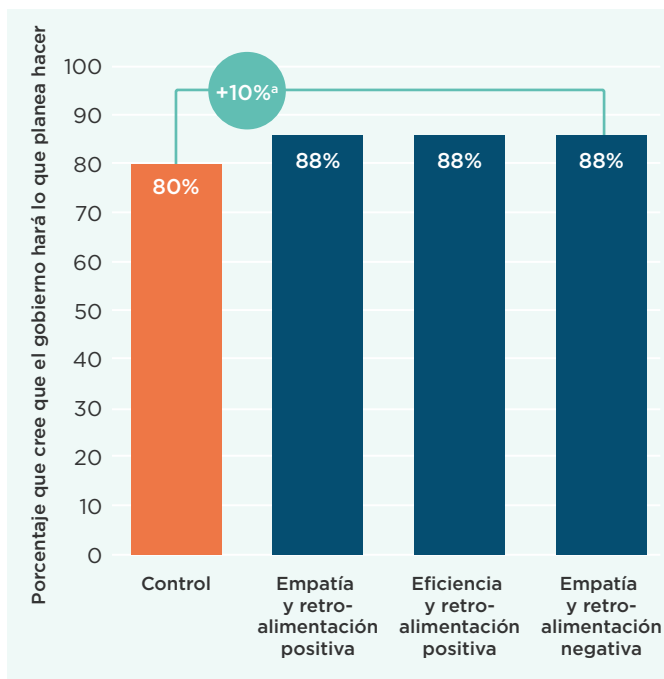


T3: Empatía y resultados negativos

RESULTADOS

Los resultados de este estudio tienen importantes implicaciones para los esfuerzos de comunicación del gobierno. Los resultados muestran que proporcionar o divulgar información aumenta la percepción sobre la transparencia del gobierno en aproximadamente 8 puntos porcentuales, lo que implica un aumento de más del 10%. ¿Importa relativamente más el encuadre o el contenido, para cambiar las percepciones de los ciudadanos sobre el gobierno? Los resultados muestran que no hay diferencias relativas en la confianza entre un marco “basado en la eficiencia” en comparación con un marco “basado en la empatía”. Sin embargo, las diferencias en el desempeño parecen ser importantes. El grupo que recibió información sobre el desempeño excesivo del gobierno en sus objetivos aumentó la confianza significativamente más que los que recibieron información sobre el desempeño inferior del gobierno en sus objetivos. La diferencia es equivalente a aproximadamente 0,10 de una desviación estándar (gráfico 7.1.2).

GRÁFICO 7.1.2 Información y confianza en el gobierno



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

En particular, estas diferencias permiten destacar la importancia de presentar información a los ciudadanos de forma proactiva para mejorar sus percepciones acerca de la transparencia del gobierno.

Los efectos encontrados en las personas expuestas a esta información por primera vez resultaron ser más del doble que los de las personas que ya estaban familiarizadas con el desempeño del gobierno. Por lo tanto, este estudio mostró que para aumentar las percepciones de transparencia se necesita hacer algo más que sencillamente proporcionar información en un sitio web. También señaló que el vínculo entre la transparencia y la confianza depende de diversos factores, entre otros, el desempeño del gobierno.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **La retroalimentación hecha a los ciudadanos sobre el desempeño del gobierno fue importante para transmitir confianza en el gobierno.** Por lo tanto, los esfuerzos para proporcionar información sobre el buen desempeño resultan una herramienta efectiva para mantener el compromiso cívico. Si los ciudadanos creen que solo se le muestran los mejores resultados, o que las noticias que reciben podrían ser falsas, el valor que le otorgan a esas comunicaciones podría disminuir o incluso desaparecer del todo. Esto confirma que la confianza se encuentra relacionada con responsables de políticas públicas honestos a los que se considera competentes.
- » Al momento de este estudio, más del 40% de los encuestados no había visitado el sitio web del gobierno municipal ni se había enterado acerca de los compromisos que contiene. Por ese motivo, si se quiere mejorar las percepciones que los ciudadanos tienen sobre la transparencia de los gobiernos, estos deberían utilizar canales con mayor alcance para proporcionarles información relevante.



7.2 Información y preferencias de los ciudadanos por políticas contra el crimen



PAÍS

Panamá



AÑO

2018



EQUIPO

Daniel Gingerich y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

Las políticas públicas suelen estar sujetas a lo que se denominan “rigideces intertemporales”, es decir que cambian más lentamente que las necesidades de los ciudadanos. En ese sentido, las políticas públicas contra la delincuencia en América Latina no son una excepción a esta tendencia, y resultan particularmente interesantes debido a todo lo que en ellas se encuentra en juego y a los altos costos de financiamiento público que traen aparejados.

Concretamente, la encarcelación masiva se ganó el apoyo del público como una forma de dar respuesta a la preocupación por el consumo de drogas y en un momento en que los delitos violentos se encontraban en un máximo histórico. Desde entonces, las tasas de delincuencia han disminuido y, además, la evidencia ha encontrado que la encarcelación masiva tiene efectos secundarios negativos en la sociedad. A pesar de esto, las políticas contra la delincuencia no han cambiado, lo que sugiere que puede que exista un problema con el procesamiento de este tipo de información.

EL PROYECTO

Este ejercicio se propuso estudiar de qué forma las noticias (positivas o negativas) sobre el crimen influyen en la demanda social de políticas públicas contra la delincuencia. Para ello, en 2017, en Panamá, se presentaron diferentes encuadres de información referida al crimen a los participantes de la encuesta del Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP, por sus siglas en inglés).

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Heurística de la disponibilidad

Herramientas conductuales

- » Efecto de encuadre



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Heurística de la disponibilidad: Consiste en estimar la probabilidad de un delito, o la de ser víctima de un delito, a partir de, por ejemplo, eventos criminales recientes de los que se tuvo conocimiento.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Efecto encuadre: Los juicios sobre el crimen, que requieren procesamiento de información, pueden ser influenciados fuertemente según se comunique información negativa o positiva del mismo tema.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

En la ronda 2016-17 de la encuesta Barómetro de las Américas, llevada a cabo en Panamá por el Proyecto de Opinión Pública de América Latina, se diseñó e incluyó un ejercicio de información en el cual se presentaron infografías de políticas de criminalidad a un conjunto de 1.521 encuestados. En el estudio, cada encuestado fue asignado aleatoriamente a uno de tres grupos (dos de tratamiento y uno de control) con condiciones experimentales diferentes. Los dos primeros recibieron infografías consistentes con la existencia de regímenes de políticas para un nivel alto o bajo de delincuencia, presentándoles gráficos (véase el gráfico 7.2.1) que describían como alta o baja la tasa de homicidios de Panamá en los últimos años. El tercer grupo, de control, no recibió ninguna información.

Los dos mensajes eran factualmente correctos y se basaron en estadísticas de la delincuencia de Panamá. La encuesta proporcionó una muestra estratificada nacionalmente representativa de los panameños, y las entrevistas se llevaron a cabo en persona (“cara a cara”) por medio de tabletas electrónicas.

GRÁFICO 7.2.1 Tratamiento de la información para dos grupos de tratamiento (T1 y T2)

Tratamiento 1: Aumento de la tasa de homicidios



Tratamiento 2: Disminución de la tasa de homicidios



DESAFÍOS

» **Al añadir a las encuestas de opinión preguntas sobre políticas públicas, se pudo mejorar la comprensión de cómo se formulan las mismas.** Tradicionalmente, las divergencias entre las políticas públicas implementadas por los países y aquellas recomendadas por los tecnócratas han sido explicadas por los incentivos de los políticos. Sin embargo, dichas políticas en ámbitos políticos competitivos también reflejan los deseos de los ciudadanos. Una mejor comprensión de cómo los ciudadanos adquieren, mantienen o cambian sus preferencias en temas específicos vinculados a las políticas públicas es un



componente esencial de cualquier evaluación sobre el desempeño del sistema democrático de un país.

- » Añadir instrumentos de política pública al modelo analítico tradicional del crimen permitió explicar mejor las opciones reales que tienen los gobiernos contra la delincuencia en diferentes democracias. En el futuro, los investigadores podrán ampliar estos modelos con el fin de capturar la mayor complejidad a la que se enfrentan los responsables de las políticas públicas cuando las elaboran, así como los ciudadanos cuando las solicitan y evalúan.

RESULTADOS

Los principales resultados (gráfico 7.2.2) señalan que las preferencias de los ciudadanos por las políticas punitivas aumentaron con la introducción de información que indicaba un incremento de los delitos.

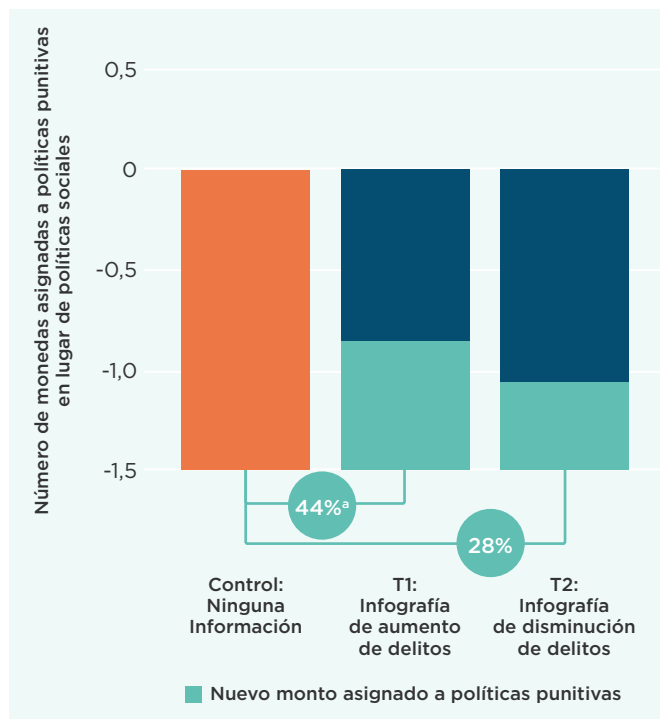
Sin embargo, lo contrario no resultó cierto: la preferencia de los ciudadanos por las políticas punitivas no disminuyó con la introducción de información que indicaba una reducción de los delitos. En efecto, en relación con el grupo que no recibió información (grupo de control), las personas a las que se informó sobre una disminución de los delitos también se inclinaron por mayores penas (aunque el efecto en este caso no demostró ser estadísticamente significativo).

Los resultados sugieren que todas las noticias sobre la delincuencia, independientemente del lugar o espacio de donde provengan, tienden a suscitar en los ciudadanos respuestas orientadas al castigo. Los efectos de la información variaron según el nivel de consumo de noticias de las personas. Aquellas con un menor acceso a la información reaccionaron más intensamente a los nuevos datos que aquellas que estaban mejor informadas.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Las comunicaciones y noticias sobre delincuencia tienden a llevar a los ciudadanos a favorecer políticas públicas punitivas, y

GRÁFICO 7.2.2 Impacto de la información sobre el crimen en las preferencias de políticas públicas de los ciudadanos



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

revertir esta tendencia hacia políticas que favorezcan estrategias más efectivas para luchar contra la delincuencia probablemente resulte una tarea difícil. Los resultados destacan la importancia que tiene la pertinencia de la información, en particular en lo referido al periodismo sensacionalista (“si hay sangre, será titular”), dado que puede determinar fácilmente las preferencias de la población por determinadas políticas públicas. Además, ponen de manifiesto también la relevancia de las instituciones que promueven la competencia política y reducen los incentivos a las compañías de noticias, los periódicos y los medios de comunicación para explotar los sesgos y las limitaciones cognitivas de las personas.

- » Los resultados son consistentes con la investigación observacional y experimental que muestra que los estímulos que inducen a sentir una amenaza (por ejemplo, en casos como el terrorismo) pueden generar en las personas respuestas inmediatas a favor de políticas punitivas.



7.3 Incentivos en especie y desempeño de los trabajadores de la salud



PAÍS

El Salvador



AÑO

2020



EQUIPO

Pedro Bernal y Sebastián Martínez.

CONTEXTO

Proporcionar a la población general una mejor atención de salud es un desafío global sumamente importante. Sin embargo, la necesidad de acceso a servicios de salud de calidad es particularmente alta en zonas con menores ingresos y remotas, en especial en los países con ingresos bajos y medios. A partir de 2010, El Salvador implementó reformas en su sistema de salud pública mediante la creación de equipos de salud comunitarios, financiados y gestionados por el gobierno. Primero se emprendieron las reformas en los municipios de ingresos bajos. Los equipos de salud pública tenían entre 7 y 10 miembros, y cubrían las principales necesidades de atención primaria de la población en zonas geográficas preestablecidas.

En todo el mundo se presentan deficiencias documentadas sobre el desempeño de los trabajadores de la salud. Entre ellas, se incluyen la incapacidad de cumplir con las metas de cobertura, el ausentismo, el incumplimiento de las directrices clínicas e incluso la negligencia profesional. El desafío en El Salvador consistió en que estos equipos de salud funcionaran de forma apropiada. Para ello, y entre otras herramientas, se utilizaron pagos en especie por buen desempeño para motivar a los equipos de salud y mejorar la calidad del servicio. Sin embargo, el distinguir entre los efectos de

estos incentivos y los de otra naturaleza, como la retroalimentación y las ceremonias de reconocimiento público, no fue una tarea sencilla. La evidencia sobre el efecto que estos tienen en los equipos pequeños, con roles circunscritos y actividades interdependientes, también es escasa.

EL PROYECTO

Las autoridades de salud de El Salvador evaluaron las reformas efectuadas a lo largo de un período de 12 meses, midiendo los efectos de los incentivos en especie en el desempeño de los trabajadores de la salud pertenecientes a 38 de los 75 equipos de salud comunitarios. De forma aleatoria, se asignaron distintos incentivos de desempeño a los equipos, los cuales fueron monitoreados para medir los efectos de la retroalimentación sobre el desempeño y el reconocimiento de los logros, aislando de esa forma los efectos de cada incentivo.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del *statu quo*
- » Sesgo del presente

Herramientas conductuales

- » Microincentivos
- » Retroalimentación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del *statu quo*: Muchos trabajadores de la salud se encuentran acostumbrados a determinados protocolos de trabajo por lo que pueden mostrarse reacios a cambiar.

Sesgo del presente: Es posible que los trabajadores de la salud no deseen, por ejemplo, realizar un mayor esfuerzo para mejorar su desempeño, dado que no pueden visualizar las recompensas que dicho proceder les traerá en el futuro.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Microincentivos: La provisión de pequeños premios pueden inspirar a los profesionales de salud a poner más esfuerzo en sus labores.

Retroalimentación: Escuchar cómo se percibe el desempeño de la labor de un individuo puede ser útil para mejorar su comportamiento.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La intervención consistió en un incentivo grupal en especie (en lugar de incentivos monetarios) de acuerdo con la teoría de que estos impulsarían un mayor esfuerzo en equipo y sería menos probable que desplazaran a la motivación intrínseca. Los incentivos en especie se vincularon a 11 indicadores clave de salud materno-infantil que cubrían los resultados relacionados con la planificación familiar y los cuidados prenatal, posnatal y del niño. Los indicadores se diseñaron para promover el alcance comunitario, aumentar la utilización y mejorar la puntualidad y la calidad de la atención. A cada indicador se le asignó una meta de desempeño. Si un equipo de salud de la comunidad cumplía con un objetivo, recibía puntos canjeables por incentivos en especie.

Los equipos se asignaron al azar a una de dos fases. La fase 1 (grupo de tratamiento) fue elegible para el esquema de incentivos durante los ciclos de verificación de los meses 6, 12 y 18, mientras que la fase 2 (grupo de control) solo era elegible para el esquema de incentivos durante el ciclo de verificación del mes 18. Cada equipo recibió un informe de retroalimentación de desempeño y reconocimiento público por logros, independientemente de su asignación experimental cada seis meses. Todos los informes se diseñaron de la misma manera, excepto que los del grupo de tratamiento describieron el monto del incentivo para ese ciclo (gráfico 7.3.1). Los equipos que formaban parte del control solo tenían una descripción de los puntos obtenidos en general, sin mencionar los incentivos. Todos los equipos que lograron 60 puntos o más obtuvieron reconocimiento público y un certificado frente a sus pares (gráfico 7.3.2), además de ganar el incentivo mínimo de US\$650 en bienes; los que alcanzaron 90 puntos o más por ciclo de verificación recibieron hasta US\$1.000.



GRÁFICO 7.3.1 Informes de desempeño del equipo

Tratamiento

En una sección destacada se lee: “El equipo obtuvo el 85% de los puntos posibles (85/100) en esta medición, por lo que es acreedor de un 85% del fondo de reconocimientos, es decir, US\$850 canjeables por bienes de la lista establecida”.

Resumen de Resultados				
Semestre	Puntos obtenidos			
	2015-II	2016-I	2016-II	2017-I
Planificación Familiar (PF)				
1. Información sobre métodos de PF	0	5	5	5
2. Utilización métodos PF	15	15	15	15
Control Prenatal				
3. Control Prenatal Precoz	10	10	10	10
4. Control Prenatal con Calidad	10	10	10	10
Parto y Puerperio				
5. Partos Realizados por Ecos F	5	5	5	5
6. Parto Institucional	10	10	10	10
7. Control Puerperal Precoz	5	10	10	10
Atención del Niño				
8. Antiparasitarios	5	0	0	5
9. Micomonitores	N.A.	15	15	15
10. SRO y Zinc para Damae	0	0	0	10
11. Vacuna SPM	N.A.	5	5	5
Puntaje Total	55	85	85	100
Puntaje promedio ISM	42	69	73	100

Interpretación

- De acuerdo a la evaluación externa se obtuvo 85 puntos en el segundo semestre del 2016 de un total de 100 posibles. El puntaje del Ecos F en este periodo es mayor que el promedio de puntos total de otros Ecos F de la Iniciativa Salud Mesoamérica (ISM) que es de 73 puntos.
- El Ecos F cumplió las metas establecidas en 9 de 11 indicadores, pero se puede mejorar en aquellos mencionados en rojo.
- Se recomienda analizar en equipo el reporte con el detalle de cada indicador y los procesos clave para los servicios donde se logró cumplir la meta para mantener el nivel e identificar mejoras prácticas y establecer compromisos de mejora en aquellos donde no se cumplió en conjunto con equipos supervisores del SEIASI, región y nivel central.
- El equipo obtuvo el 85% de puntos posibles (85/100) en esta medición por lo que es acreedor al 85% del fondo de reconocimientos, es decir 850 dólares canjeables por bienes de la lista establecida.

Notas

- Los indicadores que presentaron la menor puntuación fueron los de la categoría de Salud para la Mujer y el Niño en Ecos F.
- Los resultados de la evaluación se utilizarán únicamente para fines estadísticos en la Iniciativa Salud Mesoamérica.
- El total de puntos posibles no incluye los indicadores donde hay datos inconsistentes o no aplican en el periodo.
- N.A. No aplica o no se reportó.
- N/A. No aplica o no se reportó.

Control

En una sección destacada se lee: “El equipo obtuvo el 90% de los puntos posibles (90/100) en esta medición”.

Resumen de Resultados				
Semestre	Puntos obtenidos			
	2015-II	2016-I	2016-II	2017-I
Planificación Familiar (PF)				
1. Información sobre métodos de PF	5	5	0	5
2. Utilización métodos PF	15	15	15	15
Control Prenatal				
3. Control Prenatal Precoz	0	0	10	10
4. Control Prenatal con Calidad	0	0	10	10
Parto y Puerperio				
5. Partos Realizados por Ecos F	0	0	5	5
6. Parto Institucional	10	0	10	10
7. Control Puerperal Precoz	10	0	10	10
Atención del Niño				
8. Antiparasitarios	5	0	0	5
9. Micomonitores	N.A.	15	15	15
10. SRO y Zinc para Damae	0	0	10	10
11. Vacuna SPM	N.A.	5	5	5
Puntaje Total	45	40	90	100
Puntaje promedio ISM	42	69	73	100

Interpretación

- De acuerdo a la evaluación externa se obtuvo 90 puntos en el segundo semestre del 2016 de un total de 100 posibles. El puntaje del Ecos F en este periodo es mayor que el promedio de puntos total de otros Ecos F de la Iniciativa Salud Mesoamérica (ISM) que es de 73 puntos.
- El Ecos F cumplió las metas establecidas en 9 de 11 indicadores, pero se puede mejorar en aquellos mencionados en rojo.
- Se recomienda analizar en equipo el reporte con el detalle de cada indicador y los procesos clave para los servicios donde se logró cumplir la meta para mantener el nivel e identificar mejoras prácticas y establecer compromisos de mejora en aquellos donde no se cumplió en conjunto con equipos supervisores del SEIASI, región y nivel central.
- El equipo obtuvo el 90% de puntos posibles (90/100) en esta medición.

Notas

- Los indicadores que presentaron la menor puntuación fueron los de la categoría de Salud para la Mujer y el Niño en Ecos F.
- Los resultados de la evaluación se utilizarán únicamente para fines estadísticos en la Iniciativa Salud Mesoamérica.
- El total de puntos posibles no incluye los indicadores donde hay datos inconsistentes o no aplican en el periodo.
- N.A. No aplica o no se reportó.
- N/A. No aplica o no se reportó.

GRÁFICO 7.3.2 Certificados de desempeño del equipo

Tratamiento

Vale de Reconocimiento al Desempeño

Se felicita al Ecos-F:

UCSFB [Redacted]

Por su esfuerzo en el cumplimiento de los Indicadores Salud Mesoamérica, en el segundo semestre del 2016 que lo hace acreedor al siguiente reconocimiento:

Puntos Obtenidos	Porcentaje Obtenido	Monto Obtenido
85	85% (85/100)	850 dólares

[Redacted]

Control

Reconocimiento al Desempeño

Se felicita al Ecos-F:

UCSFB [Redacted]

Por su esfuerzo en el cumplimiento de los Indicadores Salud Mesoamérica en el segundo semestre del 2016.

Puntos Obtenidos	Porcentaje Obtenido
90	90% (90/100)

[Redacted]



DESAFÍOS

- » **Los investigadores estaban preocupados por dos cuestiones. Primero**, pensaron que los equipos podrían haber alterado los registros médicos para obtener ganancias a corto plazo, particularmente porque los registros médicos se usaban para medir el desempeño en siete de los 11 indicadores de desempeño. Si este fuera el caso, entonces parte de los efectos de la intervención podría haberse debido a cambios en los informes, más que a una mejora en los resultados de la población subyacente. En **segundo** lugar, debido a que los equipos del grupo de control sabían que eran elegibles para recibir incentivos después del ciclo de verificación de 18 meses y tuvieron la oportunidad de comenzar a mejorar el desempeño del equipo desde el comienzo del experimento, lo que atenuaría los efectos de los incentivos.

RESULTADOS

Si bien todos los equipos mejoraron su desempeño a lo largo del tiempo, aquellos elegibles para recibir incentivos lograron una mejoría más rápida al final de la fase I, es decir, 12 meses después del levantamiento de la línea base. El gráfico 7.3.3 muestra la densidad de las puntuaciones del desempeño general (medidas ponderadas agregadas de las metas cumplidas por un equipo de salud con ponderaciones iguales a los puntos establecidos para cada indicador), por período y tratamiento. La distribución de las puntuaciones de desempeño entre los equipos de tratamiento y el de control a los 12 meses difirió considerablemente ($p < 0,05$).

Los 11 indicadores de salud utilizados para medir el desempeño fueron agrupados en cuatro ámbitos: alcance en la comunidad, calidad de atención, puntualidad de la atención y utilización. Cuando se analizan de forma separada, los incentivos en especie aumentaron considerablemente las DE en 0,17; 0,14; 0,10, y 0,096, respectivamente, para la utilización de los servicios de salud en comparación con el grupo de control. Los mayores efectos se produjeron en ámbitos que requerían del equipo una menor coordinación.

La información a la comunidad depende en gran parte de los trabajadores de la salud, mientras que la calidad de la atención es responsabilidad de los médicos y del personal de salud.

Las mejoras se concentraron entre los que tenían los resultados más bajos y (particularmente) más altos en la línea base. Aquellos equipos en los que no se observó una respuesta al esquema de incentivos fueron los evaluados con el desempeño intermedio en la línea base, que requerían poco esfuerzo para cumplir las metas de desempeño.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **El pago por desempeño es una herramienta prometedora para alinear más estrechamente los incentivos de los trabajadores de la salud con los resultados de salud.** El proyecto proporcionó evidencia que muestra que los incentivos en especie basados en el desempeño son un mecanismo efectivo para mejorar los resultados del trabajo en equipo.



GRÁFICO 7.3.3 Distribución de la puntuación del desempeño



Prueba de Kolmogórov-Smirnov de igualdad de distribuciones entre tratamiento y control por período

Período	Valor p
Línea base	0,351
6 meses	0,579
12 meses	0,025
18 meses	0,191



7.4 Incentivos ciudadanos para la higiene urbana



PAÍS

Argentina



PERÍODO

2018-19



EQUIPO

Nina Rapoport, Ana María Rojas, Carlos Scartascini y Paula Zamora.

CONTEXTO

Mantener las calles y veredas del barrio limpias es una actividad cívica típica que requiere coordinación y acción colectiva entre los ciudadanos. Los vecinos que se encuentran comprometidos con el barrio serán capaces de mantener estos espacios compartidos, pero siempre habrá incentivos para no cuidar y limpiar la cuadra, y esperar a que lo haga otro (parasitismo o *free-riding*). Estos incentivos agregados a nivel de la comunidad generan una “tragedia de los comunes” en la cual cada usuario actúa de forma independiente y de acuerdo con su propio interés, lo que lleva a que se produzcan consecuencias contrarias al bien común de los usuarios y, en este caso, el espacio público se vea afectado.

Para poner a prueba diferentes enfoques destinados a mejorar las comunidades y espacios de vecindario compartidos, la ciudad de Buenos Aires lanzó varios programas para fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso de los ciudadanos con la ciudad y mejorar sus relaciones con el gobierno. Los programas de incentivos diseñados para reconocer y motivar comportamientos cívicos buscaban promover el trabajo en equipo y la cooperación entre la ciudadanía y el gobierno, produciendo beneficios para toda la comunidad.

EL PROYECTO

Para uno de estos programas de incentivos, la ciudad se asoció con el Grupo de Economía del Comportamiento del BID con el objetivo de determinar si un concurso vecinal basado en conocimientos de comportamiento podría promover la colaboración entre vecinos para mantener la limpieza de la infraestructura urbana. El programa se llamó “Esa es mi cuadra” y su objetivo era mejorar el mantenimiento de las calles y veredas de la ciudad mediante la promoción de los hábitos y conductas de buena vecindad. A las cuadras ganadoras del programa se les concedieron exenciones en las tasas municipales de alumbrado, barrido, limpieza, mantenimiento y drenaje de las calles, además del impuesto sobre bienes inmuebles.

La primera iteración del programa tuvo lugar entre febrero y septiembre de 2018, y la segunda, entre mayo y agosto de 2019. El análisis presentado aquí proviene de esa segunda instancia.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Normas sociales descriptivas
- » Sesgo del *statu quo*

Herramientas conductuales

- » Gamificación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Normas sociales descriptivas: Logran que la gente haga lo que hacen los demás. Por lo tanto, si la mayoría de los vecinos de una cuadra no limpian los desechos de sus perros, la probabilidad de que el dueño de un perro limpie tales desechos disminuye, lo que contribuye a la contaminación general de la cuadra.

Sesgo del *statu quo*: Limpiar los excrementos del perro, por ejemplo, podría ser percibido como una pérdida de tiempo o incluso de dignidad personal.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Gamificación: El diseño del concurso usó herramientas de gamificación, como los premios y la puntuación, para motivar a los vecinos a que actúen para alcanzar una meta de limpieza.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Después de una campaña de divulgación, se pidió a los ciudadanos interesados en participar del concurso que crearan cuentas virtuales y proporcionaran sus datos personales. La capacidad logística limitada llevó a la ciudad a reducir el número de cuadrantes concursantes en relación a las que inicialmente se habían inscripto. Se seleccionaron un total de 2.123 cuadrantes, y cerca del 30% de dichas cuadrantes también participó en la primera iteración del concurso.

El concurso utilizó el Índice de Calidad de Limpieza (ICL), que gestiona el Ministerio de Ambiente y Espacio Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como una medida para evaluar la limpieza de las calles y veredas. **Este índice contiene cinco criterios:**

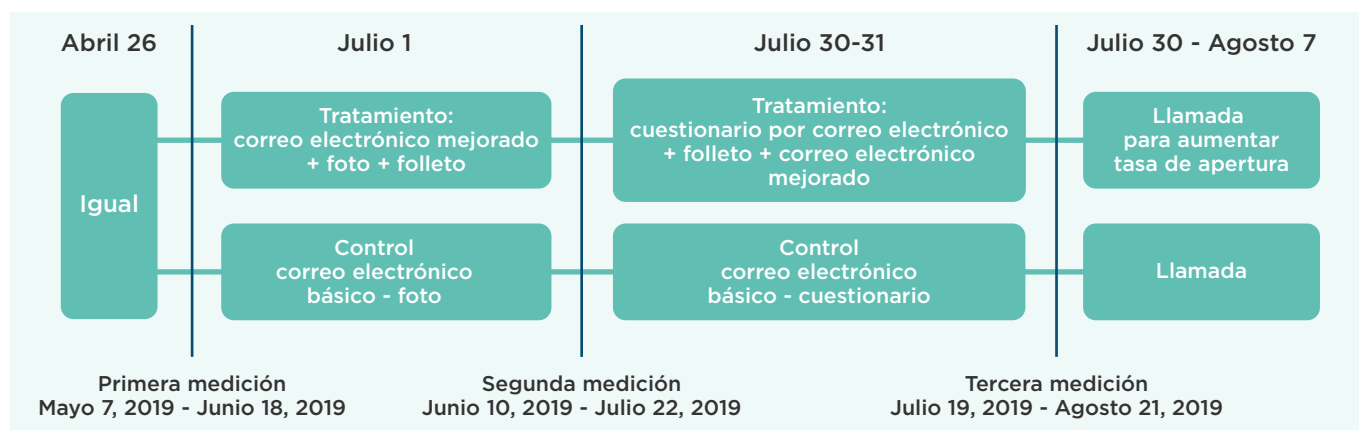
1. Mobiliario de Higiene Urbana (condiciones de la infraestructura pública para los servicios sanitarios urbanos).
2. Separación y disposición de residuos (secos, húmedos, especiales y voluminosos).
3. Tenencia responsable de mascotas (eliminación de excrementos de los perros).
4. Limpieza de veredas y calles (presencia de desechos húmedos y secos).
5. Grafitis, pegatinas y otros (etiquetas y excrementos de pájaros).

Para alcanzar el estándar de limpieza, una cuadra tenía que cumplir con al menos cuatro de estos cinco criterios. Las cuadrantes participantes fueron medidas tres veces durante el concurso, de mayo a agosto de 2019. Entre las cuadrantes que cumplieron con el estándar de limpieza, la ciudad determinó cuáles eran las ganadoras mediante la suma de tres medidas de ICL.

El gráfico 7.4.1 muestra el calendario de la intervención y los tratamientos. Durante el concurso, las cuadrantes participantes fueron seleccionadas aleatoriamente para recibir un kit de comunicaciones mejorado (grupo de tratamiento, $n = 1.015$) o un equipo de comunicaciones básico (grupo de control, $n = 985$). El kit mejorado incluyó un folleto (gráfico 7.4.2), correos electrónicos (gráfico 7.4.3), un cuestionario, un gráfico del barrio y una llamada telefónica, todos los cuales reforzaban la idea de cooperación entre los vecinos.



GRÁFICO 7.4.1 Resumen del calendario para los grupos de tratamiento y control



El premio se otorgó a los participantes registrados de la cuadra ganadora. El primero consistía en una exención de las tarifas de alumbrado, barrido, limpieza, mantenimiento y drenaje, además del impuesto sobre la propiedad. Aquellos que, por alguna eventualidad, ya se encontraran exentos de estas tarifas e impuestos, recibirían una tarjeta de metro (subte) con un valor importante cargado para su utilización.

DESAFÍOS

- » Las cuadras participantes no fueron seleccionadas aleatoriamente, sino según el número de personas registradas, la localización, etc. Esto ocasionó que muchas muestras tuviesen un tamaño acotado, lo que no permitió establecer conclusiones claras sobre el impacto del concurso.
- » Se observaron grandes variaciones a lo largo del tiempo en las puntuaciones del índice de limpieza. ¿Qué pudo impulsar estas variaciones? ¿Cambios en el personal, directrices de los inspectores u otras razones...?
- » Algunas cuadras fueron medidas dos veces antes de recibir el primer tratamiento (gráfico 7.4.2), mientras que otras fueron medidas una tercera vez antes de que reciban el segundo correo electrónico (gráfico 7.4.3).

GRÁFICO 7.4.2 Folleto del tratamiento



GRÁFICO 7.4.3 Segundo correo electrónico: tratamiento (izquierda) vs. control (derecha)



Hola, [nombre]: ¿Sabías que la mayoría de los participantes ganadores de 2018 contaron con la ayuda de sus vecinos?

Y SI VOS GANÁS, ¡TODA TU CUADRA VA A PARTICIPAR POR UNA DISTINCIÓN!

Baja el **folleto**, compártelo con tus vecinos y motívalos a participar.

Si nos mandás una foto donde estés colaborando con ellos, vas a sumar más puntos para ganar el **ABL gratis en 2020**.

¡Subí tu foto!



Hola, [nombre]: Si nos mandás una foto donde estés colaborando en la limpieza de tu cuadra, **¡tenés más posibilidades de ganar el ABL gratis en 2020!**

¡Subí tu foto!

Estas son las acciones que suman puntos:

- Barrer y limpiar la vereda.
- Chequear que no haya caca de perro.
- Quitar las pintadas y pegatinas de las paredes y postes.
- Sacar la basura de 20 a 21 h a los contenedores correctos.

En los próximos días vamos a estar midiendo tu cuadra nuevamente.

¡Mantener limpia tu cuadra tiene muchos beneficios!

RESULTADOS

Se notaron tendencias positivas, pero estadísticamente no significativas, en las puntuaciones de los índices de limpieza (gráfico 7.4.4). En comparación con la medición 1, donde los participantes todavía no habían sido objeto de un régimen de intervención, en la medición 2 se encontraron diferencias estadísticamente no significativas en los cinco indicadores, después de la primera intervención (gráfico 7.4.5), y en la medición 3, un efecto positivo estadísticamente significativo de la intervención en el índice de limpieza para los excrementos de perros.

GRÁFICO 7.4.4 Puntuación total de participación en el programa para el mantenimiento de calles y veredas

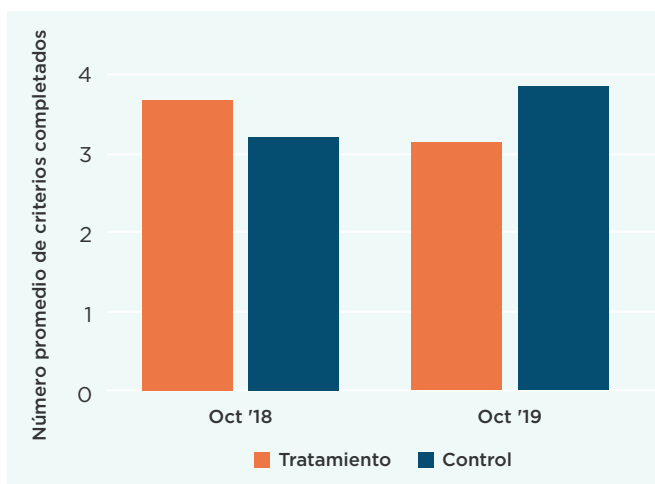
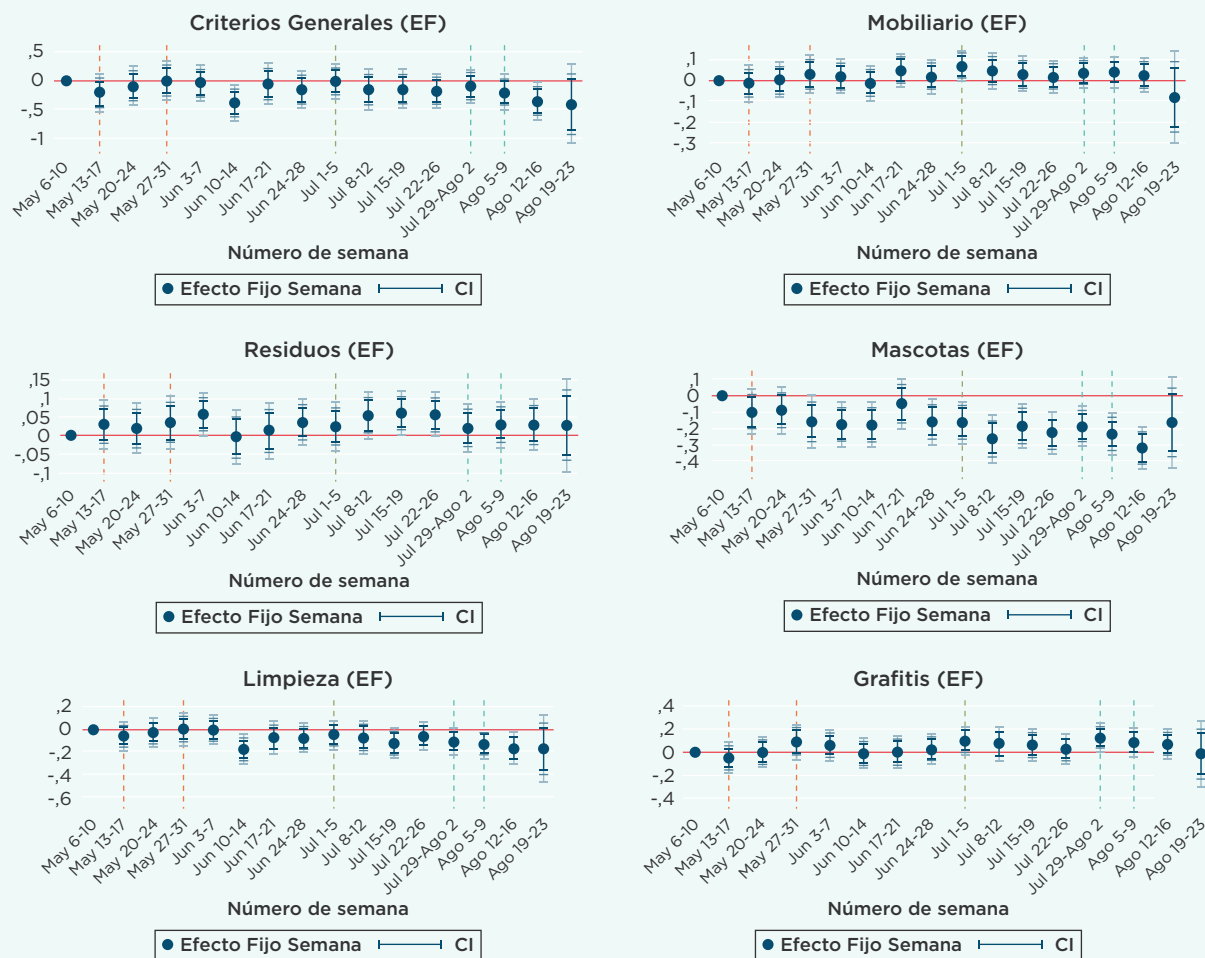


GRÁFICO 7.4.5 Efecto fijo a lo largo de 16 semanas: grupos de control y de tratamiento



Nota: Primer correo electrónico (no en gráfico) el 26 de abril de 2019. Segunda y tercera notificación en naranja. Segundo y tercer correo electrónico en verde. Llamadas 30 de julio a 7 de agosto de 2019 en celeste.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» **Los responsables de las políticas públicas utilizan programas de incentivos para los ciudadanos con el fin de promover o desalentar ciertas conductas.** Sin embargo, algunos incentivos tienen resultados no intencionales. En este caso, el análisis no encontró un efecto estadísticamente significativo del programa de exención de impuestos y de tasas en la limpieza de las calles y las veredas. Al finalizar el programa, los mensajes para cambiar comportamientos tuvieron impacto

solo en la eliminación de los excrementos de los perros en zonas públicas.

» Mantener las calles y las veredas limpias requiere que los ciudadanos actúen colectivamente. Es muy probable que los incentivos individuales, como las exenciones de tasas e impuestos, no promuevan conductas como la cooperación y la acción colectiva. Los incentivos colectivos, en cambio, tales como el reconocimiento público y el prestigio para las cuadras ganadoras probablemente tendrían mejores resultados. Más allá de los incentivos, los gobiernos podrían contemplar la manera de aprovechar la identidad de grupo y las normas sociales para reducir las tendencias de los ciudadanos a actuar de forma individual, según su interés y en desmedro del interés público.

7.5 Seguridad y sesgos de comportamiento: el exceso de confianza y las preferencias por las armas



PAÍSES

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos y México.



AÑO

2021



EQUIPO

Fernando G. Cafferata, Patricio Domínguez y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

El exceso de confianza –la tendencia de las personas a sobreestimar o exagerar su propia capacidad para realizar una determinada tarea– es una fuente frecuente de comportamientos de riesgo asociados a resultados adversos en áreas como la salud, las finanzas y la política. También puede afectar a las políticas públicas, si los representantes políticos y los votantes toman decisiones basadas en una autopercepción sesgada en lugar de su capacidad real. A uno de estos ámbitos pertenecen la posesión y el uso de armas, que se asocian con mayores índices de accidentes mortales, homicidios relacionados con armas y suicidios. Esto parece indicar que los niveles de acceso a las armas son más altos que el nivel óptimo. En algunos países de América Latina y en Estados Unidos, el fácil acceso a las armas y la abundancia de las mismas se encuentran relacionados con mayores tasas de mortalidad y de violencia. Por esta razón, y dadas las elevadas implicaciones que este tema tiene para el bienestar general, es importante explorar cómo la preferencia por el uso y el acceso a las armas podría ser una consecuencia del exceso de confianza.

EL PROYECTO

Con el objetivo de entender la relación entre el exceso de confianza y las actitudes hacia las armas, en 2019 el BID realizó una encuesta en línea en cinco países de América Latina y en Estados Unidos. El proyecto exploró las correlaciones entre dos tipos de exceso de confianza, la sobreestimación (*overestimation*) y la exageración (*overplacement*), y las actitudes hacia las armas, su uso y la resistencia al crimen.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

Barreras conductuales

- » Exceso de confianza
- » Exceso de optimismo



[Ver definiciones](#)



Herramientas conductuales

» Retroalimentación



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Exceso de confianza: Las personas pueden sobreestimar su capacidad y su juicio al momento de utilizar armas de fuego.

Exceso de optimismo: La gente muchas veces subestima los riesgos que conlleva tener y usar armas de fuego y sobreestimar su beneficio potencial en diversas circunstancias.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Retroalimentación: Las personas que, por ejemplo, reciben retroalimentación sobre que están sobreestimando sus habilidades, pueden ajustar su autoevaluación para ocasiones futuras.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Para explorar el vínculo entre el exceso de confianza y las actitudes hacia las armas, el BID realizó una encuesta en línea en 2019. La muestra estuvo conformada por 7.298 participantes adultos de seis países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos y México, y cada grupo fue representativo de la población adulta del país respectivo.

El primer componente de la encuesta abordó las actitudes con respecto a las armas y el uso de armas por parte de las fuerzas de seguridad y la población civil, así como las reacciones hipotéticas ante la escena del crimen. Se preguntó a los participantes, por ejemplo, si estaban de acuerdo en que los civiles deberían poder portar armas en la calle y cómo reaccionarían si un delincuente los robara por la noche.

Un segundo componente medía el exceso de confianza. Para ello, los participantes respondieron preguntas sobre temas de interés general que no estaban relacionados con las preferencias de armas. Se pidió a los participantes, por ejemplo, que indicaran el ganador masculino de la Copa Mundial de Fútbol de 2014 en Brasil, seguido de una pregunta sobre qué tan seguros estaban de saber la respuesta correcta. La diferencia entre las respuestas correctas y la puntuación del encuestado proporcionó un índice de *sobreestimación* como medida del exceso de confianza absoluto. Finalmente, se incluyeron una serie de preguntas para comparar el exceso de confianza del participante con el ciudadano medio (*overplacement*) en cuatro dimensiones (responsabilidad, toma de decisiones, moralidad y uso de armas). En cuanto a la última dimensión, uso de armas, se preguntó a los participantes: “Si tuvieras un arma, ¿crees que la usarías responsablemente, más o menos que el ciudadano medio?”.

DESAFÍOS

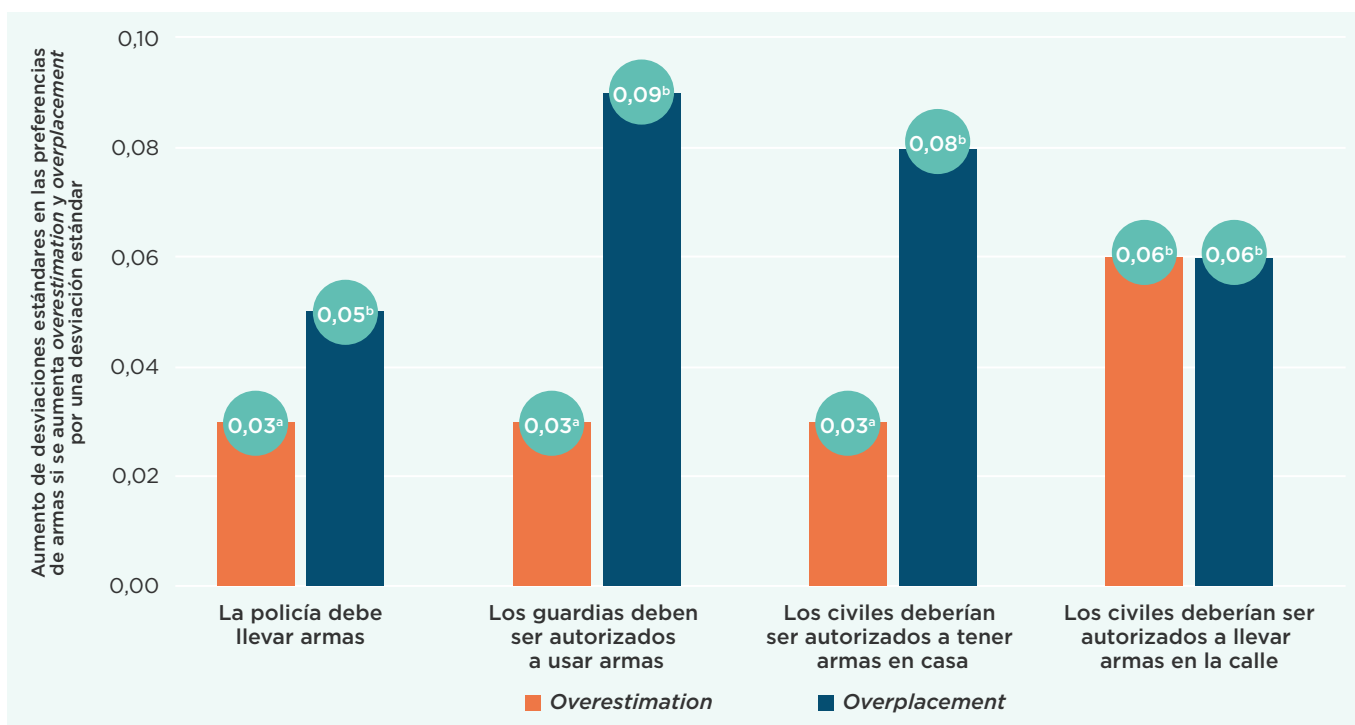
» El diseño empírico no permitió hacer inferencias causales.

RESULTADOS

El “exceso de confianza en el desempeño propio” se asocia significativa y positivamente con mayores preferencias por llevar armas y resistirse frente a hipotéticos escenarios de robo (gráficos 7.5.1 y 7.5.2). Las medidas de exceso de confianza en el desempeño propio se asociaron sistemáticamente con una mayor preferencia por llevar armas. Por ejemplo, un aumento en el índice de sobreestimación de 1 DE aumentó las preferencias por la policía, los guardias y los civiles que portan o usan armas en sus casas en 0,03 DE y por los civiles que lo hacen en la calle en 0,06 DE, siendo todos los resultados significativos en un nivel no menor al 5%.

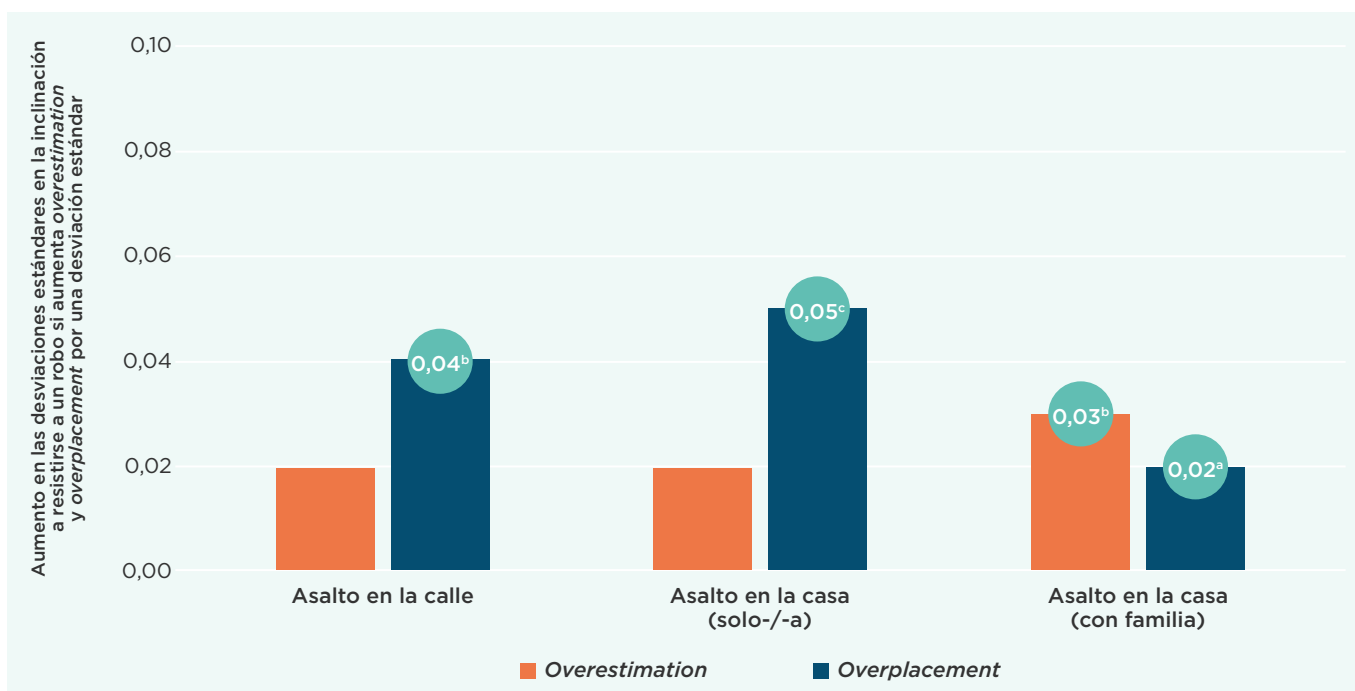


GRÁFICO 7.5.1 Relación entre el exceso de confianza y las preferencias por las armas



^a Nivel de significancia estadística del 5% y ^b del 1%.

GRÁFICO 7.5.2 Relación entre el exceso de confianza y la inclinación a resistirse a un robo



^a Nivel de significancia estadística del 10%, ^b del 5% y ^c del 1%.



La relación positiva entre la medición del exceso de confianza relativa y las preferencias por las armas, así como la resistencia al crimen, fue consistentemente significativa en términos estadísticos. El análisis detallado de las dimensiones individuales indicó que este efecto podría estar impulsado por el exceso de confianza relativa en lo que respecta a la autoevaluación del uso responsable de las armas y a la capacidad de tomar decisiones.

Las variables de control significativas que se correlacionaron positivamente con el exceso de confianza en el desempeño propio fueron el sexo masculino y las edades mayores, mientras que el mayor nivel educativo lo hizo de forma negativa. Para el exceso de confianza relativo, los resultados tendieron a ser diferentes. Las personas de más edad tendieron a una subvaloración del uso de armas y a una sobrevaloración relativa cuando evaluaron su responsabilidad.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **El exceso de confianza es un importante motor de las actitudes que se asocian con mayores riesgos de los ciudadanos.** En el ámbito de las políticas públicas, el presente estudio podría ayudar a explicar por qué ciertas regulaciones en determinadas áreas de las políticas públicas que implican evaluaciones de riesgo podrían ser inferiores a lo óptimo para la sociedad.
- » Más allá de la regulación de las armas, reducir el exceso de confianza de los funcionarios públicos que toman decisiones o intervienen en la creación de las leyes podría ayudar a reducir la brecha entre las políticas públicas óptimas y los marcos legislativos actuales en una gran variedad de campos. Aunque estos cambios requieren de una gran inversión de esfuerzo y de tiempo, la evidencia muestra que una legislación más estricta, por ejemplo, sobre el uso del cinturón de seguridad o el consumo de alcohol y cigarrillos, tendrá efectos más elevados en el bienestar público que otras políticas que no hagan foco en el exceso de confianza.



7.6 Moderando el gusto por las represalias: información sobre presos y preferencias de políticas



PAÍS

Chile



AÑO

2020



EQUIPO

Fernando G. Cafferata, Daniel W. Gingerich y Carlos Scartascini.

CONTEXTO

Aproximadamente 1,4 millones de personas están recluidas en instituciones penales de América Latina, lo que representa el 12,6% de los detenidos del mundo. En esta región, de cada 100.000 habitantes, 241 se encuentran en prisión (aproximadamente el doble que en la Unión Europea). En la última década, el encarcelamiento ha aumentado más del 75% en los países de la región; en Chile, por ejemplo, las tasas de encarcelamiento se ubican entre las más altas en el mundo, alcanzando en 2018 un número total de 216 presos por cada 100.000 habitantes. Las altas tasas de encarcelamiento no solo suponen un costo económico para la sociedad, sino que también perjudican a la población encarcelada por el hacinamiento, los frecuentes motines y las malas condiciones de vida y salud que facilitan la transmisión de enfermedades.

En un contexto más amplio, altas tasas de encarcelamiento normalmente reflejan preferencias políticas por enfoques punitivos contra la delincuencia, un fenómeno conocido como “mano dura”. El problema con este tipo de políticas es que, una vez que entran en vigencia, suele ser difíciles de revertir, incluso cuando las circunstancias cambian, es decir, cuando disminuyen los índices de delincuencia. Además, la evidencia indica que las

preferencias por los enfoques de “mano dura” no están necesariamente correlacionadas con los niveles reales de delincuencia.

EL PROYECTO

Las elevadas tasas de encarcelamiento, muchas veces a contramano de los niveles reales de delincuencia, subrayan la necesidad de atenuar la demanda social por políticas punitivas y cambiar tales preferencias en favor de estrategias alternativas dirigidas a reducir la delincuencia. Este estudio investigó de qué manera una intervención informativa podría influir en las preferencias de los ciudadanos por políticas públicas en contra de la delincuencia.

Como parte de la encuesta “Barómetro de las Américas”, en 2017 se desplegó un ejercicio de encuesta con participantes chilenos con el objetivo de explorar las posibilidades que tienen los ciudadanos de cambiar sus preferencias, alejándose de las estrategias punitivas y acercándose a las políticas sociales que abordan las causas fundamentales de la delincuencia.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Heurística de la disponibilidad
- » Sesgo del *statu quo*
- » Sesgo del presente
- » Sesgo de optimismo

Otras barreras

- » Falta de información

Herramientas conductuales

- » Prominencia
- » Efecto de encuadre
- » Identificación empática



[Ver definiciones](#)

BARRERAS CONDUCTUALES

Heurística de la disponibilidad: Es posible que el enfoque de la “mano dura” resulte más atractivo para la mayoría de las personas, ya que los recuerdos de los delitos cometidos sobre la propia persona o sobre un tercero pueden aparecer atrapar la atención con facilidad debido al tratamiento que reciben en los medios de comunicación.

Sesgo del *statu quo*: Cuando los ciudadanos prefieren, por ejemplo, mantener las políticas vigentes de lucha contra la delincuencia, aunque sean menos eficaces, para evitar el cambio.

Sesgo del presente: Muchas personas se inclinan por los beneficios instantáneos de los enfoques punitivos en lugar de esperar mejores resultados mediante políticas sociales u otras estrategias de largo plazo.

Sesgo de optimismo: Esto sucede cuando los ciudadanos subestiman la pérdida de bienestar de las estrategias punitivas y sobrestiman sus beneficios.

OTRAS BARRERAS

Falta de información: Los ciudadanos podrían desconocer el nivel educativo y socioeconómico de las personas que han cometido un delito y tener nociones preconcebidas.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Prominencia: Los colores y las imágenes aumentan la atención que se presta a la información, potenciando el procesamiento cognitivo y emocional.

Efecto de encuadre: Complementar la pregunta sobre las preferencias políticas con información educativa sobre los delincuentes podría dar lugar a respuestas diferentes.

Identificación empática: Como ha sido demostrado en numerosas investigaciones, la identificación empática disminuye las preferencias por las políticas punitivas de lucha contra la delincuencia, ya que induce a los ciudadanos a contextualizar el comportamiento de los delincuentes. En este caso, la información emparejada con las imágenes podría inducir a la gente a identificarse con los delincuentes, algo que, a su vez, podría influir en sus preferencias de políticas públicas.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

En 2017, los autores realizaron un estudio en el marco de la encuesta “Barómetro de las Américas”, administrada por la Universidad de Vanderbilt (Estados Unidos). La muestra abarcó a un grupo de 1.625 chilenos adultos que, de forma estratificada, era representativo a nivel nacional. Cada participante fue asignado a uno de tres grupos, dos de tratamiento y uno de control. De los dos grupos tratamiento, uno formaba parte de un proyecto de investigación diferente y fue excluido



del análisis final. Así pues, el estudio quedó finalmente conformado por un grupo de control y otro de tratamiento. Los participantes de este último recibieron la infografía presentada en el gráfico 7.6.1, cuyo contenido se centró en gran medida en la educación de los delincuentes en Chile mediante la pregunta “¿Sabías que casi todos los que cometen un delito en Chile no completaron 12 años de escolaridad y la mitad no terminó la primaria?”.

Esta pregunta venía acompañada de un gráfico de barras con información sobre el nivel educativo de los delincuentes y de dos imágenes, una claramente asociada a la escolarización y otra que representa a un recluso en un estado emocional difícil.

GRÁFICO 7.6.1 Material recibido por el grupo de tratamiento



Fuente: Estudio comparativo de población privada de libertad del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), publicado en 2013

A los participantes se les pidió que distribuyeran físicamente un número fijo de recursos (representados por monedas) entre las distintas políticas, con lo que se pretendía obtener las prioridades relativas entre ellas (gráfico 7.6.2). Además, este encuadre permitía representar las limitaciones de recursos que enfrentan los gobiernos en muchos procesos de toma de decisiones. **Las cuatro opciones de políticas eran:**

1. Aumentar las penas impuestas a los delincuentes (política punitiva).
2. Ofrecer subvenciones y ayudar a la gente para que adquiera sistemas de seguridad y otros instrumentos de protección (política de detección y de protección).
3. Aplicar medidas preventivas, como programas de formación profesional y de rehabilitación (política social).

4. Invertir más dinero en programas de lucha contra la pobreza (política social).

Para el análisis, la tercera y la cuarta categoría fueron agrupadas en una sola, ya que ambas representaban políticas sociales. El análisis utilizó las diferencias entre las asignaciones de recursos para cada una de las tres políticas como variables dependientes, y los test de balance indicaron que la aleatorización del grupo de tratamiento y del grupo de control era correcta. En consecuencia, los datos se analizaron con regresiones de mínimos cuadrados ordinarios (OLS, por sus siglas en inglés), con el grupo de control como categoría omitida. Los resultados se presentaron con diferentes modificaciones, incluyendo la inclusión de covariables para controlar (entre otras características) el sexo, la edad, la educación, la percepción de seguridad y la ideología política. Una operacionalización alternativa de la variable dependiente consistió en preguntar a los participantes si estaban de acuerdo o no con que los agentes de policía ignorasen la ley para castigar por mano propia a los delincuentes.

GRÁFICO 7.6.2 Variable dependiente: preferencias políticas relativas entre las estrategias de lucha contra la delincuencia

Tarjeta Y
<div>10 monedas</div> <div>Distribuye las 10 monedas de arriba entre las 4 medidas de combate a la delincuencia, según lo que usted considere mejor.</div>
Aumentar los castigos a los delincuentes <div>10 monedas</div>
Ofrecer subsidios para autoprotección <div>10 monedas</div>
Implementar medidas de prevención <div>10 monedas</div>
Invertir más dinero en programas contra la pobreza <div>10 monedas</div>

DESAFÍOS

- » El diseño experimental de este estudio no pudo distinguir entre los efectos del componente emocional de la intervención (identificación empática), que podrían ser consecuencia de la movilizadora imagen de la derecha (gráfico 7.6.1), y los propios del componente informativo, que describe los antecedentes educativos de los presos.

RESULTADOS

Los encuestados del grupo de tratamiento tuvieron una mayor preferencia por las políticas sociales frente a las políticas punitivas, en comparación con el grupo de control. Estos resultados fueron altamente significativos y proporcionaron niveles de efectos importantes. La diferencia entre los recursos asignados a las políticas sociales y los destinados a las políticas punitivas aumentó aproximadamente un 50% (gráfico 7.6.3). Los participantes del grupo de tratamiento también optaron por incrementar la asignación de recursos a las políticas sociales frente a las políticas de detección y protección en aproximadamente un 20% (gráfico 7.6.4).

En la operacionalización alternativa de la variable dependiente, el apoyo a los enfoques de “mano dura” se redujo un 6%.

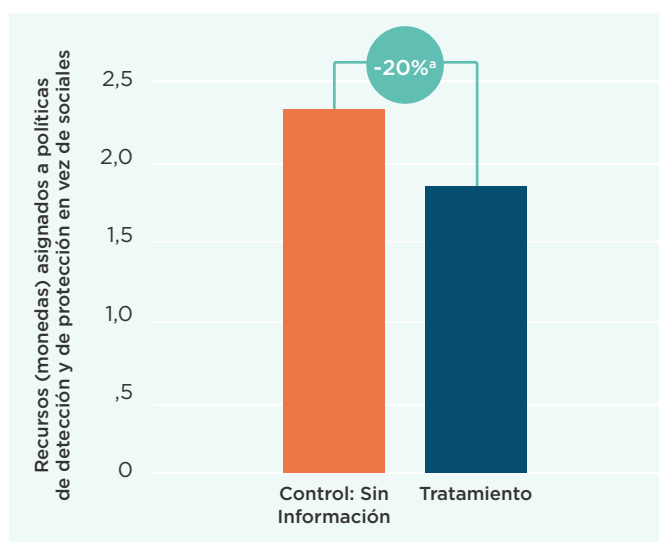
Si se observan los recursos asignados a cada estrategia, se aprecia un significativo descenso del 10% en los enfoques punitivos y un aumento del 8% en los recursos asignados a las políticas sociales. Cuando se analizan las preferencias individuales en lugar de las diferencias, los resultados son coherentes; el número de recursos asignados a las estrategias punitivas disminuyó un 10%.

GRÁFICO 7.6.3 Efecto del tratamiento: asignación de recursos/monedas entre las preferencias de políticas de lucha contra la delincuencia en relación a las políticas sociales



^a Nivel de significancia estadística del 5%.

GRÁFICO 7.6.4 Efecto del tratamiento: asignación de recursos/monedas entre las preferencias de políticas de detección y de protección en relación a las políticas sociales



^a Nivel de significancia estadística del 1%.



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **Este estudio ha demostrado que las preferencias por las estrategias de lucha contra la delincuencia pueden cambiar.** Los resultados fueron especialmente relevantes dentro del contexto chileno, en el cual las posturas sobre la policía y el sistema judicial están históricamente polarizadas desde la dictadura militar de Augusto Pinochet. Si los cambios de preferencias son factibles en un entorno relativamente rígido, como es el caso de Chile, la posibilidad de fomentar tales cambios en la actitud de las personas también debería representar una opción eficaz para otros países.



7.7 Incentivos para servidores públicos: el rol de los enfoques conductuales



PAÍS

Argentina



PERÍODO

2017-19



EQUIPO

Carlos Scartascini y Paula Zamora.

CONTEXTO

La buena gobernanza se considera un pilar de la estabilidad democrática, el crecimiento económico y el bienestar. Para que exista una buena gobernanza, es primordial ampliar las capacidades y mejorar la calidad del sector público. Los sectores públicos que funcionan bien son igualmente importantes para la legitimidad de un Estado frente a sus ciudadanos. Un paso en esta dirección consiste en aumentar el cumplimiento y la eficiencia de las tareas por parte de los funcionarios públicos. Si bien los sectores privados con frecuencia dependen de incentivos económicos para lograr tales resultados, el sector público enfrenta varias limitaciones con este enfoque, por lo que es importante explorar alternativas.

EL PROYECTO

De 2017 a 2019, el BID llevó a cabo un proyecto para explorar alternativas a los incentivos económicos para aumentar la eficiencia y el cumplimiento de las tareas entre los funcionarios públicos. La tarea específica por mejorar fue el cumplimiento de

las solicitudes bajo la Ley de Libertad de Información (Ley 104),⁷ que permite a cualquier persona obtener acceso a los registros gubernamentales. Para ello, el equipo de investigación evaluó el efecto de rediseñar la notificación que avisa a los funcionarios públicos de Buenos Aires que deben cumplir con las solicitudes de los ciudadanos en virtud de la Ley de Libertad de Información de Argentina.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del presente
- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan



Ver definiciones

⁷ Para más información, véase el texto de la ley en el siguiente enlace: <https://www.buenosaires.gob.ar/gobierno/ley-ndeg-104>.



Herramientas conductuales

- » Prominencia
- » Aversión a la pérdida
- » Simplificación
- » Normas sociales prescriptivas
- » Retroalimentación



[Ver definiciones](#)

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del presente: Las personas con frecuencia prefieren centrarse en tareas más fáciles y convenientes a corto plazo, incluso a pesar de arriesgarse a una sanción en caso de incumplimiento repetido de las solicitudes de acceso a información autorizadas por la Ley de Libertad de Información.

Sobrecarga cognitiva: Los funcionarios públicos a menudo se enfrentan a muchas tareas simultáneas que consumen gran parte de sus recursos cognitivos. Por lo tanto, puede resultar difícil procesarlas todas con el mismo nivel de atención y puntualidad.

Factores que incomodan: En el caso de las solicitudes de los ciudadanos, los funcionarios podrían verse desanimados a la hora de responderlas a tiempo debido a una estructura de tareas complicada.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Prominencia: Se reestructuró la notificación de la solicitud de información y se resaltaron los elementos clave.

Aversión a la pérdida: Los funcionarios del grupo de tratamiento fueron informados de que la falta de respuesta a las solicitudes podía desencadenar un proceso judicial y la pérdida del empleo. Aunque la notificación al grupo de control también contenía esta información, la redacción del grupo

de tratamiento estaba diseñada para hacer foco en la aversión a las pérdidas.

Simplificación: La notificación de la solicitud se reestructuró para aumentar la claridad y las tareas se dividieron en pasos sencillos, acompañados de íconos que proporcionaban apoyo visual.

Normas sociales prescriptivas: La notificación puso de manifiesto que el acceso a la información es un derecho que tienen todas las personas y su defensa corresponde a todos por igual.

Retroalimentación: Se proporcionó retroalimentación a los servidores públicos sobre el porcentaje de solicitudes que no fueron tramitadas a tiempo, poniendo así de manifiesto el resultado no deseado.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

El proyecto midió el efecto de una carta rediseñada para los funcionarios públicos sobre el cumplimiento de las solicitudes en virtud de la Ley de Libertad de Información. Mientras que el grupo de control recibió la carta de notificación “tradicional”, el grupo de tratamiento recibió la versión rediseñada (gráfico 7.7.1). El rediseño de la carta se basó en un diagnóstico donde se concluyó que era posible que los funcionarios públicos no cumplieran con los plazos para responder a las solicitudes porque no entendían bien cuáles eran y los procedimientos, así como por desconocer que el cumplimiento oportuno es una prioridad para el gobierno de la ciudad. Por lo tanto, la carta intentó aprovechar al máximo varias percepciones conductuales a través de las siguientes acciones: i) aumentar la prominencia visual de la solicitud; ii) agregar un elemento de disuasión en forma de aversión a las pérdidas; iii) simplificar; iv) personalizar la información; v) proporcionar retroalimentación y vi) activar las normas sociales (mandato judicial).

La intervención utilizó un procedimiento de aleatorización estratificado para asignar agencias a los grupos de tratamiento y control: 121 agencias se dividieron entre el grupo de control (62) y el grupo de tratamiento (59). La unidad de observación estuvo constituida por las solicitudes individuales de los ciudadanos, con 3.785 observaciones antes y 3.111 después de iniciada la intervención. La intervención se produjo al mismo tiempo que un programa de formación de funcionarios públicos,



y los miembros del grupo de control y de tratamiento asistieron a estas sesiones. Esto permitió a los investigadores evaluar los efectos secundarios de las notificaciones rediseñadas.

Dado que la intervención se llevó a cabo mientras se tramitaban y recibían las solicitudes, **para el análisis se clasificaron tres tipos de casos diferentes (gráfico 7.7.2):**

1. **Caso I.** Los casos que se recibieron y respondieron antes de comenzar la intervención.
2. **Caso II.** Los casos que se recibieron antes, pero que aún no se habían respondido.

3. **Caso III.** Los casos que se recibieron después de comenzar la intervención.

Dado que se trata de casos que sucedieron antes, y que no recibieron respuesta cuando se inició la intervención (caso II), los investigadores pudieron observar los posibles efectos que tenían las nuevas notificaciones en el cumplimiento de solicitudes anteriores. La intervención tuvo lugar entre el 6 de septiembre de 2018 y el 6 de marzo de 2019, y la última fecha incluida para el análisis fue la del 9 de octubre de 2019. Las variables dependientes del análisis incluían el número de días hábiles que necesitaba cada organismo para responder a las solicitudes.

GRÁFICO 7.7.1 Cartas de notificación de las solicitudes de los ciudadanos, tradicional y rediseñada

Notificaciones

Panel A. Control

DG [.....]

[.....]

SEÑOR/A DIRECTOR/A GENERAL

S / D

1. El/la vecino/a [.....] realizó un pedido de información pública en el marco de la Ley 104.

2. La Ley 104 consagra el derecho de toda persona a solicitar y a recibir información completa, veraz, adecuada y oportuna de cualquier órgano del Gobierno, la que deberá ser brindada **dentro del plazo de quince (15) días hábiles**.

3. La respuesta al pedido de información pública deberá elaborarse dentro de un **Informe (IF)** producido en **GEDO** y ser remitida al vecino/a por la dependencia a su cargo mediante **notificación fehaciente** a la dirección que figura en la carátula del presente. Se solicita, en caso de corresponder, adjuntar al interesado copia de la documentación necesaria.

4. Se deberá vincular al Expediente Electrónico (a) la respuesta redactada en un **Informe (IF)** y (b) **documentos respaldatorios** y (c) **copia de la notificación fehaciente firmada** y realizar el pase a esta DG (usuario DGSOCAL-03).

5. La **denegatoria** al acceso a la información solo procede en aquellos casos que (a) la información no exista y el funcionario **no esté obligado a producirla** y (b) cuando se produce algunas de las **excepciones** prevista en el artículo 6° de la Ley 104. En caso que se encuadre dentro de estos supuestos, **es necesario detallar los elementos y las razones al vecino/a**.

6. Si **no contara con la información requerida** por no ser de su competencia, se solicita girar el Expediente a esta DG (DGSOCAL-03) a la brevedad.

7. En caso de hacer **uso de la prórroga única y excepcional** de diez (10) días, deberá comunicarlo al vecino/a mediante notificación fehaciente **antes del vencimiento del plazo** y a esta DG mediante Comunicación Oficial (CCOO). La mentada notificación debe constar en el Expediente como informe gráfico (IFGRA).

8. Por último, le recordamos que el funcionario o agente responsable que en forma arbitraria obstruya el acceso a la información, la suministre en forma incompleta – sin estar justificado – u obstaculice de cualquier modo el cumplimiento de la Ley 104, **comete una falta grave sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que pueden corresponder**. La falta de respuesta o la respuesta inadecuada puede conducir a su **judicialización**.

9. Si tiene alguna consulta, no dude en comunicarse con esta DG a dgsocal@buenosaires.gov.ar o al 5091-7301/7298.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para saludarlo/a atentamente.-

Panel B. Tratamiento

LEY 104

URGENTE

1. El/la vecino/a [.....] realizó un pedido de **información pública** en el marco de la Ley 104.

2. La ley 104 consagra el **derecho** de toda persona a **solicitar y recibir** **información** completa de cualquier órgano del Gobierno en el **plazo de quince (15) días hábiles**.

3. El **funcionario** o agente responsable que **obstruya** el acceso a la información, o la suministre **incompleta** sin justificación, comete una **falta grave** sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que pueden corresponder. La ausencia de respuesta o la respuesta inadecuada puede conducir a la **judicialización del pedido**, con el consiguiente gasto en recursos económicos y humanos.

¿CÓMO RESPONDER?

4. La **respuesta** deberá **ser remitida al domicilio** **constituido en la C.A.B.A.** por parte del vecino/a [.....]. Se solicita:

(a) Redactar la respuesta al pedido dentro de un **Informe (IF)** producido en **GEDO**.

(b) Remitir al vecino/a mediante **Cédula de Notificación** a la dirección constituida que figura en la carátula del presente, la respuesta generada. En caso de corresponder, adjuntar al interesado copia de la documentación necesaria.

(c) Vincular al Expediente Electrónico:

(i) la respuesta redactada en el **Informe (IF)** mencionado anteriormente,

(ii) **documentos respaldatorios**, si correspondieren, y

(iii) **copia de la Cédula de Notificación fehaciente firmada por el solicitante**.

(d) Realizar el pase a esta DG (usuario DGSOCAL-03).

5. **Recuerde que las respuestas a los vecinos deben ser COMPLETAS y CLARAS.**

6. Si **no pudiera responder** porque la información no existe y no está legalmente obligado a producirla o tuviera lugar alguna de las **excepciones** previstas en el **Artículo 6° de la Ley 104**, se deben detallar las **razones** al vecino/a en su respuesta.

7. Si **no contara con la información requerida** por no ser de su competencia, se solicita girar el Expediente a esta DG (DGSOCAL-03) **a la brevedad**.

8. Para hacer uso de la **prórroga única** de diez (10) días, debe comunicarlo al mail del vecino/a **antes del vencimiento del plazo**, con copia a esta DG. En la comunicación:

(a) poner como asunto "Prórroga a Solicitud de Información Pública - Ley 104" y

(b) adjuntar informe de prórroga.

9. Una vez enviada la respuesta, deberá **vincular al Expediente Electrónico**: (a) el informe de prórroga y (b) constancia del envío del correo como informe gráfico. Luego, **remitir a esta DG** el Expediente Electrónico.

10. Por consultas, comunicarse a dgsocal@buenosaires.gov.ar o al 5091-7301/7298.

¿Cómo cumple su área con la Ley 104?

El área de Cultura respondió al 40% de los requerimientos "fuera de término" en 2017.

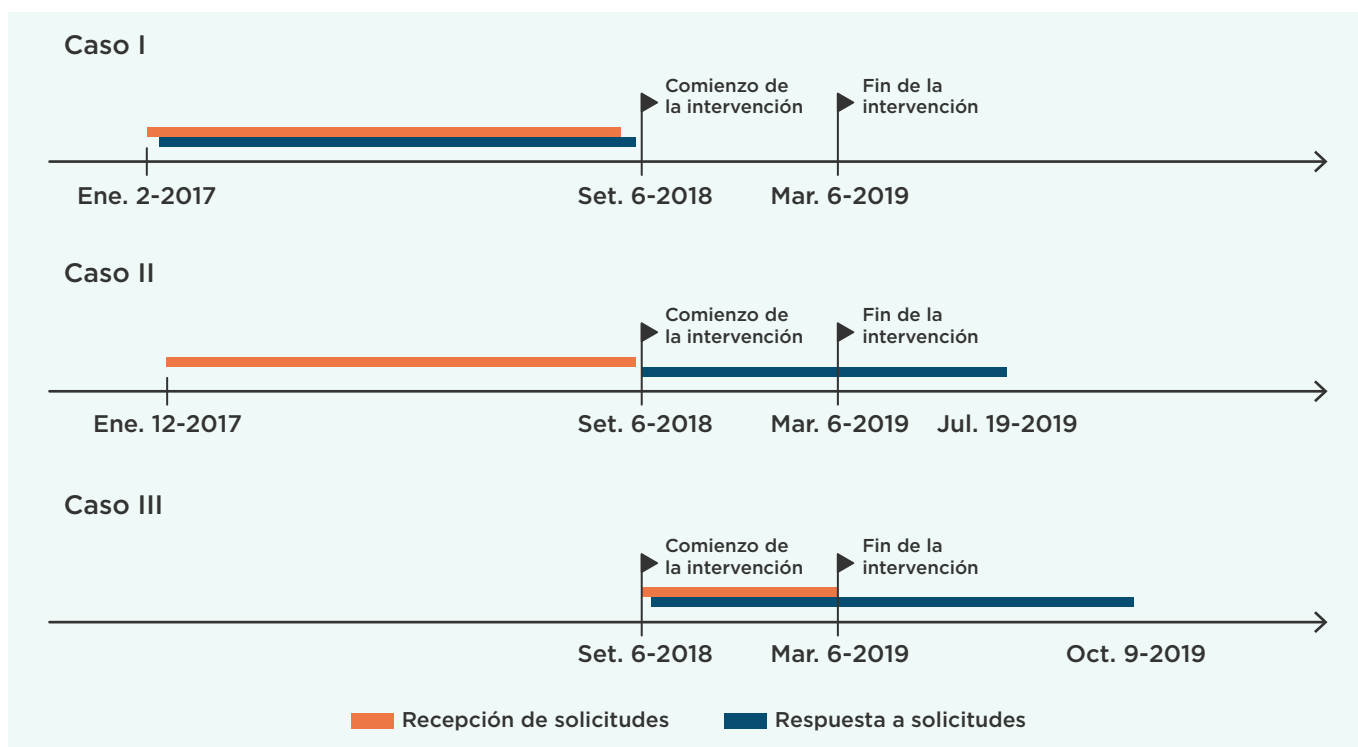
Problemas de información en el área - 100% Cultura

Finalizados en término Finalizados fuera de término

El acceso a la información pública es un **DERECHO HUMANO FUNDAMENTAL**. Trabajemos juntos para garantizarlo.



GRÁFICO 7.7.2 Diferentes casos y plazos de los procedimientos



Nota: Representación de la recepción de las solicitudes y su respuesta. Se omitieron las solicitudes que permanecieron abiertas al 27 de noviembre y, por lo tanto, no tenían fecha de finalización.

DESAFÍOS

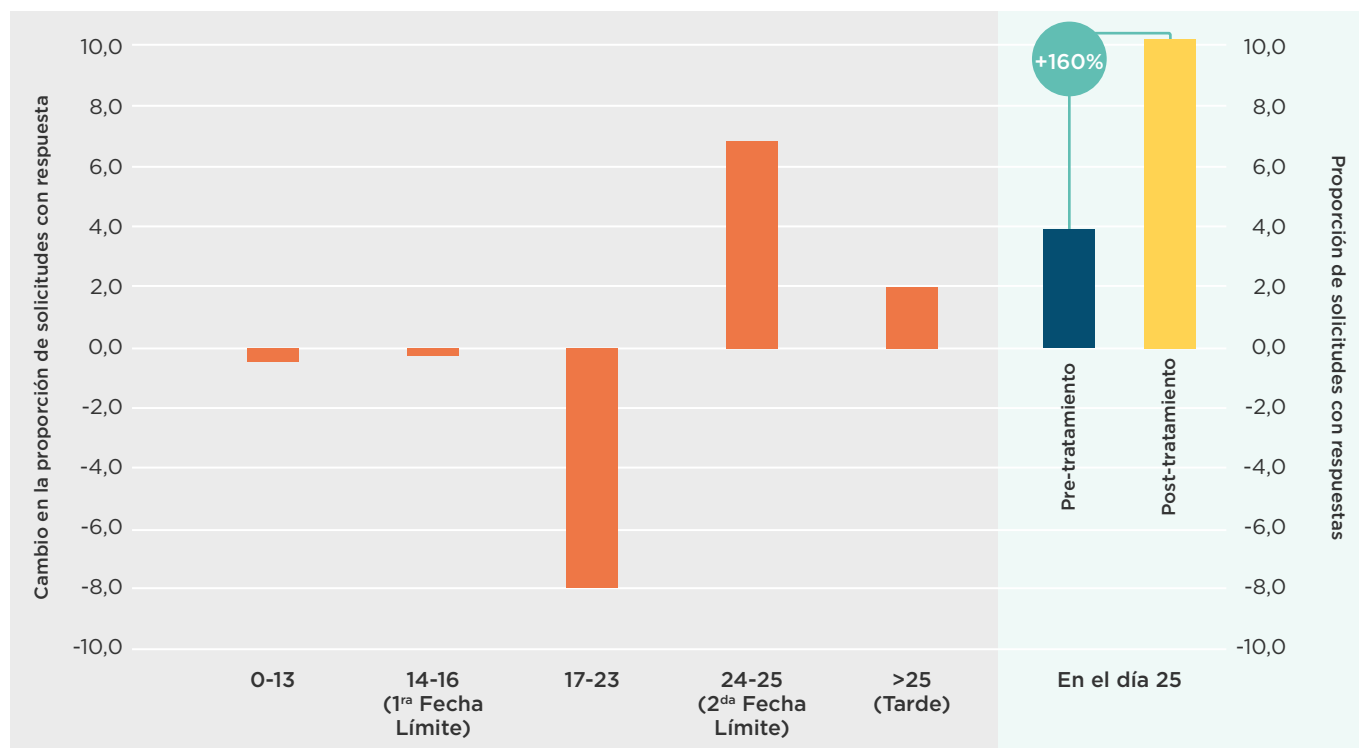
- » **El estudio presentó dos desafíos.** En primer lugar, debido a que la intervención se produjo al mismo tiempo que un programa de formación de funcionarios públicos; aunque para el análisis fueron tratadas por separado, **la simultaneidad de las dos intervenciones podría haber sesgado los resultados.**
- » **En segundo lugar, la longevidad del impacto de las intervenciones conductuales depende en gran medida del contexto.** En este diseño, el período de observación posterior a la intervención fue de seis meses, lo que podría limitar una generalización de los efectos sostenidos a más largo plazo.

RESULTADOS

La intervención conductual (la carta rediseñada) **logró aumentar en 6,1 puntos porcentuales la respuesta a las solicitudes de información exactamente en el segundo día límite (el día 25).** Esto representó un aumento del 160% con respecto a la media en la etapa de pretratamiento. Los resultados también indicaron un efecto de sustitución: es decir, que mientras menos solicitudes fueron atendidas durante el período de prórroga (entre los días 17 a 23), el número de respuestas aumentó para el segundo plazo (días 24 y 25) (gráfico 7.7.3). Esto es una evidencia de que, si bien el tratamiento no alteró toda la distribución, hizo que los segundos plazos se destaquen en mayor medida, logrando así que los funcionarios los respeten.



GRÁFICO 7.7.3 Respuesta de los funcionarios públicos a la solicitud dentro de los plazos



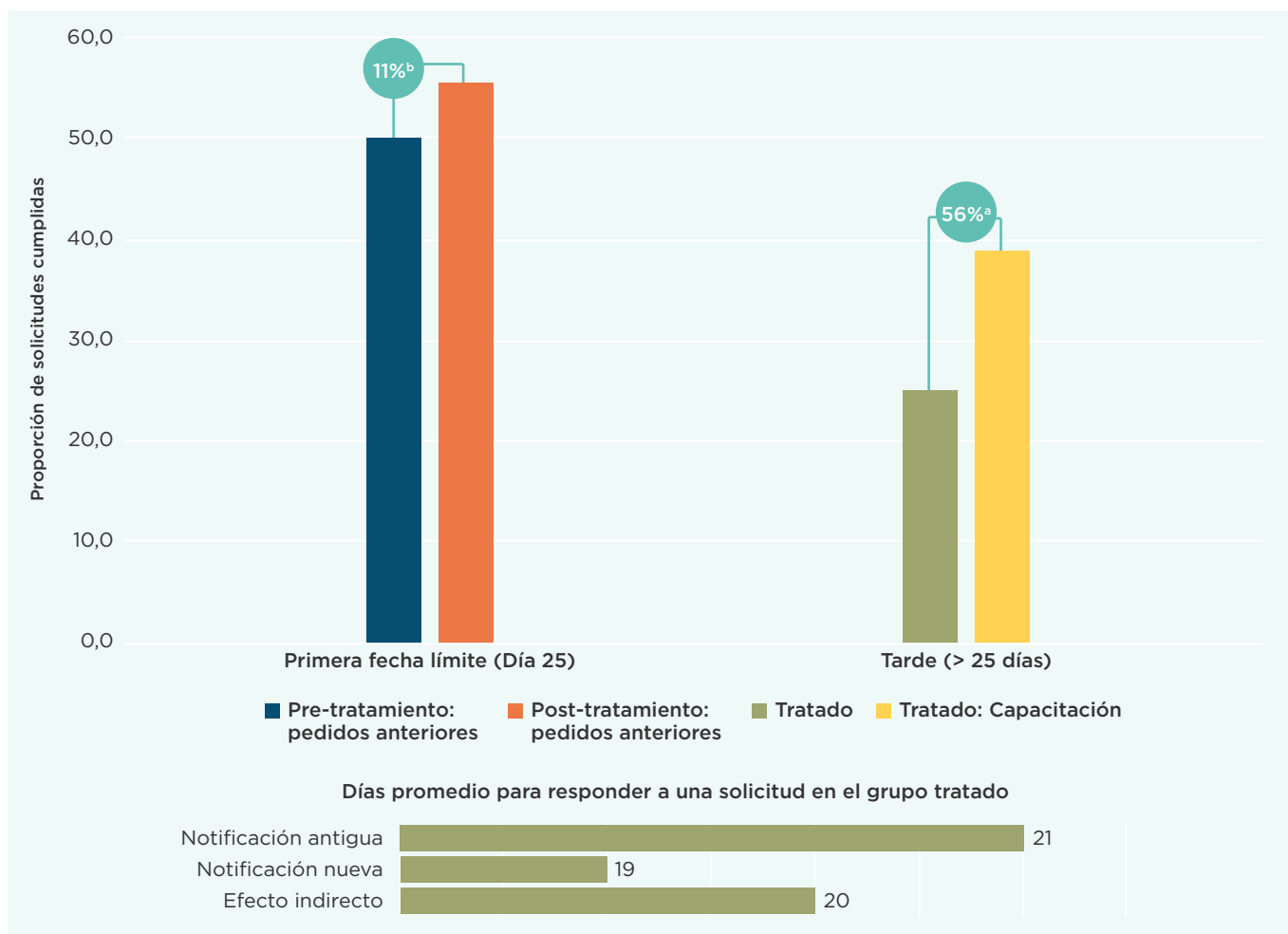
El tratamiento tuvo efectos indirectos positivos en las solicitudes pendientes más antiguas, que presentaron una probabilidad aumentada de 5,5 puntos porcentuales de ser cumplidas antes de la primera fecha límite (día 15) (gráfico 7.7.4). Por otro lado, asistir a un taller retrasó significativamente las respuestas a una solicitud. Para el grupo de control, aumentó la probabilidad de responder tarde en 13,5 puntos porcentuales, lo que aumentó la duración promedio de procesamiento de una solicitud en 7,8 días. De manera similar, los funcionarios del grupo de tratamiento que asistieron al taller presentaron un aumento en la probabilidad de responder tarde en 14 puntos porcentuales. En general, estos resultados indican que la participación en el taller podría explicar las respuestas posteriores de los grupos y podría contrarrestar los efectos positivos de la carta rediseñada.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » **Las intervenciones conductuales pueden tener un impacto significativo en el aumento del rendimiento de los funcionarios al hacer que las tareas sean más fáciles de entender, más personalizadas y se destaquen más.** Aunque el cumplimiento de esta tarea específica por parte de los funcionarios ya se encontraba en un nivel alto (78%), lo que podría indicar un efecto de techo, explorar su uso en contextos de menor cumplimiento podría resultar sumamente útil para este tipo de intervención.



GRÁFICO 7.7.4 Efectos de desbordamiento sobre solicitudes antiguas y efectos del taller sobre los tratados



^a Nivel de significancia estadística del 10% y ^b del 1%.

» El análisis sugirió que los talleres podrían no ser eficaces para aumentar el rendimiento de los funcionarios en sus tareas y, dada la ausencia de pruebas sólidas a favor de los talleres y capacitaciones en la literatura científica, este resultado indicaría, además, la necesidad de evaluar las condiciones en las que dichos talleres y capacitaciones podrían tener efectos positivos.

» En resumen, las intervenciones conductuales podrían conducir a una mejora en el desempeño de las tareas de los funcionarios, pero sus efectos podrían verse eclipsados por otras políticas con efectos adversos (talleres). El estudio mostró la necesidad de comprender los contextos sistémicos en los que se realizan las intervenciones.



7.8 Cómo el encuadre de los temas determina las actitudes sobre el comercio internacional



REGIÓN

América Latina



AÑO

2018



EQUIPO

Marisol Rodríguez-Chatruc, Ernesto Stein y Razvan Vlaicu.

CONTEXTO

En los últimos años, las políticas comerciales han recibido una renovada atención pública. Por otro lado, y aunque el comercio debería tener efectos positivos en el bienestar agregado, la distribución de los beneficios dentro del mercado laboral es desigual. En los países desarrollados, algunas campañas políticas han utilizado estas tensiones distributivas inherentes para exigir cambios rápidos en las políticas comerciales nacionales. Sin embargo, a pesar de la atención política, el papel que desempeñan las preferencias de los ciudadanos sobre el comercio internacional ha permanecido, en gran medida, inexplorado. En particular, se sabe poco sobre la manera en que las creencias influyen en las preferencias políticas sobre el comercio y cómo el encuadre temático en torno al comercio determina dichas preferencias. En ese sentido, una mejor comprensión de la interacción entre el encuadre, las preferencias y las creencias de las personas podría mejorar la comprensión de los resultados de las políticas comerciales actuales.

EL PROYECTO

Los investigadores del BID realizaron un ejercicio que formó parte del Latinobarómetro 2018 y exploró las preferencias y creencias comerciales en América Latina. En este trabajo, el componente sustentado en las ciencias del comportamiento demostró que la forma en que se plantean las preguntas sobre el comercio puede afectar las preferencias de las personas sobre este tema. El estudio también examinó cómo las creencias ayudan a explicar las preferencias y los efectos heterogéneos que estas tienen con respecto al país o al nivel de educación. Este es el primer ejercicio de encuesta sobre el comercio internacional en la América Latina, con una muestra representativa para un gran número de países.



ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

- » Sesgo del *statu quo*
- » Aversión a la pérdida
- » Atención limitada

Otras barreras

- » Falta de información

Herramientas conductuales

- » Prominencia
- » Efecto de encuadre



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Sesgo del *statu quo*: Con frecuencia las personas prefieren mantener la política comercial vigente porque se encuentran habituadas a ella.

Aversión a la pérdida: Los ciudadanos podrían tener preferencias contrarias al comercio cuando la información que se les suministra hace hincapié en las pérdidas potenciales (la información sobre dichas pérdidas tiene un mayor peso relativo que la que resalta los potenciales beneficios).

Atención limitada: Es posible que los ciudadanos no puedan dedicar suficiente atención para procesar la información sobre el comercio y su posible impacto en la vida cotidiana.

OTRAS BARRERAS

Falta de información: La falta de información podría condicionar las preferencias políticas en materia de comercio.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Prominencia: Las condiciones de tratamiento hicieron que diferentes aspectos de la actividad comercial tuvieran un lugar más destacado que otros.

Efecto de encuadre: La información sobre el comercio se presentó con encuadres que destacaban aspectos positivos, negativos o mixtos.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Este estudio se incluyó como un módulo dentro de la encuesta Latinobarómetro, que obtuvo datos entre junio y agosto de 2018. El Latinobarómetro es una encuesta de opinión pública anual representativa de los ciudadanos adultos de 18 países de América Latina. El tamaño total de la muestra fue de 20.204 personas y casi todos los participantes fueron entrevistados en sus hogares. Los datos fueron registrados en papel o en dispositivos electrónicos. Otros módulos de la encuesta obtuvieron información sobre las preferencias relacionadas con diversos temas y la situación socioeconómica de los participantes.

En la primera parte, el estudio utilizó diferentes encuadres para comprobar cómo influían en las preferencias sobre el comercio internacional de los ciudadanos. La teoría de cambio subyacente partió de la base de que los distintos encuadres podrían dar lugar a preferencias más fuertes o más débiles. Todos los participantes fueron asignados aleatoriamente a una de cuatro condiciones. Además del grupo de control, al cual se le preguntó directamente sobre las preferencias sobre el comercio internacional, los tres grupos tratados presentaban un encuadre positivo (T1), uno negativo (T2) y uno mixto (T3) (cuadro 7.8.1). Las respuestas dentro de cada condición tenían un carácter binario (“a favor” / “en contra”).

Tras la exposición al tratamiento, se pidió a los participantes que examinaran ocho creencias generales que describían las posibles consecuencias del aumento del comercio internacional y seleccionaran aquellas con las que estaban de acuerdo. Entre ellas estaban: “Mayor empleo”, “Mayores salarios”, “Variedad de productos”, “Menores precios”,



CUADRO 7.8.1 Condiciones experimentales

Condición	Encuadre	Pregunta
Control	---	¿Está usted a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países?
T1	Encuadre positivo	¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países para que bajen los precios y aumente la variedad de productos que puede comprar?
T2	Encuadre negativo	¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países, aunque el aumento del comercio provoque pérdidas de empleo en los sectores que compiten con las importaciones?
T3	Encuadre mixto	¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países para que bajen los precios y aumente la variedad de productos que puede comprar, aunque el aumento del comercio provoque pérdidas de empleo en los sectores que compiten con las importaciones?
Pregunta de seguimiento para todos los grupos	Consecuencias del aumento del comercio	¿Cuáles de las siguientes opciones cree que son consecuencias del aumento del comercio con otros países? (Mencione todas las consecuencias con las que está de acuerdo).

“Acceso a la tecnología”, “Mejor situación económica personal”, “Menores salarios” y “Menor empleo”.

El análisis de los datos fue una regresión OLS, con el grupo de control como categoría excluida y coeficientes para cada tratamiento que indicaban su efecto medio.

» **Segundo**, los resultados indicaron posibles problemas en la aplicación del ejercicio en República Dominicana, ya que no se apreciaron efectos del encuadre o dichos efectos fueron muy pequeños.

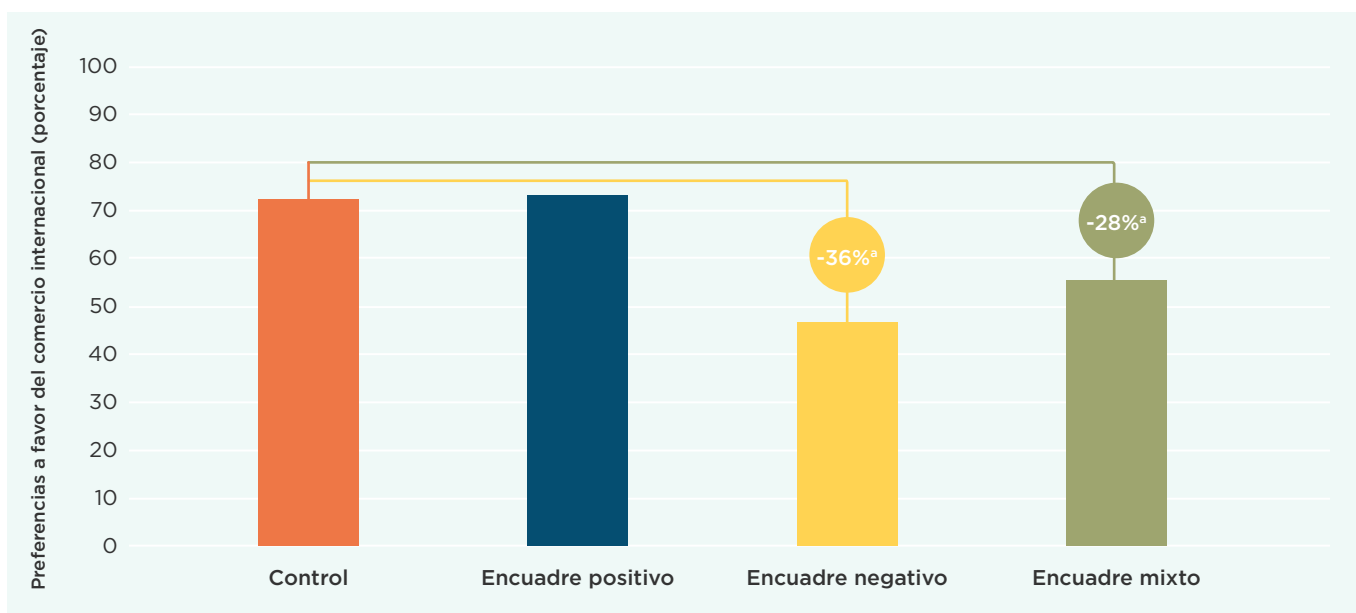
DESAFÍOS

» **El estudio presentó dos desafíos. Primero** la pregunta sobre la preferencia por el comercio se formuló de forma amplia intencionalmente, basándose en investigaciones anteriores sobre los efectos del encuadre (*framing*). Sin embargo, es posible que dicha formulación se utilice raramente en contextos políticos y pueda dar lugar a respuestas diferentes a otras más frecuentes, como “importación” o “exportación”, las cuales se pretendía examinar en esta investigación.

RESULTADOS

El encuadre afectó significativamente las preferencias sobre el comercio internacional. El porcentaje de participantes con preferencias por el comercio alcanzó niveles de un 73,11% para T1, un 72,64% para el grupo de control, un 46,33% para T2 y un 55,10% para T3. El efecto del tratamiento para el encuadre positivo fue pequeño y estadísticamente poco significativo. El efecto del tratamiento para T2 fue grande, negativo y altamente significativo, dado que disminuyó las preferencias comerciales en unos 26 puntos porcentuales, lo que representa una disminución del 36%. Algo parecido sucedió con el T3, para el cual los resultados fueron igualmente negativos y altamente

GRÁFICO 7.8.1 Efectos del encuadre en las preferencias por el comercio internacional



^a Nivel de significancia estadística del 1%.

significativos, indicando una reducción del apoyo al comercio de aproximadamente 17 puntos porcentuales, lo que representa una disminución del 28%. Los resultados del encuadre mixto parecen indicar posibles interacciones entre los encuadres positivo y negativo, teniendo este último (es decir, la información negativa) un mayor impacto. Este hallazgo concuerda con la evidencia encontrada sobre la aversión a las pérdidas (gráfico 7.8.1).

Los efectos del encuadre también parecen haber influido en las creencias. En el caso de T1, se reforzaron las creencias sobre la variedad de productos y los precios bajos, lo que coincidió con la información presentada en esa condición. En cambio, las otras seis creencias se vieron afectadas negativamente en los tres encuadres. Por ejemplo, el encuadre negativo redujo las creencias de que el comercio internacional aumentaría el empleo en más de 8 puntos porcentuales y que podría aumentar los salarios en 4,5 puntos porcentuales (gráfico 7.8.2).

El análisis de las preferencias en función de las creencias comerciales indicó que las creencias negativas (bajos salarios, bajo empleo) están siempre asociadas a un menor apoyo al comercio, mientras

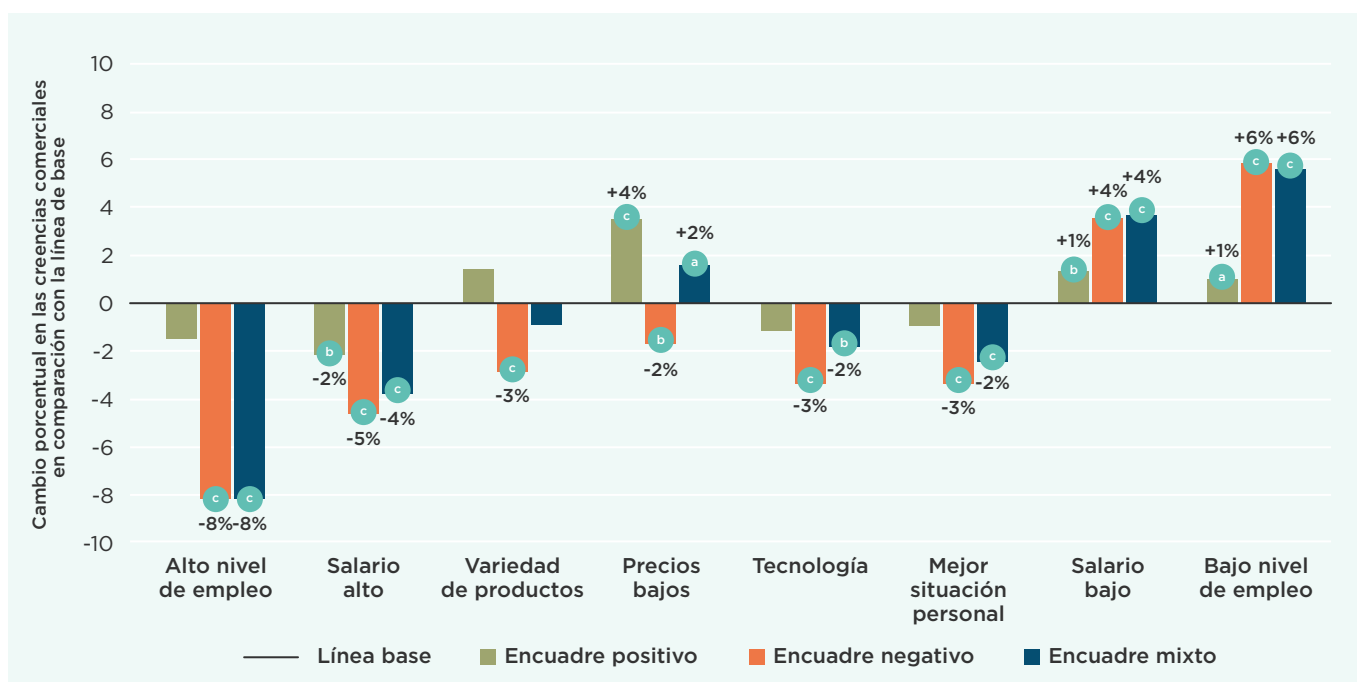
que lo mismo ocurrió con las creencias positivas (altos salarios, alto empleo, variedad de productos, bajos precios).

El estudio encontró efectos heterogéneos entre diversas variables. Los países oscilaron entre un 60% (Argentina y Perú) y más de un 85% de aprobación para el comercio internacional (Honduras, Nicaragua, Uruguay y Venezuela); por último, si bien las personas con mayor nivel de estudios apoyaron más el comercio, también se mostraron más sensibles a los efectos del encuadre.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » El estudio replicó resultados anteriores que subrayan la importancia de los encuadres informativos para determinar las preferencias de políticas públicas de los ciudadanos. Para los responsables de diseñar e implementar tales políticas, esto pone de relieve la importancia de validar los mensajes a través de diferentes formulaciones y la necesidad de ser diligentes y cuidadosos en su redacción.

GRÁFICO 7.8.2 Efecto del encuadre en las creencias sobre el comercio internacional



^a Nivel de significancia estadística del 10%, ^b del 5% y ^c del 1%.

- » Los efectos heterogéneos de la educación podrían ayudar a comprender mejor los resultados de una política comercial. Dado que es más probable que las personas con un alto nivel de educación influyan y determinen los resultados de las políticas comerciales, es probable que su sensibilidad a los encuadres negativos desempeñe un papel más importante cuando los países sigan un rumbo más bien antagónico al aumento del comercio.



PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



Pequeña y mediana empresa

Para la promoción de la pequeña y mediana empresa, el BID implementó dos intervenciones en Ecuador con miras a mejorar los entrenamientos corporativos. Al diseñar dichos entrenamientos se encontró que aquellos basados en modelos heurísticos que reducían la carga cognitiva tenían un efecto positivo en los ingresos y las ventas de los

participantes. Estos trabajos también examinaron la manera en que el contexto de una intervención puede afectar a los resultados, tal como se detalla en la segunda intervención. En el recuadro 8.1 se identifican las barreras conductuales observadas y se enumeran las herramientas utilizadas en las intervenciones en pequeñas y medianas empresas.

RECUADRO 8.1 Barreras conductuales y herramientas relevantes para intervenciones en pequeñas y medianas empresas		
Barreras conductuales	Otras barreras	Herramientas conductuales
<ul style="list-style-type: none">» Sobrecarga cognitiva» Factores que incomodan	<ul style="list-style-type: none">» Falta de información	<ul style="list-style-type: none">» Simplificación» Mecanismos de compromiso» Personalización» Reciprocidad» Recordatorios» Microincentivos

 [Ver definiciones](#)

8.1 Cuando el contexto es contraproducente: pruebas experimentales sobre reciprocidad



PAÍS

Ecuador



PERÍODO

2015-16



EQUIPO

Irani Arráiz, Syon P. Bhanot y Carla Calero.

CONTEXTO

Si bien para muchos desafíos de las políticas públicas existen soluciones, el interés de los ciudadanos en hacer uso de esas soluciones es limitado. Los ejemplos típicos van desde programas de vacunación gratuitos hasta ofertas de formación profesional. Por ejemplo, la aceptación de los programas de formación empresarial gratuita para microempresarios es de solo un 66%. Aumentar la adopción de estas políticas no solo beneficiaría a las personas que participan en los programas, sino que también produciría beneficios sociales con una mayor eficiencia del programa y externalidades positivas.

Muchas explicaciones de esta escasa adopción giran en torno al conocimiento limitado, la desconfianza, los impedimentos estructurales y las barreras del comportamiento. Por tal motivo, examinar nuevas formas de superar estos problemas y facilitar así la adopción de políticas más eficaces es, hoy en día, un elemento de vital importancia.

EL PROYECTO

Este proyecto abordó las barreras conductuales de las bajas tasas de participación en los programas de formación empresarial para microempresarios. Para ello, se utilizó una intervención sustentada en las ciencias del comportamiento que ofreció un regalo a los participantes y que debería activar una norma de reciprocidad. El estudio tuvo lugar en Ecuador en el período 2015-16.

ANÁLISIS CONDUCTUAL

Barreras conductuales

» Factores que incomodan

Otras barreras

» Falta de información



Ver definiciones



Herramientas conductuales

- » Simplificación
- » Personalización
- » Reciprocidad
- » Recordatorios



Ver definiciones

BARRERAS CONDUCTUALES

Factores que incomodan: Los microempresarios podrían encontrar un obstáculo para participar de las capacitaciones empresariales en la distancia con el lugar donde se llevan a cabo o la inversión de tiempo que suponen.

OTRAS BARRERAS

Falta de información: Los microempresarios podrían no ser conscientes de los grandes beneficios que pueden derivar de este tipo de capacitaciones.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Simplificación: Ofrecer a los empresarios un viaje gratuito de ida y vuelta al lugar de la capacitación tendría como objetivo simplificar los pasos para participar.

Personalización: Las cartas de invitación a los microempresarios fueron personalizadas para aumentar sus niveles de interés y participación.

Reciprocidad: El regalo de una golosina (una barra de chocolate) a los participantes del grupo de tratamiento tuvo como objetivo activar la reciprocidad positiva. Se suponía que esta última aumentaría la disposición de los microempresarios a “devolver el favor” y participar en la capacitación.

Recordatorios: Los microempresarios fueron contactados por teléfono para recordarles la próxima sesión de formación.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

La intervención formó parte de un esfuerzo más amplio para proveer formación empresarial a microempresarios de Ecuador. En este estudio, la muestra estuvo formada por 793 empresarios de diversos sectores económicos. Todos ellos funcionaron como “corresponsales no bancarios”, lo que significa que fueron contratados por una institución financiera para canalizar y procesar las transacciones de los clientes del banco.

Los participantes fueron distribuidos aleatoriamente en un grupo de control y otro de tratamiento, y estratificados a nivel de funcionarios bancarios ($n = 12$). Un funcionario bancario es responsable de 66 microempresarios. Todos los participantes recibieron la información; a los del grupo de tratamiento los funcionarios del banco les entregaron, además, una golosina (destinada a activar la norma de reciprocidad) cuando los invitaban a la capacitación.

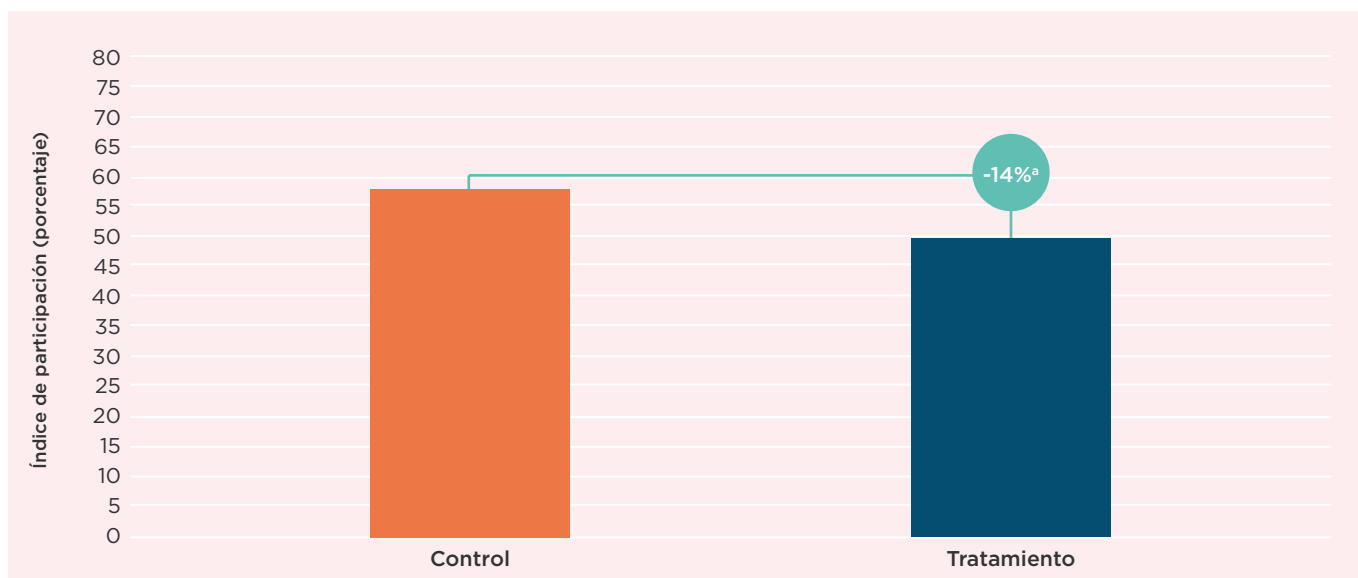
La línea de base recogió información entre agosto y octubre de 2015 e incluyó preguntas sobre las características del negocio y sus resultados operativos. Diez días antes de la capacitación personalizada, 793 empresarios propietarios de negocios recibieron una invitación entregada en mano que contenía información esencial sobre la actividad de formación (por ejemplo, fecha, hora y dirección). Además, se ofreció a los participantes transporte gratuito de ida y vuelta hasta el lugar de la capacitación y se los contactó por teléfono para confirmar que habían recibido la invitación y recordarles que debían participar. La capacitación, gratuita y voluntaria, tuvo lugar en diciembre de 2015 y consistió en una única sesión de cuatro horas. Por último, se realizó una encuesta final después de transcurrido un año desde la capacitación, entre noviembre y diciembre de 2016.

DESAFÍOS

- » Un desafío que se presentó en la intervención fue un desarrollo inesperado que ocurrió



GRÁFICO 8.1.1 Efectos de la intervención sobre la participación en programas de formación empresarial



^aNivel de significancia estadística del 5%.

poco antes de que se programara la sesión de capacitación.

La institución financiera había cambiado los dispositivos electrónicos utilizados para procesar las transacciones financieras, lo que provocó problemas en todo el sistema y pérdidas de ingresos para los microempresarios. El número promedio de transacciones en noviembre de 2015, solo unas semanas antes de la capacitación, se redujo en un 8,9%. Es probable que este problema, y la forma en que los funcionarios del banco lo abordaron, hayan dado ocasión a una relación tensa y de confrontación con los participantes. En respuesta a este desafío, se incluyó en el estudio una evaluación de la impulsividad. Sin embargo, los cambios en el procesamiento de las transacciones financieras constituyeron un evento contextual importante que pareció haber afectado significativamente el efecto deseado de la intervención sobre la participación en las sesiones de capacitación empresarial.

(chocolate) sobre los índices de participación en las formaciones empresariales.

El coeficiente del tratamiento se asoció a una reducción en la tasa de participación de 8,3 puntos porcentuales. Este efecto se muestra robusto en diferentes especificaciones del modelo. La reducción de la participación muy probablemente haya estado motivada por las reacciones de los empresarios ante los problemas de procesamiento de las transacciones financieras ocurridos días antes de la capacitación (gráfico 8.1.1).

La impulsividad de los empresarios se asoció con un menor índice de asistencia, lo que puede interpretarse como una inclinación a reaccionar con dureza ante la percepción de haber sufrido una injusticia (las pérdidas de ingresos causadas por el cambio de dispositivos).

Para los que estaban en el grupo de tratamiento (es decir, que recibieron como regalo un chocolate), un aumento de 1 DE en el índice de reciprocidad redujo la probabilidad de participar en 8,4 puntos porcentuales. Estos resultados van en línea con la evidencia existente que muestra que valores altos de reciprocidad positiva se asocian con fuertes reacciones frente a la percepción de injusticia.

RESULTADOS

Se observó un efecto negativo y estadísticamente significativo de la entrega de una golosina

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

- » Las intervenciones no pueden realizarse en un medio con variables constantes (como lo es, por ejemplo, un laboratorio), sino que siempre están inmersas en un contexto. En concreto, los acontecimientos recientes podrían ser importantes para configurar la trayectoria de una intervención y limitar la utilidad de las intervenciones conductuales. La reciprocidad, aunque en la mayoría de los casos se encuentra asociada a consideraciones beneficiosas para el futuro, también podría ser contraproducente.
- » Las relaciones interpersonales son sumamente importantes, y especialmente cuando se activa la norma social de la reciprocidad, ya que las intervenciones no son inmunes a las perturbaciones negativas que puede ocasionar una relación tensa.



8.2 Formación empresarial basada en heurísticos



PAÍS

Ecuador



PERÍODO

2015-16



EQUIPO

Irani Arráiz, Syon P. Bhanot y Carla Calero.

CONTEXTO

Para muchos microempresarios y pequeñas empresas de países en desarrollo, la falta de conocimientos empresariales constituye un gran obstáculo para su éxito económico. En respuesta a ese problema de políticas públicas, la formación empresarial se ha convertido en una estrategia esencial para fomentar el crecimiento y la resiliencia económica. Sin embargo, los datos sobre este tipo de capacitaciones son contradictorios, razón por la cual es importante explorar cuándo y cómo una formación empresarial puede tener éxito a la hora de impulsar a las pequeñas empresas.

EL PROYECTO

Para ampliar el conocimiento sobre las capacitaciones empresariales en América Latina, entre 2015 y 2016 este ejercicio puso a prueba su eficacia en Ecuador. Sobre la base de la literatura reciente, se compararon las capacitaciones empresariales tradicionales y con mucha información con las capacitaciones empresariales sustentadas en las ciencias del comportamiento que hacen uso de heurísticos para simplificar la información y los procesos cognitivos. El estudio también exploró los posibles

canales que pueden afectar el éxito de una intervención, así como las dinámicas de género.

La intervención utilizó una prueba de control aleatorio en la que el primer grupo recibió una formación empresarial tradicional, el segundo una formación empresarial sustentada en las ciencias del comportamiento y el tercero sirvió como grupo de control.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

Barreras conductuales

- » Sobrecarga cognitiva
- » Factores que incomodan

Herramientas conductuales

- » Simplificación
- » Mecanismos de compromiso
- » Microincentivos



Ver definiciones



BARRERAS CONDUCTUALES

Sobrecarga cognitiva: Las capacitaciones tradicionales pueden requerir más “ancho de banda” y/o atención de la que disponen los participantes.

Factores que incomodan: Es posible que los empresarios no utilicen los conocimientos que adquieren en una formación tradicional porque no se les proporciona una orientación clara y pasos prácticos con objetivos concretos (por ejemplo, sobre cómo aumentar el ahorro).

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES

Simplificación: Las normas prácticas y sencillas de gestión empresarial son un claro ejemplo del buen uso de esta herramienta.

Mecanismos de compromiso: En el estudio se pidió a los participantes que se comprometieran a realizar un “desafío de 30 días” durante los que se haría un seguimiento de la adopción de la heurística recién adquirida.

Microincentivos: Los empresarios recibieron pegatinas (*stickers*) en su diario financiero y, luego de cumplir ciertos pasos en la aplicación de la heurística, fueron incluidos en una lotería que tenía como premio una caja registradora.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Para este ejercicio, el BID Lab se asoció con el Banco Pichincha para diseñar y poner en marcha dos tipos de capacitaciones en las provincias ecuatorianas de Pichincha y Guayas. En total, 2.408 pequeños y microempresarios participaron en la prueba de control aleatorio. Sus empresas sirvieron inicialmente también como “corresponsales no bancarios”, es decir, que fueron contratadas por una institución financiera para canalizar y procesar las transacciones de los clientes del banco.

La capacitación tradicional abarcó tres módulos relacionados con gestión financiera y contabilidad: organización y planificación financiera,

crédito y ahorro, y objetivos financieros. La capacitación basada en heurísticos se apoyó en las mejores prácticas identificadas en las entrevistas con administradores de pequeñas empresas exitosas, agrupadas según cuatro reglas generales de buen comportamiento empresarial: establecer (estructura general para el flujo de caja y los gastos), vender y contabilizar (operaciones diarias), pagar (amortizar la deuda) y ahorrar (sistema de ahorro regular). La capacitación sobre heurística también empleó un enfoque pedagógico diferente.

La teoría del cambio subyacente a esta intervención se basó en el supuesto de que los heurísticos son muy eficaces para reducir la carga cognitiva. Además, su simplicidad permite a los empresarios recordarlos con facilidad y completar las tareas en pocos pasos. Las principales variables de resultado fueron los beneficios y las ventas en los negocios de los empresarios.

De los 2.408 empresarios, 803 recibieron una capacitación tradicional, 801 la capacitación con heurísticos y 804 conformaron el grupo de control. La muestra fue estratificada según la provincia y una medida relacionada con el número de transacciones financieras. La encuesta de línea base se llevó a cabo entre agosto y octubre de 2015, y las capacitaciones comenzaron a tener lugar en noviembre del mismo año. Entre noviembre y diciembre de 2016 se llevó a cabo una encuesta final, luego de terminada la intervención.

DESAFÍOS

- » **La intervención presento algunos desafíos.** **Primero**, los micro y pequeños empresarios que participaron no fueron elegidos de forma aleatoria, sino que solo pudieron hacerlo aquellos que funcionaban como corresponsales no bancarios, lo que podría limitar la generalización de los resultados a otro tipo de empresarios.
- » **Segundo**, al igual que ha sucedido en otros estudios, la presente intervención debió enfrentarse con situaciones de quiebra y cierres de empresas que redujeron la muestra. Sin embargo, las tasas de salida no fueron estadísticamente diferentes en los tres grupos.
- » **Finalmente**, los costos de la implementación y el diseño de la formación heurística son



significativamente más altos que los de la formación tradicional, lo que hace necesaria una mayor inversión inicial.

RESULTADOS

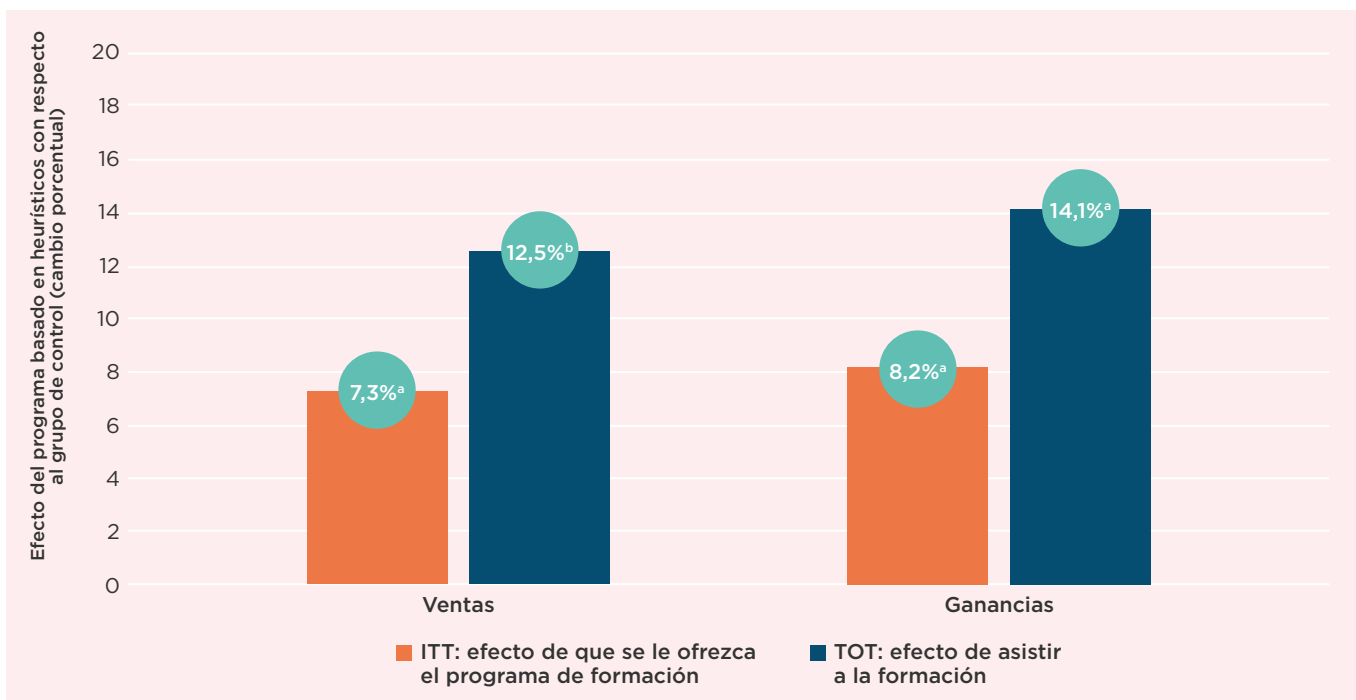
En comparación con el grupo de control, la intervención con heurísticos tuvo un impacto significativo y económicamente importante en las ventas y en las ganancias (0,06 y 0,08 DE, respectivamente), alcanzando aumentos del 7,3 y el 8,2%, respectivamente, para el análisis de ITT. Los efectos sobre los participantes tratados, según el análisis TOT, fueron aún mayores, traduciéndose en un aumento del 12,5% en las ventas y del 14,1% en las ganancias (gráfico 8.2.1). El impacto significativo y positivo de la capacitación basada en heurísticos pareció estar impulsado por el efecto de la formación en ventas y ganancias de los días comerciales regulares y buenos. En cambio, los efectos de la capacitación tradicional no fueron estadísticamente diferentes que los del grupo de control.

El principal progreso inducido por la capacitación estuvo relacionado con la mejora de la gestión del inventario por parte del empresario. Además, el hecho de que la capacidad de atención individual hubiera sido un factor moderador indicó que las capacitaciones basadas en heurísticos podrían ser especialmente útiles para personas con una alta carga cognitiva (gran número de tareas simultáneas) o una baja capacidad de concentración.

El análisis costo-beneficio reveló que la tasa de retorno de la capacitación basada en heurísticos fue elevada, ascendiendo a niveles del 133% (37%, si se incluyen los costos), lo que aproximadamente representa un beneficio mensual extra ponderado de US\$104 por participante (cuadro 8.2.1).

En cuanto a los efectos encontrados en las subpoblaciones, la capacitación tuvo un mayor impacto en las mujeres y en las personas con poca capacidad de atención. Además, las mujeres parecieron aplicar las reglas generales con más frecuencia que los hombres.

GRÁFICO 8.2.1 Efectos del tratamiento de la intervención en las ventas y ganancias de los empresarios



^a Nivel de significancia estadística del 10% y ^b del 5%.



CUADRO 8.2.1 Análisis costo-beneficio de la intervención

	Día (\$)	Mes (\$)	Impacto promedio	Beneficio mensual adicional (\$)	Ponderado	Beneficio mensual extra ponderado (\$)
Ingresos en un buen día	68,63	2.087,41	10,00%	208,7	10%	20,87
Ingresos en un día normal	41,81	1.271,73	8,14%	103,6	80%	82,86
Ingresos en un mal día	23,03	700,49	5,64%	0	10%	0
Beneficio mensual adicional						103,73

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

» En línea con los trabajos más recientes sobre formación empresarial sustentada en las ciencias del comportamiento, el estudio demostró el gran beneficio potencial que pueden tener para las pequeñas empresas las formaciones basadas en heurísticos. En este caso, todo ello se tradujo en considerables beneficios económicos para los empresarios.

» La intervención logró tener una alta rentabilidad y el mecanismo cognitivo subyacente al que se dirigió (carga cognitiva y atención) puede tornarla altamente generalizable para diferentes contextos y regiones. En este sentido, podría contribuir significativamente a la estabilidad de las micro y pequeñas empresas de la región.



Conclusiones

Las 38 intervenciones presentadas en este documento no solamente constituyen una referencia para los tomadores de decisiones en el sector público y en la sociedad civil, sino que también esbozan el desarrollo de la economía del comportamiento en América Latina y el Caribe. En particular, dichas intervenciones examinan algunas de las principales dificultades contra las que se enfrentan la mayoría de los países de la región y las soluciones basadas en la economía del comportamiento que se han puesto en práctica. Además, los desarrollos expuestos proponen formas de repensar la definición de muchos problemas antes considerados como “puramente económicos”.

En la recaudación de impuestos, por ejemplo, se mejoró el cumplimiento tributario al simplificar el diseño de los formularios para las amnistías fiscales, modificar el emisor de las notificaciones de recaudación de impuestos y enviar recordatorios por correo electrónico. Los recordatorios diseñados desde las ciencias del comportamiento también probaron ser instrumentos poderosos a la hora de mejorar la asistencia escolar, apoyar los esfuerzos para la vacunación y mejorar la concurrencia a la atención prenatal. Por otro lado, las opciones predeterminadas demostraron tener un

impacto importante para aumentar la aceptación de las aplicaciones de detección y rastreo dirigidas a mitigar la transmisión de la COVID-19. Por último, otras herramientas conductuales, como el uso de las normas sociales y los efectos de encuadre, también desempeñaron un papel fundamental en las áreas en las que fueron puestas en práctica.

Más allá de demostrar los beneficios de las soluciones basadas en la evidencia empírica, las intervenciones descritas apuntan hacia futuras direcciones y problemas que podrán ser explorados por las instituciones y organizaciones que decidan dar respuesta a los retos que impone la compleja realidad de la región. La evidencia presentada por estas intervenciones también constituye un llamado a la acción para que las instituciones y los países que aún no han adoptado estas herramientas consideren seriamente su utilización. **Resulta claro que la economía del comportamiento no constituye una respuesta absoluta para todos o la mayoría de los problemas de América Latina y el Caribe, pero sí se erige como una pieza importante del rompecabezas y una de las mejores herramientas que puede añadirse a la gama de opciones que tienen las instituciones públicas de la región.**



Glosario

Activación (*priming*): Es un fenómeno en el que la exposición a un estímulo influye en la forma en que una persona responde a otro posterior. Estos estímulos suelen ser palabras o imágenes relacionadas conceptualmente.

Anclaje: Ver **activación (*priming*)**. Una exposición inicial a un determinado número o atributo muchas veces sirve como punto de referencia e impacta en los juicios posteriores. Ante una decisión en condiciones de incertidumbre, las personas atribuyen mucha importancia a la exposición inicial que tiene el potencial de distorsionar las estimaciones y los juicios.

Atención limitada: La atención que las personas tienen en un momento dado es limitada, por lo que normalmente no se retienen muchos detalles y se olvidan cosas importantes.

Autoeficacia: Percepción o autoevaluación de las propias capacidades para afrontar retos y cumplir objetivos con éxito.

Aversión a la incertidumbre: Describe la preferencia por enfrentar riesgos conocidos en lugar de hacerlo con otros desconocidos y puede manifestarse en diversos ámbitos, incluidas las decisiones sobre el acceso a servicios de salud pública (reduciendo las motivaciones para buscar tratamientos de salud) o las decisiones financieras (disminuyendo la disposición a asumir riesgos financieros).

Aversión a la pérdida: Es la tendencia que explica la razón por la cual las personas se sienten más disconformes ante una pérdida que contentas frente a una ganancia de igual magnitud. En efecto, cuando las personas comparan dos opciones que implican riesgo e incertidumbre, tienden a valorar en mayor medida las pérdidas (descontento que genera el evento) que las ganancias (felicidad que puede ocasionar). Por ese motivo, se encuentran mejor dispuestas para correr riesgos en pos de evitar una pérdida.

Barrera estructural: Una regla, ley, política o estructura física (o la falta de ella) que dificulta o imposibilita que algo suceda o se alcance una meta.

Brecha de intención-acción: Describe la brecha que existe entre la intención de hacer algo y su consecución. Los factores que suelen explicar esta brecha son la procrastinación, las dudas, las situaciones cargadas de emoción, la dificultad de la tarea y la falta de pasos claros para avanzar.

Complejidad de elección: La complejidad del conjunto de opciones aumenta a medida que aumenta el número de alternativas igualmente valoradas y/o aumenta el número de atributos utilizados para describir esas alternativas. A medida que aumenta la complejidad del conjunto de opciones, aumenta la cantidad de tiempo que el individuo tardará en elegir una de las alternativas.

Efecto de encuadre: La manera en que se presenta la información influye en las decisiones de las personas. Por ejemplo, las opciones se pueden presentar de una manera que resalte sus aspectos positivos o negativos, por lo cual cada una será percibida como más o menos atractiva.

Estereotipos: Describen una creencia generalizada sobre un grupo de personas que se utiliza para hacer inferencias sobre otra o sobre un grupo menor. Los estereotipos suelen ser resistentes a la revisión.

Exceso de confianza: Es la tendencia a sobreestimar o exagerar la propia capacidad para llevar a cabo de manera satisfactoria una tarea determinada. Se conoce también como “sesgo de la superioridad”.

Factores que incomodan: Con frecuencia las personas no actúan de acuerdo con sus intenciones porque hay factores o inconvenientes que estorban o incomodan para tomar esa decisión. Puede tratarse simplemente de la manera de redactar la información, su longitud o la necesidad de realizar acciones adicionales para activar la decisión.

Falacia del costo hundido: un costo hundido es un costo que ya ocurrió y no tiene potencial de recuperación en el futuro. La falacia del costo hundido describe nuestra tendencia a continuar una actividad o un proyecto cuyas expectativas son muy desalentadoras solo por el hecho de ya haberle invertido tiempo, esfuerzo o dinero en el pasado. Esta tendencia está mediada por la aversión a la pérdida y el *statu quo*.



Falta de confianza: La desconfianza se produce cuando una parte no está dispuesta a confiar en las actuaciones de otra parte en una situación futura.

Falta de información: La gente puede carecer de información relevante, por ejemplo, porque resulta difícil de obtener, es escasa o es difícil de entender.

Gamificación: Uso de elementos del juego, como desafíos, acumulación de puntos, comentarios oportunos, insignias y recompensas, en una experiencia de la vida real. Una vez asociado con un juego, los *empujones* pueden resultar más eficientes para el cambio de comportamiento.

Herramientas de planificación: Están diseñadas para alentar a las personas a adoptar un plan de acción concreto para alcanzar objetivos importantes, como lo es estar al día con los pagos de la seguridad social. Estas herramientas ayudan a las personas a descomponer un objetivo en una serie de tareas pequeñas y específicas, y anticiparse a los eventos imprevistos. Con frecuencia animan a las personas a tomar nota de la información relevante, como la fecha, la hora y el lugar de un compromiso.

Heurística de la disponibilidad: Las personas tienden a estimar la probabilidad de un evento futuro a partir de la facilidad con que los ejemplos representativos de dicho evento vienen a su cabeza.

Identidad de grupo: Las personas tienen un sentido innato de pertenencia, es decir que poseen la necesidad de pertenecer a los grupos con los que se sienten identificadas.

Identidad propia: Proporciona a cada individuo un sentido de sí mismo, basado en sus características físicas, recuerdos, experiencias, relaciones, pertenencia a grupos y valores. Expresa una multitud de factores que hacen que cada persona sea única.

Identificación empática: Se refiere a la capacidad que pueda tener una persona para imaginarse a sí misma viviendo la experiencia de otra.

Lotería: Implica ganar un premio mediante un sorteo aleatorio de un número. Esta herramienta se utiliza en intervenciones conductuales basadas en el sesgo de la sobreestimación de las probabilidades de ganar una recompensa.

Mecanismos de compromiso: Es una opción que se elige en el presente y que restringe las alternativas futuras a solo aquellas que reflejen objetivos de largo plazo, lo que sirve para mitigar eventuales comportamientos impulsivos. Al aprovechar la tendencia inercial de las personas, este mecanismo puede ayudar a enfrentar la inconsistencia temporal y la sobrecarga cognitiva.

Mecanismos de retroalimentación: Consiste en la comunicación de información evaluativa o correctiva sobre una acción, evento o proceso a la fuente original. Se trata de una herramienta efectiva para crear conciencia sobre las consecuencias de diversas opciones, y permite cerrar brechas del conocimiento y promover la búsqueda de alternativas eficientes.

Mentalidad de escasez: implica la sensación de no tener suficientes recursos (como financieros o de tiempo) que a su vez absorben algunos de los recursos cognitivos finitos o “ancho de banda mental” que las personas tienen limitando la capacidad de tomar buenas decisiones.

Mentoría de pares: Una forma de mentoría que generalmente tiene lugar entre una persona que ha vivido una experiencia específica y otra que es nueva con esa experiencia. Un buen caso sería, por ejemplo, un estudiante experimentado que sirva de mentor de un estudiante nuevo en una materia en particular o en una nueva escuela.

Microincentivos: Son premios o castigos que se ofrecen a la persona que debe tomar una decisión con el fin de influir en su comportamiento. Los premios pueden ser tangibles, tal es el caso de la comida o el dinero, o intangibles, como en el caso del reconocimiento público. A diferencia de los incentivos, que deben ser una parte integral del diseño de las políticas, los microincentivos son pequeñas señales, de bajo costo y fácil aplicación, que complementan el diseño original. Este mecanismo puede ser útil para mitigar la aversión a la pérdida y el sesgo del presente.

Modelos de conducta (*role model*): Son personas que realizan ciertas actividades u ocupan ciertos puestos y a quienes el resto puede admirar y tomar como ejemplo. A menudo, los modelos de conducta transmiten apariencias estereotípicas contrarias a la norma que muestran a las personas que se sienten identificadas que muchos logros que se creen inalcanzables también están a su alcance.

Modelos mentales: La forma en que las personas dan sentido al mundo y simplifican la complejidad. Es la base de las percepciones intuitivas de las personas sobre sus propios actos y consecuencias.

Normas sociales descriptivas: Describen el comportamiento de un grupo social, independientemente de si dicho comportamiento es correcto o incorrecto. Presentar estas normas puede ayudar a cambiar el comportamiento de las personas.

Normas sociales prescriptivas: Se refieren a lo que la sociedad aprueba o sanciona, es decir, lo que se considera socialmente correcto o incorrecto, independientemente de la manera en que las personas se comporten en realidad. Estas normas son útiles para reafirmar o promover las conductas individuales que la sociedad considera positivas y desalentar las negativas.

Normas sociales: Relacionada con la categoría anterior, se trata del conjunto de reglas no escritas que rigen el comportamiento en una sociedad. Se distingue entre “normas sociales descriptivas”, centradas en la forma en que las personas tienden a comportarse, y “normas sociales prescriptivas”, las cuales establecen lo que se considera un comportamiento aceptable o deseado, independientemente de cómo se comporten realmente las personas.

Opciones predeterminadas: Las opciones predeterminadas son aquellas que establecen de forma automática cursos de acción deseados (“por defecto”) que se hacen efectivos cuando quien decide no selecciona nada distinto. Esta modalidad generalmente busca remediar la sobrecarga cognitiva y el sesgo del presente, apoyada por nuestra tendencia a mantener el *statu quo*.

Partidismo: Actitud, sentimiento o comportamiento que consiste en apoyar a una persona, una política, una organización o un partido sin importar el tema o la cuestión concreta de que se trate. El partidismo suele ser el resultado de un aprendizaje temprano o de la socialización.

Personalización: La personalización de la información a partir de características individuales y rasgos de identidad ha demostrado mejorar la capacidad de respuesta de las personas. Esta modalidad puede adoptar distintas formas, como es el caso de dirigirse a alguien utilizando su nombre, nacionalidad o profesión, entre otras características importantes.

Persuasión moral: El acto de convencer a una persona o grupo de personas para que actúen de cierta manera mediante argumentos teóricos, la persuasión o el uso de amenazas implícitas y explícitas.

Prominencia: Las personas tienden a centrarse en contenidos informativos o aspectos que son más prominentes e ignoran aquellos que lo son menos.

Provisión de información: El acto de proporcionar información a quien antes no disponía de ella.

Razonamiento motivado: Las personas tienden a interpretar y procesar la información de forma que se ajuste a sus creencias. Si bien se relaciona con el sesgo de confirmación, este fenómeno describe procesos cognitivos más amplios, como la selección de información, la codificación de la memoria, la formación de actitudes y del juicio, y la toma de decisiones, todos los cuales se encuentran influenciados por motivaciones y objetivos.

Reciprocidad: Es una norma social que involucra intercambios entre personas, en particular cuando se responde a una acción de otro con otra acción equivalente. Por lo general, la reciprocidad se relaciona con reacciones positivas (por ejemplo, responder a un favor con otro), aunque también puede manifestarse negativamente (como castigar a otro en respuesta a una acción negativa).

Recordatorios: Recuerdan a la persona que debe tomar una decisión algún aspecto de dicha decisión o acción y pueden tomar la forma de un correo electrónico, un mensaje de texto, una carta o una visita personal. Están destinados a mitigar la procrastinación, el olvido y la sobrecarga cognitiva de quienes tienen que tomar una decisión.

Retroalimentación (*feedback*): Es una herramienta eficaz para mejorar la conciencia de las consecuencias de varias elecciones. Puede llenar brechas de información y fomentar la búsqueda de alternativas eficientes.

Señalización: El acto de transmitir información creíble a otras personas sobre las acciones o el comportamiento esperado de uno mismo.

Sesgo de disponibilidad: Se habla de sesgo de disponibilidad en los casos en que una persona estima la probabilidad de ocurrencia de un evento sobre la base de su propia experiencia relacionada con un evento similar.

Sesgo de optimismo/Exceso de optimismo: Es lo que lleva a subestimar la probabilidad de sufrir eventos negativos y a sobreestimar la probabilidad de que ocurran eventos positivos.

Sesgo del presente: Es la tendencia a preferir un beneficio menor que está próximo en el tiempo frente a otro mayor pero distante en el tiempo. Se relaciona con una preferencia por la gratificación inmediata.

Sesgo del *statu quo*: Es la tendencia a mantener el estado actual de las cosas, aun cuando el cambio represente claramente una mejor opción. El estado actual de cosas es tomado por muchas personas como punto de referencia, y cualquier cambio en relación a dicho punto será interpretado como una pérdida.

Simplificación: Implica reducir el esfuerzo requerido para procesar información y/o llevar a cabo una acción. Un buen ejemplo del uso de esta herramienta es, por caso, reducir el número de pasos necesarios para lograr un objetivo complejo o descomponerlo en pasos más sencillos.

Sobrecarga cognitiva: La carga cognitiva es la cantidad de esfuerzo mental y de memoria utilizados en un momento de tiempo dado. La sobrecarga ocurre cuando el volumen de información ofrecido excede la capacidad que tiene la persona para atender o procesar dicha información. Por lo tanto, el hecho de que la atención y la memoria sean limitadas puede impedir que un individuo procese al mismo tiempo toda la información que se le presenta.



Bibliografía

Ajzenman, N., E. Bertoni, G. Elacqua, L. Marotta y C. Méndez-Vargas. 2020. Altruism or money? Reducing teacher sorting using behavioral strategies in Peru. IDB-WP-01143. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Altruism-or-Money-Reducing-Teacher-Sorting-Using-Behavioral-Strategies-in-Peru.pdf>

Al-Ubaydli, O., J. A. List, D. LoRe y D. Suskind. 2017. Scaling for Economists: Lessons from the Non-Adherence Problem in the Medical Literature. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (4): 125-44.

Alessandro, M., B. Cardinale-Lagomarsino, C. Scartascini y J. Torrealday. 2019. Transparency and trust in government: Evidence from a survey experiment. IDB-WP-962. Washington, D.C.: BID. https://publications.iadb.org/publications/english/document/Transparency_and_Trust_in_Government_Evidence_from_a_Survey_Experiment_en.pdf

Almond, D. y J. Currie. 2011. Killing me softly: The fetal origins hypothesis. *J Econ Perspect*, 25 (3):153-72.

Almond, D., J. Currie y V. Duque. 2018. Childhood Circumstances and Adult Outcomes: Act II. *Journal of Economic Literature*, 56 (4): 1360-1446.

Álvarez, F., P. Brassiolo, M. Toledo, L. Allub, G. Alves, D. De la Mata y C. Daude. 2020. RED 2020: Los sistemas de pensiones y salud en América Latina. Los desafíos del envejecimiento, el cambio tecnológico y la informalidad. Caracas: CAF. Disponible en: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1652>.

American College of Obstetricians and Gynecologists (ACOG). 1989. Standards for Obstetric-Gynecologic Services. 7th ed. Washington, D.C.: American College of Obstetricians and Gynecologists: 16.

Ardanaz M., A. Corbacho, A. Gonzáles, and N. T. Caballero. 2015. "Structural Fiscal Balances in Latin America and the Caribbean." IDB Working Paper No. IDB-WP-579. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/structural-fiscal-balances-latin-america-and-caribbean-new-dataset-and-estimations>.

Arráiz, I., S. P. Bhanot y C. Calero. 2019. Less is more: Experimental evidence on heuristic-based business training in Ecuador. IDB Invest TN Núm. 18. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://www.idbinvest.org/en/download/8300>.

-----, 2020. When the context backfires: Experimental evidence on reciprocity. *Journal of Behavioral Economics for Policy*, 4 (1): 29-42.

Banerjee, A., E. Duflo, R. Glennerster y D. Kothari. 2010. Improving Immunisation Coverage in Rural India: Clustered Randomised Controlled Evaluation of Immunisation Campaigns with and without Incentives. *BMJ*, 340 (7759): 1291.

Bellatin, P., M. Wills-Silva, C. Bustin, M. Bustelo y N. Hidalgo. 2020. Animar a las sobrevivientes de la violencia contra las mujeres a buscar ayuda. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/es/our-projects/animar-las-sobrevivientes-de-la-violencia-contra-las-mujeres-buscar-ayuda>.

Berlinski, S., M. Busso, T. Dinkelman y C. Martínez. 2016. Reducing parent-school information gaps and improving education outcomes: Evidence from high frequency text messaging in Chile. Washington, D.C.: BID. Disponible en: https://www.povertyactionlab.org/sites/default/files/research-paper/726_%20Reducing-Parent-School-information-gap_BBDM-Dec2016.pdf.

Bernal, P., N. Ajzenman, S. Kettle, F. López-Bóo y E. Iriarte. 2020. Designing behaviorally informed health interventions: Adherence to micronutrient treatments in El Salvador. IDB-TN-1993. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/designing-behaviorally-informed-health-interventions-adherence-to-micronutrient-treatment-in-el-salvador>.



Bernal, P. y S. Martínez. 2020. In-Kind Incentives and Health Worker Performance: Experimental Evidence from El Salvador. *J Health Econ*, 70: 102267.

Beuermann, D. W., P. García, J. Pérez-Lu, R. Anta, A. Maffioli y M. F. Rodrigo. 2020. Information and communication technologies, prenatal care services, and neonatal health. *Journal of Economics, Race, and Policy*, 3 (1): 41-59.

Bobba, M. y V. Frisanchio. 2016. Learning about oneself: The effects of performance feedback on school choice. IDB-WP-728. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Learning-about-Oneself-The-Effects-of-Performance-Feedback-on-School-Choice.pdf>.

Boruchowicz, C., F. López-Bóo, F. Finamor-Pfeifer, G. A. Russo y T. Souza-Pacheco. 2020. Are behaviorally informed text messages effective in promoting compliance with COVID-19 preventive measures? Evidence from an RCT in the city of São Paulo. IDB-TN-2021. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/are-behaviorally-informed-text-messages-effective-promoting-compliance-covid-19-preventive-measures>.

Boruchowicz, C., F. López-Bóo, B. Roseth y L. Tejerina. 2020. Default options: A powerful behavioral tool to increase COVID-19 contact tracing app acceptance in Latin America? IDB-TN-2097. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Default-Options-A-Powerful-Behavioral-Tool-to-Increase-COVID-19-Contact-Tracing-App-Acceptance-in-Latin-America.pdf>.

Bosch, M., D. Fernandes y J. M. Villa. 2015. Nudging the self-employed into contributing to social security: Evidence from a nationwide quasi experiment in Brazil. IDB-WP-633. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/nudging-self-employed-contributing-social-security-evidence-nationwide-quasi-experiment-brazil>.

Bosch, M., Á. Melguizo y C. Pages. 2013. Mejores pensiones, Mejores trabajos. Hacia la cobertura universal en América Latina y el Caribe. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://publications.iadb.org/en/better-pensions-better-jobs-towards-universal-coverage-latin-america-and-caribbean-0>.

Bosch, M. y A. Rubli. 2019. Increasing retirement savings through access points and persuasive messages: Evidence from Mexico. IDB-WP-01018. Washington, D.C.: BID. https://publications.iadb.org/publications/english/document/Increasing_Retirement_Savings_through_Access_Points_and_Persuasive_Messages_Evidence_from_Mexico_en_en.pdf.

Buendía & Laredo. 2020. Encuesta nacional de opinión pública. Ciudad de México: Buendía & Laredo; [Citado el 24 de agosto de 2020]. Disponible en: https://www.buendiyalaredo.com/publicaciones/466/2004_ENCUESTA_COVID.pdf.

Busso, M., J. Cristia y S. Humpage. 2015. Did you get your shots? Experimental evidence on the role of reminders. *J Health Econ*, 44: 226-237.

Busso, M., D. Romero y D. Salcedo. 2017. Improving access to preventive maternal health care using reminders: Experimental evidence from Guatemala. *Economics Letters*, 161: 43-46.

Bustelo, M., M. Gómez, C. Piras, M. Saint Martin, P. Soto-Mota y M. Székely. 2018. Cerrando la brecha de género en las carreras STEM. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/es/our-projects/cerrando-la-brecha-de-genero-en-las-carreras-stem>.

Cafferata, F., P. Domínguez y C. Scartascini. 2021. Seguridad y sesgos de comportamiento: El exceso de confianza y las preferencias por las armas. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/es/our-projects/seguridad-y-sesgos-de-comportamiento-el-exceso-de-confianza-y-las-preferencias-por-las>.

Carrillo, P. E., E. Castro y C. Scartascini. 2017. Do rewards work? Evidence from the randomization of public works. IDB-WP-794. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/do-rewards-work-evidence-randomization-public-works>.

Castro, E. y C. Scartascini. 2019. Imperfect attention in public policy: A field experiment during a tax amnesty in Argentina. IDB-DP-665. Washington, D.C.: BID. https://publications.iadb.org/publications/english/document/Imperfect_Attention_in_Public_Policy_A_Field_Experiment_during_a_Tax_Amnesty_in_Argentina_en_en.pdf.

Center for Disease Control and Prevention (CDC). 2020. Public Attitudes, Behaviors, and Beliefs related to COVID-19, Stay-at-home orders, Nonessential Business Closures, and Public Health Guidance – United States, New York City, and Los Angeles, may 5-12, 2020. Nueva York: CDC; [Citado el 10 de septiembre de 2020]. Disponible en: <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/69/wr/mm6924e1.htm>.

Chang, S. M., S. M. Grantham-McGregor, C. A. Powell, M. Vera-Hernández, F. Lopez-Bóo, H. Baker-Henningham y S. P. Walker. 2015. Integrating a parenting intervention with routine primary health care: A cluster randomized trial. *Pediatrics*, 136 (2): 272-280.

Cole-Lewis H. y T. Kershaw. 2010. Text messaging as a tool for behavior change in disease prevention and management. *Epidemiol Rev*, 32 (1): 56-69.

Dammert A., J. C. Galdo y V. Galdo. 2014. Preventing dengue through mobile phones: Evidence from a field experiment in Peru. *J Health Econ*, 35C (1):147-61.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). 2021. Tax Expenditure Report Colombia 2021. Bogotá: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Disponible en: <https://www.oecd.org/tax/tax-policy/country-reviews-advice/tax-expenditures-report-by-the-tax-experts-commission-colombia-2021.pdf>.

Eguino, H., S. Roman y S. Schächtele. 2020. Nudging taxpayer registration? Field experimental evidence on backfiring incentives. IDB-WP-1135. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Nudging-Taxpayer-Registration-Field-Experimental-Evidence-on-Backfiring-Incentives.pdf>.

Eguino, H. y S. Schächtele. 2020. A playground for tax compliance? Testing fiscal exchange in an RCT in Argentina. IDB-WP-1139. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/A-Playground-for-Tax-Compliance-Testing-Fiscal-Exchange-in-an-RCT-in-Arentina.pdf>.

Fernández, J. M., N. Rapoport, C. Scartascini y S. Schächtele. 2019. El rol del crédito y la credibilidad en el cumplimiento tributario. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/index.php/es/our-projects/el-rol-del-credito-y-la-credibilidad-en-el-cumplimiento-tributario>.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. 2021. Data Warehouse, 29 Mar. 2021. Nueva York: UNICEF. Disponible en: https://data.unicef.org/research/data_explorer/unicef/?ag=UNICEF.

Fondo de Población de las Naciones Unidas, Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe. 2011. Regional population report in Latin America and the Caribbean 2011: Investing in youth. Nueva York: UNFPA y CEPAL. Disponible en: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/8/47318/Informejuventud2011.pdf>.

Freira, L., M. Sartorio, C. Boruchowicz, F. López-Bóo y J. Navajas. 2020. The irrational interplay between partisanship, beliefs about the severity of the COVID-19 pandemic, and support for policy interventions. *PsyArXiv Preprints*. Preprint. doi: 10.31234/osf.io/4cgfw.

Gingerich, D. W. y C. Scartascini. 2018. A Heavy Hand or a Helping Hand? Information provision and citizen preferences for anti-crime policies. IDB-WP-927. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/heavy-hand-or-helping-hand-information-provision-and-citizen-preferences-anti-crime-policies>.

Gobierno de Perú. 2020. Plataforma de Apoyo y Orientación (PAO). Disponible en: <https://pao.pro-nabec.gob.pe/Account/Login?ReturnUrl=%2F>.

Haas, J. D. y T. Brownlie. 2001. Iron Deficiency and Reduced Work Capacity: A Critical Review of the Research to Determine a Causal Relationship. *The Journal of Nutrition*, 131 (2S-2): 676S-688S.

Horton, S. y J. Ross. 2003. The Economics of Iron Deficiency. *Food Policy*, 28 (1): 51-75.

Institute of Health Metrics and Evaluation (IHME). 2011. Salud Mesoamerica Initiative Baseline Household Census and Survey Report: El Salvador. Seattle: IHME.

Mann C. B. y C. A. Klofstad. 2015. The role of call quality in voter mobilization: Implications for electoral outcomes and experimental design. *Political Behavior*, 37 (1):135-54.

Martínez, D., A. M. Rojas y C. Scartascini. 2020a. Cómo comunicar mejor en tiempos de COVID-19. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/how-improve-communication-during-covid-19-practical-guide>.

———. 2020b. La economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/behavioral-economics-can-help-fight-coronavirus>.

Martínez, D., C. Parilli, C. Scartascini y A. Simpser. 2021. Let's (not) get together! The role of social norms on social distancing during COVID-19. *PLoS One*, 16 (3): e0247454.

Mateo-Díaz, M., L. Becerra-Luna, J. M. Hernández-Agramonte, F. López, M. Pérez-Alfaro y A. Vásquez-Echeverría. 2020. Nudging parents to increase preschool attendance in Uruguay. IDB-WP-1122. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Nudging-Parents-to-Improve-Preschool-Attendance-in-Uruguay.pdf>.

Mogollón, M., D. Ortega y C. Scartascini. 2021. Who's calling? the effect of phone calls and personal interaction on tax compliance. *Int Tax Public Finance*, 28: 1302-1328. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s10797-021-09655-4>.

Organización de las Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Población. 2019. World Population Ageing 2019: Highlights (ST/ESA/SER.A/430). Nueva York: ONU. Disponible en: <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2019-Report.pdf>.

Organización Internacional del Trabajo. 2018. Global Wage Report 2018/19 – What Lies behind Gender Pay Gaps. Ginebra: OIT. Disponible en: https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_650553/lang-en/index.htm.

Organización Mundial de la Salud. 2016. WHO Recommendations on Antenatal Care for a Positive Pregnancy Experience. Ginebra: OMS. ISBN 978-92-4-154991-2.

Ortega, D. y C. Scartascini. 2015. Don't blame the messenger: A field experiment on delivery methods for increasing tax compliance. IDB-WP-627. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/publication/12336/dont-blame-messenger-field-experiment-delivery-methods-increasing-tax-compliance>.

Perron N. J., M. D. Dao, M. P. Kossovsky, V. Miserez, C. Chuard, A. Calmy y J. M. Gaspoz. 2010. Reduction of missed appointments at an urban primary care clinic: A randomised controlled study. *BMC Fam Pract*, 11: 79.

Prada, M. F., C. Méndez, A.M. Rojas, C. Piras, G. Elacqua, M. Bustelo, A. Juscamaita y A. Montoya. 2020. Promoviendo la educación superior entre jóvenes vulnerables con un enfoque de género. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/index.php/es/our-projects/promoviendo-la-educacion-superior-entre-jovenes-vulnerables-con-un-enfoque-de-genero>.

Prinz, D., M. Chernew, D. Cutler y A. Frakt. 2018. "Health and Economic Activity Over the Lifecycle: Literature Review." Documento de trabajo NBER no. 24865. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w24865>.

Rodríguez-Chatruc, M., E. Stein y R. Vlaicu. 2021. How issue framing shapes trade attitudes: Evidence from a multi-country survey experiment. *Journal of International Economics*, 129: 103428.

Rocha, R., G. Ulyssea y L. Rachter. 2014. Do Entry Regulation and Taxes Hinder Firm Creation and Formalization? Evidence from Brazil. Discussion Paper 011 | 2014. Rio de Janeiro: Institute of Economics.

Rojas, A. M., N. Rapoport, P. Zamora y C. Scartascini. 2018. Incentivos ciudadanos para la higiene urbana. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/es/our-projects/incentivos-ciudadanos-para-la-higiene-urbana>.

Rojas, A. M., G. Gerner y C. Scartascini. 2019. Reducción de las barreras conductuales frente al uso de la telemedicina. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/es/our-projects/reduccion-de-las-barreras-conductuales-frente-al-uso-de-la-telemedicina>.

Scartascini, C., F. G. Cafferata y D. W. Gingerich. 2020. Tempering the taste for vengeance: Information about prisoners and policy choices in Chile. IDB-WP-1128. Washington, D.C.: BID. <https://publications.iadb.org/en/tempering-the-taste-for-vengeance-information-about-prisoners-and-policy-choices-in-chile>.

Scartascini, C. y P. Zamora. 2020. Incentivos para servidores públicos. El rol de los insights conductuales. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://behavioral.iadb.org/index.php/es/our-projects/incentivos-para-servidores-publicos-el-rol-de-los-insights-conductuales>.

Thaler, R. H., and C. Sunstein. 2008. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

Torrente, F., J. Bustin, F. Triskier, N. Ajzenman, A. Tomio, R. Mastai y F. López-Bóo. 2020. Effect of a social norm email feedback program on the unnecessary prescription of nimodipine in ambulatory care of older adults: A randomized clinical trial. *JAMA Netw Open*, 3 (12): e2027082.

Vázquez, L., E. Valera, M. Villalobos, M. Tous y V. Arijá. 2019. "Prevalence of Anemia in Children from Latin America and the Caribbean and Effectiveness of Nutritional Interventions: Systematic Review and Meta-Analysis." *Nutrients*, 11 (1): 183. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/nu11010183>.

Villagómez, F. A. 2014. El ahorro para el retiro. Una reflexión para México. *El trimestre económico*, 81 (323): 549-576.



