

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

La influencia de la Economía del Comportamiento en las Políticas Públicas
The influence of the Behavioral Economy in Public Policies

Autoría: D^a. Silvia Almeida Hernández

Tutorizado por: D^a. María Gracia Rodríguez Brito

Grado en ECONOMÍA
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2019/2020

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA
11 de Junio de 2020

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO: UNA BREVE INTRODUCCIÓN.....	4
2.1 CREACIÓN DE PENSAMIENTOS.....	6
2.2 LOS SESGOS SISTEMÁTICOS.....	7
3. APORTACIONES DE LA ECONOMÍA CONDUCTUAL A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.....	9
4. USO Y ALCANCE DE LAS PERCEPCIONES CONDUCTUALES EN EL DISEÑO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS: EXAMEN DE ALGUNOS EJEMPLOS A NIVEL MUNDIAL.....	13
4.1 SERVICIOS PÚBLICOS.....	14
4.2 SANIDAD.....	14
4.3 EDUCACIÓN.....	17
4.4 IMPUESTOS.....	20
5. LOS NUDGETS COMO HERRAMIENTA POLÍTICA PÚBLICA: LA GESTIÓN DEL COVID-19 EN ESPAÑA.....	24
6. CONCLUSIONES.....	34
7. BIBLIOGRAFÍA.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número de políticas llevadas a cabo según los diferentes sectores a nivel mundial.....	23
Tabla 2: Número de políticas llevadas a cabo por país.....	24
Tabla 3: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para la utilización de mascarillas.....	26
Tabla 4: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para aquellos que presentan síntomas del virus.....	27
Tabla 5: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para mantener la distancia de seguridad.....	28
Tabla 6: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para cuidar de los grupos de riesgo.....	29
Tabla 7: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para evitar adicciones durante el confinamiento.....	30
Tabla 8: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para evitar difundir falsa información.....	31
Tabla 9: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para cuidar la salud mental durante el confinamiento.....	32
Tabla 10: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para obtener hábitos saludables durante el confinamiento.....	33

RESUMEN

El objeto de estudio de este trabajo es comprobar la influencia de la Economía del Comportamiento en el diseño de las políticas públicas. Para ello, se han revisado distintos artículos científicos, estadísticas de organismos oficiales además del examen de diferentes actuaciones llevadas a cabo por el Gobierno de España en este marco para intentar frenar la COVID-19. Tras un ejercicio de análisis, se ha comprobado el impacto positivo que posee introducir el estudio del comportamiento de los individuos desde la perspectiva de la economía conductual. Esto se debe a las carencias asociadas a las teorías neoclásicas consideradas hasta el momento, en el que se presenta al ser humano como racional que busca su bienestar óptimo.

Palabras clave: economía del comportamiento, políticas públicas, COVID-19, España.

ABSTRACT

The object of study of this work is to verify the influence of the Behavioral Economy in the design of public policies. For this, different scientific articles, statistics from official organizations have been reviewed, as well as the examination of different actions carried out by the Government of Spain in this framework to try to stop COVID-19. After an analysis exercise, the positive impact of introducing the study of the behavior of individuals from the perspective of behavioral economics has been verified. This is due to the deficiencies associated with the neoclassical theories considered so far, in which the human being is presented as rational seeking his optimal well-being.

Key-words: economía del comportamiento, políticas públicas, COVID-19, España.

1. INTRODUCCIÓN

El objeto de estudio de este proyecto es la influencia de la Economía del Comportamiento en las políticas públicas. La Economía Conductual es una disciplina que integra economía y psicología y cuyos orígenes pueden ser explicados a través de un contraste con la economía neoclásica. Durante gran parte del siglo XX, los economistas utilizaron un modelo racional del individuo que no incluía aceptar emociones. Esta rama de la economía surge como una alternativa más realista, en la que se acepta que las personas toman decisiones donde influyen: impulsividad, emociones tales como vergüenza, envidia, miedo...y el afán de acatar las normas sociales. El motivo de esta investigación reside en la puesta de manifiesto de la importancia del conocimiento del comportamiento para implementar políticas públicas efectivas. Figuras como el presidente del Grupo Banco Mundial en 2014 afirmaban la destacada utilidad que podría suponer en cuestiones de pobreza y desarrollo el uso de esta materia. A lo largo de esta indagación se diferencian los diferentes asuntos en los que la Economía del Comportamiento puede intervenir y apoyar.

El objetivo central ha sido valorar las actuaciones que ha realizado el Gobierno de España a razón del COVID-19 siguiendo las pautas de la Economía Conductual. Para realizar este análisis se han estudiado los diferentes mensajes que ha lanzado el Ministerio de Sanidad durante el periodo que comprende el inicio de la cuarentena española en el mes marzo hasta los días de hoy.

Tras la introducción, el trabajo se estructura de forma que en el segundo apartado se profundiza en desarrollar qué es la Economía del Comportamiento, tratando sus orígenes y la contraposición que presenta frente a la teoría neoclásica además de cómo crean pensamientos los individuos y los diferentes sesgos que pueden darse en esos pensamientos. En el tercer apartado, se incluyen las aportaciones que hace la Economía del Comportamiento a la creación de políticas públicas. A continuación se ejemplifican algunos casos donde se ha aplicado la economía conductual según un informe de la OCDE en 2017. Posteriormente se analizan los mensajes contra el COVID-19 que ha lanzado el gobierno español en esta materia. Por último se encuentran las diferentes conclusiones extraídas del análisis que ha resultado de este proyecto.

2. ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO: UNA BREVE EXPLICACIÓN

Se denomina Economía del Comportamiento o Economía Conductual a la materia económica que integra una combinación entre Psicología y Economía además de la Sociología y Antropología Social. A finales del siglo XX, el psicólogo George Katona, consiguió el reconocimiento de esta especialidad como independiente gracias a sus aportaciones acerca de una economía que analice los procesos fundamentándose en la contemplación del comportamiento. Posteriormente otros psicólogos y economistas tales como Herbert Simon, Amos Tversky, Daniel Kahneman o Richard Thaler han continuado desarrollando y mejorando esta rama de estudio.

Su objetivo es estudiar los factores psicológicos, cognitivos o sociales que influyen en las decisiones económicas tomadas por los individuos. Es decir, defiende el funcionamiento del mercado cuando los agentes no actúan de forma racional por limitaciones y obstáculos concernientes a los seres humanos.

Esta disciplina se encuentra en contraposición con la teoría económica neoclásica, la cual asume que la complejidad deriva de un problema de conocimiento insuficiente por parte de los agentes y no por ser una cualidad de nuestro entorno. Crea modelos que omiten comportamientos e idealizan a los agentes para poder explicar sus actuaciones de forma más simple. Esta asume que los agentes actúan de tal forma que obtienen su objetivo según algunas restricciones, con intención de maximizar y asumiendo que las empresas generan sus productos basándose en la demanda, la tecnología y la conducta de sus rivales. Para la escuela neoclásica, el "Homo Economicus" es aquel agente que no posee emociones y de carácter maximizador. Este incluye tres importantes rasgos: racionalidad limitada, fuerza de voluntad ilimitada y egoísmo.

Con el primer rasgo se propone que los seres humanos deciden de forma óptima en cada conflicto utilizando toda la información disponible. No obstante, Herbert Simon (1955) sugiere una concepción más realista, refuta la idea anterior estableciendo que el modelo estándar ignora las limitaciones cognitivas (de información y tiempo) que sufren los seres humanos y que por tanto, harían que tomaran decisiones de forma parcialmente irracional. Muchas de las desviaciones de la elección racional están recogidas en la teoría de la prospectiva (Kahneman y Tversky, 1979) que comprende cómo los individuos toman decisiones en situaciones arriesgadas. Se opone a la teoría de la utilidad esperada, que estudia casos donde los individuos deben tomar decisiones bajo incertidumbre y cuyos agentes elegirán aquella opción que les proporcione mayor utilidad esperada (la mayor suma de probabilidad y utilidad que exista). La opción que escoja estará también sometida a la aversión del riesgo del agente y a la utilidad que posea el resto.

Los autores anteriormente mencionados, plantearon a una serie de individuos problemas de elección, como por ejemplo: tener que elegir entre dos cantidades de dinero siendo una de ellas una ganancia asegurada mientras que la otra estaba sujeta a un porcentaje en el cual podría perderse todo el dinero o ganar más que en la ganancia segura. Por los resultados obtenidos, la teoría reflejó que las personas son más adversas al riesgo en situaciones de incertidumbre en las que se destacan las ganancias que pueden alcanzarse. Sin embargo, este efecto se ausenta si las cuantías de ganancias y pérdidas son bajas, lo que indica que en estos casos los individuos prefieren correr riesgos.

Mullainathan y Thaler (2000) exponen el siguiente caso para entender esto en la economía real: *"Considere el exceso de confianza. Si los inversores confían demasiado en sus capacidades, explican una anomalía importante o los mercados financieros. En un mercado eficiente donde la racionalidad es de conocimiento común, prácticamente no hay negociación, pero en los mercados reales hay cientos de millones de acciones negociadas diariamente y la*

mayoría de las carteras administradas profesionalmente se entregan una vez al año o más. Los inversores individuales también comercian mucho: incurren en costos de transacción y, sin embargo, las acciones que compran posteriormente son peores que las acciones que venden”.

En segundo lugar se encuentra la fuerza de voluntad ilimitada, la cual fue desechada por la Economía Conductual con la afirmación de que los seres humanos, incluso conociendo lo que es mejor para ellos muchas veces no lo escogen por motivos de autocontrol. Esto quiere decir, que todas las personas en algún momento han realizado algo contrario a lo que les beneficiaría (saltarse una dieta, dejar de fumar...).

Por último, dentro de los pilares de la economía tradicional aparece la teoría del egoísmo ilimitado. Establece la necesidad de los seres humanos de ocuparse primero acerca de su propio bienestar, sin reparar en el beneficio de la sociedad en la que se encuentra. Adam Smith introduce con sus obras “Teoría de los sentimientos morales” (1759) y “La riqueza de las naciones” (1776) conceptos relevantes como “egoísmo” y la llamada “mano invisible”. Define el término “mano invisible” como una metáfora que introduce a la economía de mercado como un instrumento, cuya finalidad es convertir en beneficioso para la sociedad la inclinación humana hacia el individualismo. Smith recoge en la “Teoría de los sentimientos morales” lo siguiente:

“Los ricos sólo seleccionan del montón lo máspreciado y agradable. Ellos consumen apenas más que los pobres, y a pesar de su natural egoísmo y avaricia, aunque sólo buscan su propia conveniencia, aunque el único fin que se proponen es la satisfacción de sus propios vanos e insaciables deseos, comparten con los pobres el fruto de todos sus progresos. Son conducidos por una mano invisible a realizar casi la misma distribución de las cosas necesarias para la vida que habría tenido lugar si la tierra hubiera estado repartida en porciones iguales entre todos sus habitantes, y entonces sin pretenderlo, sin saberlo, promueven el interés de la sociedad y aportan medios para la multiplicación de la especie” (Teoría de los sentimientos morales, parte IV, cap. I, pp. 184-185, para. 10)

Es decir, si todas las personas actúan de forma egoísta, sin proponérselo actúa la “mano invisible” que consigue una solución eficiente para la sociedad obteniéndose así un mercado óptimo. De esta manera queda obviada la existencia del egoísmo ilimitado ya que se le pone freno de forma natural.

En definitiva, se ha mostrado que los pilares sustentadores de la Economía del Comportamiento divergen de los presentados en la economía tradicional. Esto no implica que la última rama mencionada no sea útil ya que existen numerosos casos (aún no siendo siempre reales los supuestos anteriores) que se explican correctamente a través de esta.

2.1 CREACIÓN DE PENSAMIENTOS

Como se ha demostrado anteriormente, las personas no actúan siempre de forma racional por lo que la finalidad de la Economía del Comportamiento es estudiarlas para entender sus actuaciones. En base a estos motivos es importante entender la forma de pensar de los

seres humanos, la cual es explicada por Kahneman de forma sencilla en “Pensar rápido, pensar despacio” (2011).

En esta obra, el ganador del Premio Nobel en 2002, propone la existencia de dos sistemas a través de los que los seres humanos reflexionan. Los denomina como “Sistema 1” (sistema automático) y “Sistema 2” (sistema esforzado). El primero de ellos, en el que el autor centra su libro, es involuntario e innato, reacciona de forma rápida sin necesidad de incurrir en esfuerzos. Recoge tareas simples como asociaciones de ideas aprendidas, capacidad para entender situaciones sociales, uso de herramientas adquiridas anteriormente que no requieren de esfuerzo memorístico, insinuar al segundo sistema sensaciones, sentimientos... Sin embargo, el Sistema 2 es el utilizado para labores que necesitan una mayor atención que a menudo están relacionadas con conocimientos previos, para construir pensamientos ordenados, recurrir a la memoria para dar respuestas etc.

Los sistemas pueden influirse entre sí, es decir, el Sistema 1 puede hacer una asociación errónea y esto ser anulado por el segundo sistema o puede que encuentre algún tipo de adversidad y requiera ayuda del Sistema 2, siendo estos dos ejemplos de los numerosos casos en los que se pueden inmiscuir uno sobre el otro. También puede tener más influencia el Sistema 1 cuando el segundo está ocupado en alguna tarea, entonces las elecciones podrían volverse individualistas, el lenguaje utilizado puede volverse políticamente incorrecto, ciertas situaciones sociales pueden no manejarse de la forma adecuada... Esto tiene como resultado la afirmación de que el “sistema esforzado” se encarga de gobernar los pensamientos y las conductas.

La segmentación de las labores de estos sistemas tiene como finalidad alcanzar la optimalidad, pero en ocasiones puede llevar a lo que se conoce como errores sistemáticos. Los seres humanos tienen “racionalidad” limitada por lo que a la hora de tomar decisiones y luchar contra esas limitaciones utilizan prácticas que les permiten ahorrar tiempo y esfuerzo. Esto puede incurrir en los nombrados errores sistemáticos, los cuales provocan una distorsión de la realidad influenciando así el comportamiento económico. El listado de sesgos que presenta el autor es amplio y está relacionado en su mayoría con fallos en el Sistema 1. En la segunda parte del libro, “Heurísticas y Sesgos”, se reúnen estas principales erratas.

2.2 LOS SEGOS SISTEMÁTICOS

El primer ejemplo es la *Ley de los Pequeños Números*, que resume la escasa aptitud que tiene el Sistema 1 de relacionarse con hechos estadísticos. Esto manifiesta que las personas tienden a relacionar hechos y por ello sacan conclusiones de muestras pequeñas que no tienen un valor concluyente estadístico. Los seres humanos poseen inclinación a engrandecer lo que vemos, motivo que provoca el convencimiento de que muestras pequeñas evidencian la realidad de forma fiel. Por ejemplo, una persona que ha sufrido una intoxicación en un restaurante italiano y a raíz de este hecho tacha a todos los restaurantes italianos de vender

comida en mal estado. Esto pudo haber sido una situación aislada, pero según esta Ley los individuos deciden afirmar que no lo es por una sola muestra.

Seguido a este sesgo se encuentra el de *Anclas*, sugiere que si se da a un sujeto una información previa (el ancla) sobre alguna cuestión, a la hora de decidir este se verá influenciado por esa información sin importar si es relevante. Es decir, si a un individuo se le presenta un objeto con un precio establecido y se le pregunta qué precio debería tener para él, sin poder evitarlo el importe que diga será similar al precio con el que se le ha presentado. Aún así existía un debate para determinar qué impulsaba el *efecto ancla*: un tipo de anclaje se produce por un procedimiento de ajuste y el otro por un *efecto priming*. El efecto de ajuste sucede cuando se realiza una cuestión y para obtener la respuesta la persona pensará en un ancla, a partir de ahí tomará argumentos que le guíen en la dirección de la respuesta correcta alejándose del ancla (es una tarea perteneciente al Sistema 2). Serviría para tomar decisiones con cantidades en incertidumbre.

Por otro lado, el efecto de primacía o predisposición surge cuando un estímulo (una imagen, experiencia...) recibido influye en las respuestas posteriores. Un ejemplo de este producto sería la forma de votar de las personas en elecciones, pues si un candidato aparece con más frecuencia que otros en los medios de comunicación será más fácil que sea recordado y por tanto obtiene más probabilidad de ser votado. Es una respuesta involuntaria que atañe al Sistema 1. La sugestión es un *efecto de priming* y es lo que provoca su relación como anclaje. Las operaciones automáticas del Sistema 1 son las que explican el anclaje y la sugestión.

En tercer lugar se encuentra el *sesgo de disponibilidad*, que son los errores que cometidos al utilizar la heurística de la disponibilidad ("acortamientos" del camino que realiza la mente para llegar a respuestas). Esta heurística está basada en valorar cuánto de probable es un suceso cuestionándonos la rapidez con la que llegan ejemplos a la mente sobre ello. En el sesgo de disponibilidad intervendrán los siguientes elementos: hechos que el individuo haya escuchado o leído en medios de comunicación, experiencias recientes y experiencias personales. Los medios de comunicación se modelan para adaptarse al público, utilizan sucesos poco probables que los receptores en su mente hacen más usuales de lo que realmente son. Esto hace clara referencia al suceso del virus Covid-19 en este año 2020, se ha creado por los medios lo determinado como el fenómeno de "cascada de disponibilidad". Es decir, se ha retroalimentado a los individuos con muchísima información negativa provocando así preocupación, la cual impulsó a la población a realizar compras en supermercados de forma masiva. No obstante, también es una importante herramienta de marketing y publicidad, ya que normalmente los sujetos a la hora de consumir suelen recurrir a elegir marcas de productos que ya conocen o con la que quizás han sido bombardeados de propaganda.

En relación a la heurística de la disponibilidad encontramos el *sesgo de retrospectiva*, surge cuando tras ver los resultados de un suceso el sujeto modifica el pensamiento que tenía sobre lo que iba a suceder creyendo que sabía lo que realmente iba a pasar. Se podría observar este sesgo en la dada situación actual, cuando los gobierno anuncian una medida frente a un problema que finalmente no resulta ser la adecuada, la población en contra del gobierno

comenta que ya sabía que no funcionaría (sin tener ningún tipo de conocimiento sobre la materia).

Existe también el *sesgo confirmatorio*, que radica en la suficiencia de los individuos para aceptar de forma más válida una información por el simple hecho de que confirma lo que piensa o porque ampara una opinión antecedente del individuo. Este tipo de desviación cognitiva puede provocar que los seres humanos reciban información sesgada, ya que es un tipo de raciocinio selectivo que como consecuencia puede llevarles a elegir solo el tipo de información que defienda lo que ellos creen, rechazando así información contraria a sus ideas. Conlleva carencia de criterio ligada a solo interesarse por lo que se quiere creer, prejuzgar, solo recordar situaciones o información que agrade... Una forma de caer en este sesgo sería analizar datos de una compañía observando solo los que indican un ambiente favorable para esta. A su vez es posible entender con la explicación anterior el sesgo de confianza en los expertos, aceptar una información con el argumento de ser válida porque proviene de un experto. Es decir, corroborar con total firmeza que mañana lloverá por haberlo dicho un meteorólogo cuando es posible que esto no suceda.

La tendencia cognitiva hacia el *sesgo de optimismo* provoca que las personas creen que tienen menos posibilidades que el resto de que algo les suceda, tener una visión positiva del porvenir que puede derivar en un exceso de confianza. Por ejemplo, una persona que piensa que una alguien de su entorno o él mismo no pueden no pueden contraer la actual enfermedad del COVID-19 y que por ello infravalore las medidas sanitarias propuestas. Por último, el “*efecto halo*” que sucede cuando en base a una información obtenida, el individuo crea una opinión alrededor de esta. Cuando se tiene conocimiento de que una persona ha realizado una buena acción, se tiende a creer por ello que esa persona es “buena” y viceversa.

La importancia del entendimiento de los sesgos y del pensamiento de los individuos reside en las explicaciones aportadas en los siguientes apartados acerca de cómo afecta a la creación de políticas públicas entender cómo razonan y se comportan los individuos.

3. APORTACIONES DE LA ECONOMÍA CONDUCTUAL A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

La finalidad de este apartado es reflexionar sobre la contribución que ha tenido el análisis del comportamiento en el desarrollo de la Economía Conductual. Concretamente en cómo ha influido en la toma de decisiones en las Administraciones Públicas dentro del campo de la Economía Pública.

A continuación se estudian los diferentes puntos que justifican la necesidad de incluir en la economía el enfoque al que apunta esta rama estudiada, indicando así su efectividad frente a la tradicional. En el presente, las decisiones que deben tomar las Administraciones Públicas están basadas en el enfoque neoclásico de la economía. Conocer el comportamiento humano, integrando ciencias como la Psicología, Antropología o Sociología, evitará incurrir en las restricciones conductuales impuestas por teorías convencionales, haciendo posible la creación de políticas públicas que puedan ser efectivas.

En primer lugar, se justifica la necesidad de la Economía del Comportamiento para afrontar la escasa capacidad de las teorías neoclásicas. La Economía Neoclásica está considerada como reduccionista, porque introduce la complejidad como un inconveniente temporal que reduce a partes básicas y simples. El objetivo del reduccionismo económico y el individualismo metodológico consiste en tratar de explicar que la interacción de conductas individuales dan lugar a fenómenos colectivos, es decir, que los fenómenos globales se explican a partir de pequeñas unidades.

Este método es utilizado en explicaciones sobre los pilares que fundamentan los modelos actuales, tres ejemplos característicos son: los modelos macroeconómicos de las nuevas medidas keynesianas en las que se fundamenta el instrumento de política monetaria “*inflation targeting*” (utilizado para controlar la inflación, donde se aplica un interés objetivo hacia el que se intenta orientar el interés real a través de modificaciones del tipo de interés u otros instrumentos), los modelos de Crecimiento Económico (donde lo importante es la preferencia intertemporal del agente y la rentabilidad de los activos de capital que los agentes pueden prever de forma racional) y por último el enfoque temporal de la balanza de pagos (el origen es el consumidor que alcanza su optimalidad teniendo una restricción presupuestaria intertemporal).

Sin embargo, la corriente del *Holismo* explica que la totalidad no puede ser descrita por las piezas que la componen, sino que es esa totalidad la que determina la conducta de las partes implicando las relaciones que hay entre estas. Además, se sujeta que los seres humanos son sociales y que sus acciones se fundamentan en el contexto en el que reside como añade Westphal: “*Los individuos son, fundamentalmente, practicantes sociales. Todo lo que una persona hace, dice, o piensa, está formado en el contexto de prácticas sociales que proveen los recursos materiales y conceptuales, los objetos de deseo, las habilidades, procedimientos, técnicas y ocasiones y oportunidades para la acción, etcétera.*” [Westphal (2003)]. Por ejemplo, el análisis del comportamiento de una familia. La conducta de cada uno de los miembros está definida por el conjunto (la familia) y estos están relacionados entre sí. Esto es lo que le da forma y sentido al todo, las interacciones recíprocas y las transformaciones que sufren los individuos.

Finalmente, en muchos estudios actuales sobre Economía, se está adoptando la idea de que la complejidad compromete la existencia de diversas organizaciones que están propiamente interrelacionadas.

Estos argumentos, junto a los ya explicados anteriormente acerca de la teoría neoclásica, como por ejemplo el de la racionalidad o el extremo individualismo, garantizan uno de los motivos por los cuales es necesario tener en cuenta las conductas de los individuos.

Por otro lado, este campo ha tenido éxito en el estudio de el ahorro de los hogares y las finanzas. En cuanto al ahorro, la Teoría del Ciclo de Vida recoge que los ahorros de los individuos dependerán de sus etapas de producción, ahorrando más en etapas de mayor producción y consumiendo esos ahorros una vez retirados. Es decir, las personas deberían elegir un estilo estable durante su vida pero ahorrar para la jubilación es un problema difícil de

autocontrol (causa principal) y es por esto por lo que la Economía Conductual ha obtenido una victoria en esta materia demostrándolo. Se demostró que las familias de ingresos bajos no suelen tener ahorros y que el consumo de los individuos disminuye cuando se retiran de la producción porque sus ingresos caen. A través de programas como el IRA o el plan 401(k) se diseñaron cuentas que incentivaron el ahorro para la jubilación, es decir, aumenta el autocontrol de las personas poniendo algunas restricciones como por ejemplo no poder sacar tus ahorros sin pagar una sanción. Generalmente las personas demuestran impaciencia con objetivos de corto plazo que con aquellos a largo plazo.

En lo que respecta a las finanzas, es probablemente la rama donde se hayan realizado más contribuciones. El primer factor que contribuyó a esto fue la economía financiera en general y la hipótesis de mercado eficiente, consiguieron generar predicciones que pudieran comprobarse en fenómenos observables. Un ejemplo es la hipótesis nombrada, realiza dos pronósticos sobre la conducta del precio de las acciones. La primera es que si los precios de las acciones evidencian seguridad en los activos, entonces son precios “correctos”, podría comprobarse a través de observar dos versiones de la misma acción en lugares distintos.

Esto fue contradicho por dos compañías que se aliaron en 1907: *The Royal Dutch Petroleum* y *Shell Transport* eran empresas de dos países diferentes que se fusionaron más tarde para formar lo que se conoce como las gasolineras Shell actualmente, para hacer frente a otras más grandes. Las empresas pretendían actuar por separado en distintos países pero poniendo un precio único (teniendo en cuenta el cambio de divisa) lo cual no fue posible debido a no solo a los diferentes impuestos y costos de transacción sino también a los límites de arbitraje. Por ello, violaron la ley económica del precio único. La segunda es que en un mercado eficiente no es posible anticipar los movimientos que tendrán las acciones, es decir, el mercado es imprevisible. Pero esto no es del todo cierto, ya que existen estudios como el de Richard Thaler que demostró que hay violaciones de imprevisibilidad. En su caso, observó que los individuos suelen responder a nuevas informaciones de forma excesiva y la forma en que esto afectaba a los precios de las acciones. La conclusión fue que si los individuos responden de forma exagerada a las noticias favorables, el precio de las acciones subirá y mientras sean pesimistas al respecto, el precio descenderá. Esto provocaría un vaticinio sobre los rendimientos futuros en el mercado que eliminaría el factor del mercado de ser inesperado.

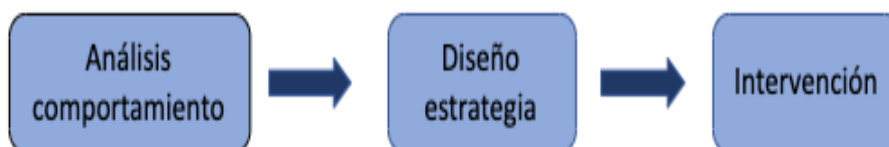
El estudio sobre la racionalidad de los consumidores también ofrece una nueva visión apoyada en la Economía del Comportamiento que choca contra las teorías anteriores sobre estos. Un consumidor razonable, que equivale a un consumidor cuya conducta es más usual, según la noción original sería aquel que actúa de forma previsible en la mayoría de las ocasiones. Se habría creado este concepto con el objetivo de definir un modelo que regule los incumplimientos que se realicen contra los consumidores, pero finalmente no terminó utilizándose como el instrumento para estructurar la realidad que se pretendía. Entonces, según esta norma para que un consumidor individual sea protegido por la ley debe cumplir el principio de racionalidad. A razón de este criterio, si esto no fuera exigido los consumidores se volverían irresponsables porque tendrían la certeza de que la ley les defendería incluso aunque la situación hubiera sido acontecida por su imprudencia. Pero a través de algunos análisis

realizados en esta materia de consumo, se pone de manifiesto el hecho de que no en todas las situaciones el comportamiento de un consumidor se corresponde con el definido por el de “consumidor racional” relacionado con el *Homo Economicus*. Es necesario volver la definición original de consumidor real para que la ley pueda proteger a todos los consumidores por igual sin necesidad de decidir, que sea empleada para luchar contra infracciones que realizan las empresa como por ejemplo engaños publicitarios, ocultar información...

Tras estos argumentos, la Economía del Comportamiento ha demostrado las restricciones en sus teorías que presenta la Economía Neoclásica en diferentes ámbitos. Integrar el análisis económico positivo, el cual intenta evidenciar la realidad con confirmaciones de causa y efecto requiere introducir también el análisis normativo, donde se realizan juicios de valor. Esto implica introducir la controversia en las políticas públicas, es decir, establecer cuando el Estado debe interponerse en la libertad de toma de decisiones de sus ciudadanos para velar por sus beneficios. Apoyarse en el modelo correcto de comportamiento humano no es solo importante para establecer la eficacia de ciertas políticas sino también para determinar su implicancia normativa.

Para formular políticas es fundamental considerar lo que impulsa las decisiones y conductas de los individuos en lugar de confiar en conjeturas sobre cómo deberían actuar. Esto de lo que se encarga la Economía del Comportamiento, de suministrar información a los organismos públicos que explique el modo de comportamiento de los ciudadanos para implementar soluciones políticas a gran escala que sean efectivas. Al integrar esta rama económica en la formulación de políticas, las consecuencias de la política impuesta en el comportamiento pueden ser anticipadas, y en última instancia, diseñar y entregar políticas más efectivas que puedan mejorar acrecentar el bienestar de la población. Todas las políticas, aún ya creadas, se pueden mejorar a través de un procedimiento que puede utilizarse también para su creación, que pasa por analizar conductas, realizar estrategias e intervenciones y posteriormente plasmar el cambio.

El presente esquema resume el marco básico en el que operaría la política pública desde la perspectiva de la Economía del Comportamiento. Inicialmente, se necesita definir el problema para el cual se quiere crear una política pública. Esto lleva a establecer objetivos para solventar los inconvenientes determinados y por tanto, a realizar un análisis del comportamiento de los individuos que permita diseñar una estrategia acorde a las metas que se pretende lograr. Por último, se implementaría entre los individuos la política planteada.



Una vez que se ha ejecutado este esquema hay que reunir pruebas de su funcionamiento y de su apoyo a la innovación gubernamental y, en última, mejorar los resultados de las políticas. Este conjunto de herramientas guía a los funcionarios de políticas a través de

estas etapas básicas para comenzar a utilizar un enfoque inductivo y experimental para una formulación de políticas más efectiva.

4. USO Y ALCANCE DE LAS PERCEPCIONES CONDUCTUALES EN EL DISEÑO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS: EXAMEN DE ALGUNOS EJEMPLOS A NIVEL MUNDIAL

Para guiar las decisiones de los individuos, el gobierno de un país puede dar un impulso o “*nudging*” tal como acuña Thaler a sus ciudadanos. Richard Thaler, premio Nobel de Economía en 2017, es uno de los mayores conocedores de la Economía del Comportamiento. Este economista desarrolló una tesis sobre la preferencia que tienen las personas por realizar las elecciones más sencillas en casi todos los ámbitos. El “*nudging*” o “empujón” consiste en alentar a los ciudadanos a elegir lo adecuado, se trata de presentar a las personas las alternativas que poseen cambiando la forma de presentarlas. Esto sería un tipo de paternalismo libertario, es decir, un gobierno que ayuda a su población en sus decisiones sin incumplir la libertad de elección y sin declarar una postura autoritaria. A causa de la consideración que posee la conducta individual en muchos problemas actuales de políticas públicas, los “nudges” deben considerarse como un instrumento que permite intervenir directamente en la conducta individual y que puede utilizarse junto a otro tipo de formas de regulación. Su adecuada interpretación y su introducción en el marco general de medidas de políticas públicas es fundamental. Los “nudges” se afianzan como medidas disponibles para instituciones y colaboran a enriquecer la comprensión y el tratamiento de problemas para mejorar su conclusión.

Desde 2013, la OCDE ha estado involucrada en el apoyo a las instituciones públicas que están aplicando ideas de la economía del comportamiento para mejorar las políticas públicas. Tal como revela la OCDE, los gobiernos están aplicando las apreciaciones conductuales para mejorar el funcionamiento de las políticas públicas. Esta organización presenta en el informe “Behavioral Insights and Public Policy” en 2017 el uso y el alcance de las percepciones conductuales a partir de las 100 aplicaciones realizadas en todo el mundo en sectores que incluyen: protección al consumidor, educación, energía, medio ambiente, finanzas, salud y seguridad, políticas de mercado laboral, prestación de servicios públicos, impuestos y telecomunicaciones. En el informe se sugieren formas de garantizar que este enfoque se pueda aplicar con éxito y de manera sostenible como una herramienta pública.

A continuación se procede a la explicación de algunos ejemplos que han sido seleccionados para ser incluidos en este trabajo por pertenecer a sectores estratégicos. Esto no significa que los ejemplos escogidos sean los más importantes del informe pero sí los que han suscitado interés para ser expuestos debido a la problemática a la que pretenden dar solución.

En cada caso se presenta en primer lugar el país que ha realizado la política pública y con qué objetivo. Luego se presenta el desenlace explicando cómo fue llevado a cabo el proyecto, es decir, qué diseñaron para implementarlo y por último cuales fueron los resultados obtenidos.

4.1. SERVICIOS PÚBLICOS

Aumento de la confianza en el servicio del gobierno.

En 2010 en Boston se creó una oficina, la Oficina de Nueva Mecánica Urbana del Alcalde de Boston, con la finalidad de aportar innovaciones en nuevas tecnologías, diseños y políticas para reforzar la unión entre los ciudadanos y el gobierno. Realizaron un experimento cuyo objetivo consistía en que la población aumentara su confianza en sus gobernantes. Desarrollaron una aplicación para el móvil llamada “Citizens Connect” a través de la cual los ciudadanos podían remitir solicitudes de servicio público, como por ejemplo mayor limpieza en las calles, mejora de las mismas, arreglar farolas etc. La investigación duró un año (2014-2015) y fue basada en estudios antecedentes sobre los efectos de transparencia de operaciones en la apreciación y comportamientos del valor cliente. Se valoró la cantidad de peticiones de servicio público y el número de categorías de peticiones de servicio enviadas por habitante el mes después de observar los resultados. Aquellos residentes que no obtuvieron el resultado de sus peticiones sirvieron como control. Los meses subsiguientes hubo un registro del 19,6% más de solicitudes de servicio al gobierno y en un 9.3% de aumento de las categorías. La conclusión del estudio es que a través de la transparencia, el producto de las obras públicas tuvo un efecto creciente en la confianza y el deber de la población de Boston con la Administración Central.

4.2. SANIDAD

Aumento del registro de donantes de órganos.

En Canadá, concretamente en Ontario, el gobierno utiliza la ciencia del comportamiento para mejorar sus servicios públicos incrementando su efectividad. Se realizó una colaboración entre el Gobierno de Ontario y el centro “Behavioral Economics in Action at Rotman” para intentar incentivar a los ciudadanos a incluirse en el registro de donación de órganos.

El estudio se llevó a cabo en el centro de Toronto y los individuos eran personas que visitaban un centro de servicio del gobierno todos los días durante ocho semanas. Los fundamentos de conducta aplicados y testados por separado en los formularios son los siguientes:

- Simplicidad: un formulario de registro que fuera simple, entendible y corto.
- Costo de oportunidad: es el que se reduce a la espera en fila mientras esperan su turno para ver a un representante del servicio, lo que implicaría que tuvieran más tiempo para centrarse en leer el formulario.
- Reciprocidad y empatía: trasladar al paciente en el formulario situaciones en las que él pueda verse incluido, como por ejemplo si fuera él el que necesitara el trasplante.
- Creación de un folleto informativo que se entrega al individuo con el formulario.

El funcionamiento de la aplicación de esos principios se determinó midiendo la aprobación de registro y confrontando los datos de aceptación recogidos antes y después de

utilizar los ajustes del comportamiento en el ensayo. El resultado fue un aumento de 2.29 veces más de los registros en comparación con el método anterior utilizado, la reciprocidad y empatía provocó una diferencia de 2.13 y 2.08 respectivamente. El formulario más reducido incrementó que se completara el procedimiento. Como los resultados fueron favorables, Ontario introdujo en la negociación el formulario que había resultado factible.

Comedores más inteligentes para elegir alimentos más saludables.

El Ministerio Federal de Defensa en Alemania es el máximo responsable de lo que concierne a la defensa y las fuerzas armadas en el país. El Servicio Médico de Defensa quiso probar si podían mejorar la salud de los trabajadores de Baviera influyendo en la comida que recibían en el comedor. Los procedimientos que se llevaron a cabo estaban basados en técnicas de empuje para que los individuos eligieran su almuerzo de forma saludable. Se estudiaron elementos como la forma de colocar la comida y bebida, el lugar donde se colocaban, colocación de publicidad que incentivara a consumir productos saludables, colores de los platos... Influyó de manera positiva en los trabajadores ya que comenzaron a consumir productos más saludables a raíz de la intervención, los cambios fueron representativos. Colocar la fruta visiblemente sobre otros productos menos saludables e incluso ofertar en menor medida esos productos, hizo aumentar la frecuencia de las opciones saludables. Por lo tanto, este estudio demuestra que se puede contribuir a mejorar la nutrición de individuos empujándoles en sus decisiones a la hora de elegir alimentos.

Estudio de estilo de salud: segmentación de escolares y adultos.

En Hungría, la salud de los habitantes del país es muy baja en comparación a su PIB. Esto puede ser provocado por las conductas insalubres que se han extendido en la población durante años. El Instituto Nacional para el Desarrollo de la Salud en Hungría tuvo en cuenta que un cambio de comportamiento era un instrumento fundamental para elevar el nivel de salud. Realizaron un cuestionario para conocer el estilo de salud de la población cuya finalidad dividir a los individuos en segmentos en los que se pudiera controlar la salud de los individuos. Las preguntas del cuestionario estarían relacionadas con el conocimiento y actitud, la salud mental, bienestar personal, rasgos psicológicos, conductas de salud, soporte social, consumo de medios, características demográficas... Se tomaron muestras de dos etapas vitales relevantes según las edades, una eran alumnos de 5º, y 9º (7500 alumnos) y la otra de adultos mayores de 18 años (5500 individuos). Una vez estudiados los resultados, se reconocieron 13 estilos de salud basados en la muestra representativa de adultos, tres en niños de edad escolar en 5º y cinco en niños de 9º. Se realizaron estudios también en niños de 6º y 7º grado pero no se encontraron grupos de estilo de salud definibles. Todos estos grupos tienen diferencias características que hace necesario aplicar distintos métodos de cambio de comportamiento y tácticas de prevención para cada grupo.

Por ejemplo, en los niños de 5º se encontró un consumo masivo de "fast food" y bebidas energéticas además de un estilo de vida sedentario. Este grupo carece de confianza en sí mismo y no tienen motivaciones en los colegios, por ello puede reducir la confianza en la competencia individual. Si se incrementa el éxito en los colegios, los miembros del grupo aumentarán su

autoconfianza que podrá influir de forma favorable en su motivación y compromiso hacia el aprendizaje. Esto podría ser logrado a través de actividades escolares que se centren en potenciar las habilidades que proporcionan satisfacción personal a los alumnos. Y a partir de mejorar estos aspectos, podrían ser implantadas intervenciones en salud que consigan ser más efectivas, porque los niños podrán entender cómo afectan sus acciones y cómo controlar su comportamiento para adoptar otros nuevos.

Uso de normas sociales para reducir la prescripción excesiva de antibióticos.

Las normas sociales han sido el centro de los intentos por mejorar la salud desde un enfoque tradicional, normalmente constituyen fuentes poderosas para informar sobre riesgos o beneficios. También porque es sencillo que una norma social se difunda por redes sociales alcanzando así más público. Un ejemplo de cómo usar una norma social de forma práctica es decirle a los demás qué harían otros en su situación ya que los individuos tienden a tomar como referencias a otros. Mostrar que un comportamiento es beneficioso es habitual puede aumentar los niveles de esa conducta, pero también funciona de la forma contraria.

El problema de la resistencia de las personas a los antibióticos ha incrementado la mortalidad, el sobrepeso y el costo de la atención médica además podría alcanzarse una resistencia que perjudicara procedimientos médicos. En Reino Unido se han recogido datos que indican que usualmente se recetan antibióticos que en otros países, lo cual implica que un paciente utilice un medicamento cuando no está indicado. El Director Médico de Inglaterra y el BIT del Reino Unido se unieron para comunicar cierto cambio en las conductas actuales a través de normas sociales que reducirían la prescripción indebida y excesiva.

El experimento utilizó bases de datos disponibles para identificar las prácticas de médicos clínicos cuya la tasa de prescripción de antibióticos fuera el 20% superior para su Área Local del Servicio Nacional de Salud (NHS) Equipo. Las prácticas se asignaron al azar en dos grupos de médicos en septiembre de 2014. El grupo de tratamiento recibió una carta en la que se describía cómo el 80% de pacientes eran prescritos con antibióticos información sobre el uso de los antibióticos sobre los mismos. Mientras el grupo de control no recibió comunicación. En diciembre de 2014 se volvió a dividir la muestra en dos grupos pero esta vez dando información a uno de los grupos información que fomentaba el uso reducido de antibióticos y el otro no recibió información. Se reclutaron 1581 prácticas de médicos y asignadas al grupo de intervención divididas entre el tratamiento (791) y el control (790).

Los resultados se recogieron entre octubre 2014 y marzo 2015. En seis meses, los médicos que recibieron la carta disminuyeron sus prescripciones de antibióticos en 3.3% con respecto a aquellos que no la recibieron, la cual es una cifra significativa. Fueron 73.406 dosis menos en 790 prácticas. La información enfocada en el paciente no afectó de forma importante el resultado medido por el primer tratamiento. A final de marzo 2015, el grupo de control tuvo el mismo efecto que el grupo de tratamiento. Se calcula también que su actuación redujo un 0.85% en los antibiótico a nivel nacional durante el periodo del ensayo. Esta intromisión ahorró bastante más que lo que se gastó en realizarla. Los investigadores deducen que dar retroalimentación de

la norma social puede disminuir la prescripción de antibióticos, este planteamiento podría utilizarse además en otras áreas.

Aumentar la absorción de condones en las zonas rurales de Zambia.

El Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania trabaja en proyectos en países en desarrollo de todo el mundo. Para ello ha utilizado de forma recurrente ideas conductuales en la planificación y diseño de sus proyectos. Este Ministerio se asoció con la Universidad de Heidelberg, los Institutos Americanos de Investigación, el Family Health Trust, una ONG de Zambia y Palm Associates (un instituto de investigación cuya sede está en Zambia) con el objetivo de observar el efecto del precio en la demanda de condones e investigó variables como: influencia del tiempo, privacidad, existencias, conveniencia de adquirirlos y cómo se relacionaban los efectos del comportamiento con ellas. El experimento tuvo una duración de cuatro meses en una zona rural de Zambia donde previamente al estudio solo se podían adquirir condones gratis en clínicas de salud. Se asignaron aleatoriamente tres precios diferentes a 119 grupos de pueblos que se encontraban cercanos a la clínica. Los voluntarios de salud comunitaria que viven en estos grupos de aldeas se alistaron para venderlos con el precio que se les hubiera asignado en su grupo.

La cantidad de condones comprados en toda el área de estudio se estudió a través de recopilar datos en cada agente de venta y en las clínicas. Pudieron analizar así la sensibilidad al precio de la demanda de condones de marca y el efecto del acceso a los condones gratuitos sin marca, revelando preferencias sobre precio y ubicación para la adquisición según características demográficas.

El estudio halló que la absorción del condón es sensible al precio. La demanda disminuyó en un 44% cuando el precio aumentó de 25 a 50 unidades de la moneda de Zambia y en un 46% cuando el precio aumentó en 100 ZMK (Kwacha zambiano), que era concretamente el precio de comercialización social subsidiado que se encuentra en la ciudad más cercana. Por otro lado, la población rural está dispuesta a pagar por condones, hubo una incidencia de adquisición en los agentes 12 veces mayor que en las clínicas. Se vendió tres veces más en comparación con la cantidad de condones repartidos en las clínicas.

Los costos de viaje y la conveniencia de adquisición fueron barreras para la adquisición. Un poco más de la mitad de los clientes (57%) informaron que optaron por comprarlos porque la clínica se encuentra a una distancia lejana. Además la población que vive en el mismo pueblo que un agente adquirió más condones que a aquellos agentes que estaban en los alrededores, es decir, que incluso las distancias que no son largas importan. El factor demográfico es también influyente, solo un 15% de las mujeres compraron condones. El promedio de los clientes eran jóvenes, bien educados, con menos hijos y probablemente los solteros son aquellos que los adquirieron en las clínicas (por tener menos ingresos). La información obtenida es importante para enfocar los programas de distribución de condones, ya que releva a quién no llega y qué modelo será más efectivo en algunos grupos. Los encargados de diseñar las políticas deben proporcionar preservativos con un porcentaje muy alto de subsidio por la influencia del precio en la absorción de los mismos. Además trabajar con voluntarios como agentes de venta y una ONG

local, educándoles en algunas enfermedades de transmisión sexual podría ser fundamental para gestionar el reabastecimiento y crear un modelo de trabajo prometedor para incrementar el uso.

4.3. EDUCACIÓN

Proyecto extracurricular.

En 2010 se creó la “participación masiva; oportunidad y acceso; desarrollo y programa de crecimiento” (MOD) por parte del Departamento de Asuntos Culturales del Gobierno del Cabo Occidental. Es un programa que pretende crear una sociedad en Cabo Occidental inclusiva, creativa y activa. En estos centros, localizados en colegios, se realizan actividades deportivas, de entretenimiento, culturales... Existen 181 Centros MOD que proporcionan actividades en comunidades menos favorecidas y colegios desatendidos. Un incentivo fue intentar mantener a los jóvenes comprometidos y darles apoyo para que en las escuelas obtuvieran resultados positivos en cuanto a sus calificaciones, emociones y en socialización. El análisis de los resultados se realiza a través de estudiar el efecto que tiene el MOD sobre el desempeño de los alumnos y también identificar como influye que los entrenadores envíen mensajes a los padres para mejorar la asistencia de los alumnos. Se utilizaron encuestas para conocer los problemas e imponer soluciones.

Crearon proyectos piloto de cambio de conducta que pretendía conocer si los empujones de comportamiento podrían mejorarla implementación de la política. Está dividido en dos fases, en la primera se desarrollan ideas y se implementaron dos niveles de comunicación en las escuelas. Se utilizaron ideas de comportamiento para diseñar carteles y pegatinas para dar a conocer los centros MOD. Participaron 90 escuelas que se dividieron en 45 tratamientos y 45 control. El número de estudiantes que asistió a programas asiduamente fue la unidad de medida utilizada.

En la segunda fase, se probaron tres proyectos por separado, el primero consistió en medir el impacto de la asistencia al centro en relación con las calificaciones del alumno. Fue medido observando datos demográficos de líderes y puntuaciones de exámenes de 3,6 y 9 grado, finalmente se concluyó que de 9.800 estudiantes (40% de la muestra de 172 escuelas ya que no todas tenían resultados sistémicos de las pruebas) 144 asistieron al menos una vez al centro MOD.

El segundo proyecto se trataba de comprender rasgos de comportamiento de los entrenadores del centro que están relacionados con la asistencia y proporcionar información para medir con éxito estos rasgos mientras se reclutan entrenadores. Se utilizaron encuestas auto informadas junto con elecciones individuales. Los entrenadores participaron en cinco tareas experimentales (durante tres horas) y posteriormente rellenaron un cuestionario individual. El cuestionario recogía información como edad, género, educación, ingresos y método de reclutamiento, pero también cuestiones que medían elementos específicos de la personalidad.

Las tareas fueron diseñadas para obtener una forma de medir paciencia, cooperación, confiabilidad, honestidad y egoísmo.

El último proyecto pretende conocer si enviar mensajes a los tutores legales de los estudiantes tiene algún efecto positivo en cuanto a la asistencia y participación en el programa. Se eligieron 10 estudiantes de primaria y 8 de secundaria de 18 de las 24 escuelas. Se enviaron mensajes cortos a los padres de los alumnos asignados al grupo de tratamiento (el cual se dividen en dos subgrupos) mientras que los padres pertenecientes al grupo de control no recibieron mensaje.

Los mensajes estaban relacionados con proyectos llevados a cabo en EEUU y literatura que se adaptada al contexto de población de bajos ingresos del Cabo Occidental. El primer grupo de tratamiento recibió mensajes sobre la asistencia real que había habido la semana anterior y el segundo grupo recibió lo mismo pero con una oración breve adicional que proporcionó un beneficio a largo plazo de asistir al programa. Los mensajes incorporaron las siguientes ideas de conducta: mejora de los alumnos en cuanto a oportunidades y contribución al desarrollo, estaban personalizados con la finalidad de ser cercanos, crear una impresión en los recuerdos de los destinatarios a través de resaltar la asistencia, crear “anclas” inconscientes para el comportamiento haciendo uso de la norma social de asistir a 3 sesiones por semana, reforzar los sentimientos de los padres para propiciar eficacia y ver la educación como un bien de inversión además de originar una aversión a la pérdida en aquellos que no asistieron al centro remarcando las oportunidades perdidas por no haber ido.

En la primera fase se concluyó que el piloto conductual tiene beneficios en cuanto a la asistencia del alumno, incrementando las tasas diarias dentro de las escuelas de tratamiento y atrayendo así a más alumnos al programa MOD. En el tiempo posterior las escuelas de tratamiento tenían un 25.6% más de estudiantes que asistían por día. Sin embargo, no hubo cambios en la frecuencia con el cual los alumnos contribuyeron al programa.

Mejora de la alfabetización de adultos.

Los adultos que no poseen habilidades de alfabetización y aritmética tienden a obtener salarios más bajos debido a que su productividad es menor, a parte de tener más tendencia a sufrir exclusión social y problemas de salud. Inglaterra se encuentra por debajo del promedio en cuanto a habilidades de alfabetización y matemáticas. Por ello, la OCDE intenta conocer cómo podrían ser utilizadas las técnicas conductuales para mejorar a los adultos en las habilidades comentadas. En septiembre 2014 surge el “Behavioral Insights Research Center for Adult Skills and Knowledge” donde se realizan investigaciones y proyectos con la finalidad de producir prácticas políticas a través de herramientas para empleadores, proveedores y estudiantes adultos. Uno de los primeros conflictos abordados fue la retención y el logro de tarifas en programas educativos para adultos.

En los primeros ensayos llevados a cabo, el centro se propuso averiguar si usando las ideas relacionadas con la ciencia del comportamiento provocarían interés en los adultos en

mejorar sus bajas capacidades en inglés y matemáticas. Se realizó un experimento a gran escala probando la utilización de mensajes incentivadores que fueron enviados a estudiantes de 19 años o más que se habían matriculado en cursos de inglés y matemáticas en dos universidades de educación superior del Reino Unido. La selección para el estudio fue al azar y todos los alumnos que estaban en las clases de tratamiento recibieron mensajes, al contrario que el grupo de control.

Los mensajes se enviaron a dos mil estudiantes durante el periodo del curso, estaban enfocados en persuadir de cuatro creencias a los estudiantes: que lo que aprenden es importante, que pueden tener éxito, que la práctica es relevante para mejorar y que son integrantes de la universidad. Además algunos mensajes ayudaban a planificar la asistencia y a cómo revisar los materiales del curso. La finalidad del proyecto era incrementar la perseverancia promoviendo su motivación para aprender. La asistencia semanal se midió eliminando aquellos estudiantes que dejaron de asistir al curso (se consideraba así si hubiera estado ausente tres semanas) y comparó con la asistencia en aquellos que no recibieron mensaje.

En los resultados del experimento se encontró un aumento de la asistencia promedio en un 7% para el grupo que recibió los mensajes en comparación con el grupo de control. La tasa de abandono de estudiantes consiguió disminuir en un 36% en el grupo que recibió mensajes. El Research Center pudo concluir que utilizando mensajes de texto alentadores, es decir, basados en una retroalimentación positiva que incluya apoyo social y planificación u organización se consigue mejorar la asistencia y retención en programas de educación de adultos. Varias instituciones universitarias de Reino Unido pretenden implementar mensajes similares a raíz de este estudio. Por tanto, a largo plazo, gracias a la información conductual podría mejorar la alfabetización y aritmética en el país.

4.4. Impuestos.

Incremento en el cumplimiento de las PYME.

En la economía irlandesa, el sector de las PYME contribuye de forma relevante en la actividad económica y en el empleo. Representan 99.8% de las empresas activas, 62% del empleo y 50.1% de la facturación. Los problemas a los que el sector se enfrenta están relacionados con la competencia, el acceso a la financiación, regulación y la carga fiscal general. Los ingresos apoyan al sector de las PYME con el objetivo de facilitar el cumplimiento de los contribuyentes, hacer más sencillos los procedimientos de ingresos, disminuir costos relacionados con cumplir obligaciones fiscales y arancelarias y también proporcionando un servicio de calidad a los clientes.

La institución irlandesa de recaudación de impuestos de los ciudadanos empleados (Revenue) realizó una encuesta para conocer el grado de satisfacción con el servicio al cliente que proporcionaban, la carga administrativa que enfrentan las PYME y los factores que influyeron en su cumplimiento. Decidieron usar una encuesta para ver el efecto que podía tener personalizar las encuestas en las respuestas entre las empresas, basándose en una

investigación sobre la influencia de la personalización de la correspondencia y sus efectos positivos. De la muestra de dos mil clientes comerciales a quienes se le envió la encuesta, el 15% se asignó aleatoriamente a un grupo de tratamiento recibiendo una nota personalizada junto a la encuesta, mientras que el porcentaje restante fue el grupo de control que recibió solo la encuesta. Se utilizó tres letras diferentes para probar la personalización pero también las normas sociales con una letra de control como la tercera

Lo primero hallado en el proyecto fue que las tasas de respuesta a los cuestionarios de la encuesta son notablemente mayores si se adjunta una nota personalizada y más rápidas. Después de los primeros quince días, la tasa de respuesta del grupo de tratamiento fue del 36% en comparación con el grupo de control que fue un 19.2% por lo que se demuestra un aumento de las tasas en total del 88%. Los resultados declaran que la efectividad de la nota personalizada aumentan las tasas de respuesta aunque el tiempo también influye, es mayor en los días inmediatamente posteriores al envío que más tarde. El producto del experimento compromete implicaciones políticas para realizar encuestas en un futuro incluso podría influir en los contribuyentes en otro tipo de situaciones.

Uso de normas sociales para alentar la pronta devolución de impuestos.

Reino Unido pierde millones de ingresos fiscales todos los años porque los contribuyentes se retrasan en sus pagos. Los motivos principales por lo que esto sucede es la falta de efectivo y la procrastinación a la que tienden los ciudadanos. El sector poblacional que se retrasa con sus pagos reciben cartas de la Oficina de Ingresos y Aduanas de su Majestad que les recuerda que deben cumplir sus obligaciones. El Behavioral Insight Team (BIT) realizó una serie de ensayos dirigidos a aumentar el potencial de las iniciativas de políticas gubernamentales, investigando la incidencia que podía tener proporcionar “empujones” en el comportamiento para motivar a pagar los impuestos. Para el ensayo se escogió de forma aleatoria a 200.000 deudores de impuestos que habían declarado su renta imponible pero sin pagar lo que debían. Se enviaron cinco cartas diferentes en cuanto a niveles de especificidad que son los siguientes:

- Normas básicas: “nueve de cada diez personas pagan sus impuestos a tiempo”.
- Norma del país: “nueve de cada diez personas en el Reino Unido pagan sus impuestos a tiempo”.
- Norma sobre las minorías: “solo una pequeña minoría no los ha pagado aún”.
- Ganancia pública: “pagar impuestos significa ganar en servicios vitales como el Servicio Nacional de Salud, carreteras y escuelas”.
- Pérdida pública: “no pagar impuestos significa que todos perdemos servicios públicos vitales como Servicio Nacional de Salud, carreteras y escuelas”.

A un sexto grupo se le envió la carta normal para que pudiera ejercer de grupo de control.

También incorporaron normas que describan lo que debe hacerse en comparación con normas cautelares que describen qué se debería hacer:

- Normas descriptivas: declarar que pagar impuestos es lo correcto.

- Normas cautelares: afirman que la mayoría de la gente piensa que pagar impuestos es lo correcto.

Los resultados se midieron como la tasa de reembolso de impuestos realizada por aquellos contribuyentes que recibieron las cartas modificadas en relación a los que recibieron la anterior a la realización del proyecto. El BIT descubrió que tanto los mensajes basados en normas como los mensajes de bien público incrementaron la probabilidad de que los individuos pagaran sus impuestos, además de observar grandes diferencias dentro de los diversos mensajes basados en las normas:

- La declaración de la norma básica hizo crecer la tasa de pago de impuestos en un 1.3% y la declaración sobre el país en un 2.1%.
- La declaración de la norma minoritaria tuvo un efecto mayor, incrementando el número de contribuyentes que realizan pagos en un 5.1%.
- Los mensajes de bien público aumentaron los pagos en un 1.6%.
- Las normas descriptivas tuvieron un efecto más notable en los pagos que las cautelares.

Finalmente se estimó una ganancia de 9 millones de libras esterlinas en un periodo de veintitrés días de lo que tendrían de otra forma. Como conclusión se destaca el uso positivo que tienen las normas sociales para motivar a pagar impuestos. Más tarde se desarrollaron otras pruebas con otro tipo de mensajes, en conjunto se consiguieron recaudar 210 millones de libras entre el año fiscal 2012 y 2013.

En la siguiente tabla se engloba en la primera columna los diferentes países del informe y el número de políticas de Economía del Comportamiento que llevaron a cabo en las diferentes áreas temáticas. De izquierda a derecha estas son: Protección del Consumidor, Educación, Energía, Medio Ambiente, Productos Financieros, Salud y Sanidad, Servicios Públicos, Impuestos y Telecomunicaciones. Dentro de cada área varía el número de políticas totales llevadas a cabo y el país que destaca en ellas.

La conclusión común de los casos presentados, es que el impacto de la economía del comportamiento ha sido positivo, mejorando así la implementación de políticas llevadas a cabo áreas de interés.

En la Tabla 1 se puede observar el número total de políticas ejecutadas en cada materia recogidas por el informe. No es de extrañar que sea el ámbito del medio ambiente donde se hayan puesto en práctica más políticas (28), debido a que es uno de los temas de consternación actuales y donde el comportamiento de la población es una variable relevante. La cooperación ciudadana puede ayudar a través de pequeñas acciones a solucionar algunos problemas medioambientales, por ello se ha intentado poner en práctica el “nudging”.

Seguido del ámbito comentado, se encuentran las Finanzas (23) y la Salud y Seguridad (20). En cuanto a las finanzas, como ha sido comentado en apartados anteriores, la Economía del Comportamiento ha tenido bastante éxito. El análisis de las finanzas desde el comportamiento de practicantes financieros ha causado gran interés y por este motivo, los países han estado verdaderamente interesados en experimentar con políticas conductuales. En

materia de Salud y Seguridad, después de comprobar que muchos de los comportamientos de salud están provocados por el entorno y la interacción que tienen entre sí los individuos, las actuaciones en políticas conductuales han sido utilizadas en aumento por sus beneficiosos efectos a través de campañas de marketing contra enfermedades como el tabaquismo, diabetes, obesidad... Es decir, ha conseguido ser de utilidad para las instituciones y por esto el número tan elevado de políticas logradas.

En contraposición a estos sectores de actuación, se encuentran otros tales como Educación, Energía e Impuestos cuyos números de actuaciones no es muy exitoso. En Educación solo se han realizado dos políticas, lo que significa que no se ha prestado gran atención a cómo se comportan los individuos con respecto a la enseñanza. Aún así es un tema realmente importante ya que existen riesgos que pueden afectar de forma negativa a las decisiones educativas, y que es peor en ambientes de pobreza. Por otro lado, a pesar de la Energía ser un asunto que puede influir favorablemente en el medio ambiente y para paliar los problemas de pobreza energética, solamente se han llevado a cabo cinco políticas. Procurar mayor intervención en este ámbito estaría ligado a contribuir a otros como salud, economía, reducción de desigualdades poblacionales....

Por último, con una cifra de seis intervenciones se encuentran los impuestos. La recaudación de impuestos supone problemas en numerosos países (sobre todo en los Latinoamericanos) y en considerables ocasiones podría apelarse a la moral a través de instrumentos conductuales para que fueran ser reducidos. Ninguna de estas áreas es menos relevante que otra para poner en práctica la Economía del Comportamiento, pero estas han sido las que menor incidencia han tenido en los casos recogidos por la OCDE en el informe de 2017

Tabla 1:. Número de políticas llevadas a cabo según los diferentes sectores de actuación.

Sector de actuación	Total políticas realizadas en cada materia
Protección al consumidor	12
Educación	2
Energía	5
Medio ambiente	28
Finanzas	23
Salud y seguridad	20
Mercado laboral	11
Servicios públicos	8
Impuestos	6
Telecomunicaciones	8

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OCDE (2017).

En lo referente al total de políticas por países, Reino Unido destaca prominentemente con la implicación de treinta políticas. En el año 2010, el gobierno británico creó el Behavioral Insights Team (BIT): el primer “equipo de expertos en comportamiento”, razón por la cual es el país del informe más implicado en este tipo de impulsos. Desde entonces han contribuido implementando políticas dentro de las áreas especificadas anteriormente y arrojando resultados positivos. También es importante destacar la colaboración que tiene el BIT con los departamentos gubernamentales para poder asesorarlos a la hora de crear políticas conductuales. Actualmente, gobiernos mundiales a nivel local y nacional están comenzando a

adoptar los enfoques de conducta además de organismos como la Unión Europea o el Banco Mundial. En segundo lugar, es España el país más implicado en la Economía del Comportamiento según este informe destacando en materias como: protección al consumidor, medio ambiente, servicios públicos y finanzas donde es mayor el número de políticas llevadas a cabo. Este importante dato sobre la utilización de la economía conductual en España, constituye la justificación para realizar un examen más exhaustivo sobre las acciones basadas en esta materia económica que ha utilizado para gestionar la crisis del COVID-19

Tabla 2: Número de políticas llevadas a cabo por cada país.

País	Total de políticas realizadas
Australia	5
Chile	1
Irlanda	3
Israel	2
España	10
Reino Unido	30
Estados Unidos	5
Sudáfrica	5
Italia	9
Suecia	3
Costa Rica	1
Dinamarca	4
Francia	2
Alemania	3
Grecia	1
Irlanda	1
Países bajos	3
Portugal	1
Rumanía	2
Bélgica	1
Polonia	2
Ghana	3
Kenia	7
Canadá	5
Hungría	1
Moldavia	1
Qatar	1
Zambia	1
Singapur	3
Nueva Zelanda	3
Colombia	3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OCDE (2017).

5. Los Nudgets como herramienta de política pública: la gestión del COVID-19 en España

En la actualidad, el tema de mayor relevancia se centra en la COVID-19, el virus surgido en China (en la ciudad de Wuhan) en el mes de noviembre se ha convertido en una pandemia azotando así a la población mundial. La Economía del Comportamiento se vuelve un tipo de herramienta fundamental para los estados en estas situaciones, ya que a través del “nudging” intentan influir en ciertos comportamientos de los ciudadanos. Existen algunos elementos relevantes de esta rama conductual que están de manifiesto durante esta crisis:

- Incertidumbre: la población desconoce el riesgo real de sus acciones sobre otros. La limitación cognitiva de los seres humanos provoca que desconozcan la probabilidad de sucesos inciertos y que por ello se confíen creyendo que es una probabilidad baja, esto hará que la conducta individual sea descuidada.
- Falta de preocupación por el presente que deriva en postergar el tomar medidas preventivas actualmente.
- Los individuos no son conscientes de que lo que ellos hagan puede repercutir en los demás tanto de forma positiva como negativa. Para las personas, tomar medidas

preventivas supone un coste por adquirir nuevos hábitos e imponer ciertas restricciones y no un beneficio con resultados a largo plazo. El comportamiento individual en este tipo de situaciones es uno de los factores más importantes para frenar una pandemia.

- Fatiga del comportamiento que puede ocurrir al tener que cumplir una conducta durante un tiempo extenso.

Estos inconvenientes conductuales conllevan retos a la hora de establecer una comunicación efectiva que haga que los individuos interioricen los mensajes de las autoridades sanitarias y realicen las prácticas recomendadas por los mismos. Algunos de los instrumentos recomendados para notificar acciones a la ciudadanía consisten en:


- Prominencia de la acción deseada, es decir, destacar el mensaje que debe ser recibido utilizando palabras simples y elementos tipográficos para absorber la información.
- Recordatorios a través de televisión, anuncios en los transportes públicos, correos electrónicos...
- Reglas prácticas y didácticas sobre las normas que las personas puedan recordar.
- Utilizar puntos de referencia y anclaje.
- Uso de opciones predeterminadas que reduzcan la problemática de elecciones.
- Herramientas de planificación.
- Reducir los pequeños costos, dar recomendaciones que faciliten llevar a cabo comportamientos de prevención.
- Encuadre/marco
- Normas sociales que muestran cómo se comportan otros y por ello influye en el comportamiento del propio individuo.
-

El interés en este apartado del trabajo se centra en analizar si el Gobierno de España ha seguido la metodología de la Economía del Comportamiento en la divulgación de las recomendaciones acerca de las prácticas que reducen la difusión del virus y mejoran la calidad de vida de los ciudadanos. En primer lugar es importante definir la problemática a la que se enfrenta para diseñar intervenciones y cuál sería el objetivo de comportamiento que se desea conseguir. Posteriormente es imprescindible explicar qué barreras han evitado que se realicen las acciones deseadas que han provocado la necesidad de lanzar mensajes y definir qué elementos de economía del comportamiento serán mejores para que los individuos interioricen los mensajes. Por último se diseña la intervención utilizando las herramientas conductuales más adecuadas, cuyo impacto será posteriormente examinado.

En lo que concierne al Ministerio de Sanidad se examinan las diferentes intervenciones encontradas.

- Definición de la problemática: la OMS recomienda la utilización de mascarillas aún estando en espacios públicos al aire libre. Las personas desconocen la forma correcta de utilizar las mascarillas.
- Objetivo: lograr que utilicen mascarillas de forma adecuada.


Tabla 3: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para la utilización de mascarillas.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no están acostumbradas a emplear mascarilla, por ello presentarán dificultades a la hora de hacerlo.</p>	<p>Aportar instrucciones sobre el adecuado uso y añadir imágenes sencillas que ilustren las acciones que se recomienda realizar.</p>	 <p>Uso correcto de mascarillas</p> <p>Realiza un uso correcto de mascarillas siempre asociado a las medidas de prevención y a las medidas para reducir la transmisión comunitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Si tienes síntomas, quédate en casa y aislado en tu habitación Mantén 2 metros de distancia entre personas Lávate las manos frecuentemente y meticulosamente Evita tocarla: ojos, nariz y boca Cubre boca y nariz con el codo flexionado al toser o estornudar Usa pañuelos desechables Trabaja a distancia siempre que sea posible <p>Haz un uso correcto para no generar más riesgo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lávate las manos antes de ponerla Durante todo el tiempo la mascarilla debe cubrir la boca, nariz y barbilla Evita tocar la mascarilla mientras la llevas puesta Desecha la mascarilla cuando esté húmeda y no reutilices las mascarillas a no ser que se indique que son reutilizables Para quitarte la mascarilla, hazlo por la parte de atrás, sin tocar la parte frontal, deséchala en un cubo cerrado y lávate las manos <p><small>© 2020 Consejo Interdepartamental de Investigación y Estrategia</small></p> <p><small>La Gaceta de la Comunidad Valenciana</small></p>

- Impacto: utilizar mascarilla en la situación actual es recomendación de numerosas organizaciones mundiales. Por lo tanto, aunque no está contabilizado aún de ninguna forma, el efecto que tendrá su uso será positivo ya que reduce si algún individuo contrae el virus evita protegiendo a los demás del contagio. Es una medida conductual que sin lugar a dudas ayudará a reducir el número de enfermos por COVID-19.

- Definición de la problemática: los individuos acuden a los centros de salud porque presentan algunos de los síntomas del COVID-19 poniéndose en riesgo de contagio a sí mismos (si realmente no está infectado) y a los demás individuos de su alrededor en el caso de tener el virus.
- Objetivo: hacer entender a la ciudadanía que deben pedir consejo médico telefónico primero si se presentan síntomas antes de acudir al hospital.


Tabla 4: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para aquellos que presentan síntomas.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
Las personas no conocen qué síntomas requieren consultar a un médico y cuales requieren aislamiento en sus domicilios.	Explicación de reglas prácticas a seguir si se presentan síntomas del virus proporcionando un plan de acción e incluyendo números de autoridades sanitarias a las que poder consultar.	 <p>Decálogo sobre cómo actuar en caso de tener síntomas de COVID-19:</p> <p>Saber cómo actuar nos puede ayudar a controlar mejor las situaciones que puedan surgir estos días y a prestar ayuda a las personas de nuestro entorno. En caso de tener síntomas (fiebre o tos o dificultad respiratoria), sigue estos pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 AUTO-AISLARSE En una habitación de uso individual con ventana, manteniendo la puerta cerrada, y, si es posible, baño individual. Si no es posible: mantén la distancia de seguridad de 2 metros con el resto de convivientes y extrema la higiene. 2 MANTENTE COMUNICADO Ten disponible un teléfono para informar de las necesidades que vayan surgiendo y puedas mantener la comunicación con tus seres queridos. 3 ¿SENSACIÓN DE GRAVEDAD? Si tienes sensación de falta de aire o sensación de gravedad por cualquier otro síntoma llama al 112. 4 TELÉFONO DE TU COMUNIDAD AUTÓNOMA Si no, llama al teléfono habilitado en la comunidad autónoma o contacta por teléfono con el centro de salud. 5 AUTOCUIDADOS Usa paracetamol para controlar la fiebre; ponte paños húmedos en la frente o dale una ducha templada para ayudar a controlar la fiebre; bebe líquidos; descansa, pero moviéndote por la habitación de vez en cuando. 6 AISLAMIENTO DOMICILIARIO Ahora que ya has hecho lo más inmediato, estudia y aplica las recomendaciones para el aislamiento domiciliario, e informa a tus convivientes de que tienen que hacer cuarentena. 7 LAVADO DE MANOS Asegúrate de que en casa todos conocen cómo hacer un correcto lavado de manos. 8 SI EMPEORAS Si empeoras y tienes dificultad respiratoria o no se controla la fiebre, llama al 112. 9 14 DÍAS Se recomienda mantener el aislamiento 14 días desde el inicio de los síntomas, siempre que el cuadro clínico se haya resuelto. 10 ALTA El seguimiento y el alta será supervisado por su médico de Atención Primaria o según indicaciones de cada Comunidad Autónoma. <p>Consulta fuentes oficiales para informarte www.msccbs.gob.es 25 marzo 2020 @sanidadgob</p> <p>ESTE VERANO LO PÁRAMOS UNIDOS</p>

- Impacto: se ha descubierto durante estos meses que hay muchísimos síntomas diferentes que son indicios de haber contraído el virus. Si la población está informada de cuáles son las señales más comunes en los enfermos sabrán cómo deberán actuar si no los tienen. Por ejemplo, la mucosidad no es un síntoma de coronavirus, por lo tanto, las personas que lo sepan podrán estar tranquilas y no acudirán a centros de salud. Este es también un mensaje eficaz.

- Definición de la problemática: los individuos interactúan de forma común a una distancia cercana que no alcanza los dos metros recomendados.
- Objetivo: conseguir que los individuos mantengan una distancia social adecuada entre ellos.


Tabla 5: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para mantener la distancia de seguridad.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas intentan beneficiarse de las buenas acciones de otros sin aportar ellos esfuerzo.</p>	<p>Utilizar mensajes que apelen a la persuasión moral y reciprocidad para aumentar su contribución personal.</p>	 <p>The infographic features the following text and elements:</p> <ul style="list-style-type: none"> Top Section: "#ESTE VIRUS LO PARAMOS UNIDOS" in large, bold letters. Below it, "DETENER EL CORONAVIRUS ES RESPONSABILIDAD DE TODOS Y TODAS. SI TE PROTEGES TÚ, PROTEGES A LOS DEMÁS." Logos: Logos for the Government of Spain and the Ministry of Health. Blue Bar: "No subestimes el aislamiento" (Don't underestimate isolation). Text: "Es una medida para evitar contagios" (It is a measure to avoid contagions). Flowchart: A sequence of three circles: "#Quedate EnCasa" (blue), "Y si tienes síntomas" (yellow), and "#Aíslate Quédate en tu habitación" (yellow). Text: "Protege a tu familia, protege a los demás" (Protect your family, protect the others). Text: "Consulta cómo aislarte en la web del Ministerio de Sanidad www.mscbs.gob.es" Footer: "25 marzo 2020. Consulta fuentes oficiales para informarte: www.mscbs.gob.es @sanidadgob".

- Impacto: la apelación a la moral es una medida muy complicada de valorar. Esto se debe a que existen individuos a los que este tipo de comunicaciones no les afectan y que no sigan la conducta adecuada que se desea. Aún así, en personas que entiendan la gravedad del asunto el efecto sólo podrá ser beneficioso para la ciudadanía ya que promueve acciones que reducirían el contagio.

- Definición de la problemática: las personas mayores o vulnerables tienen mayor riesgo de cuadros graves por coronavirus.
- Objetivo: ayudar a los individuos que están a su cargo a ser más cuidadosos en el cumplimiento de las medidas preventivas.

Tabla 6: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje cuidar de los grupos de riesgo.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de economía del comportamiento	Diseño del mensaje
Las personas subestiman la probabilidad de enfermarse y sufrir los efectos del coronavirus.	Dedicar una comunicación a víctimas identificables y destacables para que la población tome conciencia sobre el riesgo frecuente de virus.	 <p>Recomendaciones para cuidadores y familiares de personas mayores o vulnerables</p> <p>Las personas mayores o que padecen alguna enfermedad crónica pueden tener un mayor riesgo de padecer cuadros graves por coronavirus. Por ellos, hay que ser aún más cuidadoso con las medidas preventivas</p> <p>Medidas preventivas Mantén una distancia mínima de 2 metros siempre que sea posible Evita tocarte ojos, nariz y boca Lávate las manos frecuentemente con agua y jabón Usa pañuelos desechables Al toser o estornudar, cúbrete boca y nariz con el codo flexionado</p> <p>Acompáñales en la distancia Llámales Escríbelos, mándales fotos, videos, recomiéndales mantenerse activos y pide a otros familiares que lo hagan también Pregúntales Si necesitan ayuda. Por ejemplo, puedes hacerles la compra y dejársela en la puerta, manteniendo una distancia mínima de 2 metros</p> <p>Si eres cuidador Y comienzas con síntomas: #Quédateencasa y #Aíslate Busca una alternativa para realizar los cuidados y... Llama al teléfono habilitado en tu comunidad o a tu centro de salud Si tienes sensación de gravedad llama al 112 Consulta cómo actuar en la web del Ministerio de Sanidad</p> <p>4 marzo 2020 Consulta fuentes oficiales para internarse www.minsalud.gub.uy @gubecolpo</p> <p>MINISTERIO DE SALUD LO PÁRAMOS UNIDOS</p>

- Impacto: existe una población de riesgo que hay que dar a conocer para que tanto los propios individuos como los que están a su alrededor tengan en cuenta como podrían evitar o enfrentarse a la enfermedad. Si las personas de riesgo y la población que les rodea son capaces de seguir las recomendaciones citadas en los diferentes mensajes podría disminuir la tasa de mortalidad que en consecuencia tiene el COVID-19. Es decir, la mortalidad de este virus afecta en mayor gravedad a individuos con patologías previas lo que significa que sus cuidados son fundamentales. Por consiguiente, este tipo de medidas conductuales son muy importantes y efectivas.

- Definición de la problemática: durante el aislamiento las personas son más propensas a sufrir adicciones.
- Objetivo: recordar a la población el consumo de forma responsable y los daños que un abuso conlleva.


Tabla 7: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para evitar adicciones durante el confinamiento.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas recurren a sustancias psicoactivas cuando están aburridas o cuando se sienten mal y no saben qué hacer al respecto.</p>	<p>Mostrar a los individuos los efectos negativos de sustancias que generan satisfacción a corto plazo y aportar alternativas aconsejables.</p>	<div data-bbox="868 680 1358 1016"> <p>Quedarse en casa: recomendaciones saludables Consumo de tabaco o cigarrillos electrónicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Si fumas, piensa en los beneficios de dejarlo: ¡son muchos! Si lo dejaste: felicítate cada día y no recaigas. Es la mejor decisión que has tomado por tu salud ✓ Si vas a fumar, intenta hacerlo lo menos posible. Vivas solo o no, sal a la ventana o balcón y ventila bien la casa ✓ Hazlo por ti pero, sobre todo, hazlo si convives con menores, embarazadas o personas que tienen alguna enfermedad ✓ Con niños: ¡protégelos! No fumes en espacios cerrados (tabaco, cigarrillos electrónicos u otras formas de consumo), ventila, lávate las manos después de fumar y cámbiate de ropa ✓ Recuerda: el consumo de tabaco empeora el curso de las enfermedades respiratorias, como la enfermedad COVID-19 <p><small>© 2020 PAPPS Cuentas de redes sociales para información @sanidadsp</small></p> </div> <div data-bbox="868 1093 1358 1384"> <p>Quedarse en casa: recomendaciones saludables Consumo de alcohol</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recuerda que el alcohol tiene efectos negativos en la salud. Si no consumes ¡enhorabuena!, sigue así ✓ En caso de que lo hagas habitualmente, reduce su consumo todo lo posible. Sustitúyelo en la despensa por otras bebidas ✓ Si la cuarentena te causa ansiedad, beber no es una buena solución. Háblalo con tus familiares o amigos, o contacta telefónicamente con tu profesional sanitario de referencia ✓ Si estás embarazada o piensas que puedes estarlo, no bebas ✓ El consumo elevado de alcohol puede hacer que tu comportamiento te ponga a ti o a otras personas en riesgo de infectarte <p><small>© 2020 PAPPS Cuentas de redes sociales para información @sanidadsp</small></p> </div>

- Impacto: las personas que consumen tabaco y alcohol ya conocen los riesgos que conlleva. Este tipo de comunicaciones son positivas aunque puede que sean menos eficaces. Sería mejor unos mensajes que estuvieran basados en los efectos que tiene el virus en personas que consumen algún tipo de droga según algún estudio que se haya llevado a cabo.

- Definición de la problemática: la difusión de información falsa puede provocar comportamientos inadecuados que pongan en riesgo a la población.
- Objetivo: recordar a los individuos la importancia de contrastar la veracidad de la información que han recibido.


Tabla 8: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para evitar difundir falsa información.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
Las personas tienen a creer información suministrada por individuos de su confianza y medios de comunicación.	Dar consejos a la población previamente a difundir información, a través de unas auto cuestionales útiles.	 <p>Compartir mensajes en Redes Sociales</p> <p>Antes de compartir ponlo en cuarentena No contribuyas a difundir mensajes tóxicos</p> <p>¿PORQUE?</p> <ul style="list-style-type: none"> No toda la información que compartimos es verdadera, está contrastada o es útil Algunos mensajes pueden contribuir a poner en riesgo a personas vulnerables <p>Para evitar difundir mensajes falsos, antes de compartir responde a estas preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿CÓMO conozco a las personas o a la organización que ha elaborado lo que voy a compartir? ¿ES tan importante que lo comparta? ¿SERÁ de utilidad para las personas que lo van a recibir? ¿COMPARTIRLO va a colaborar a que podamos sobrellevar mejor todos esta situación? ¿ES realmente fiable? <p>23 marzo 2020 Consulta fuentes oficiales para informarte: www.msctbs.gob.es @saludagob</p> <p>#ESTE VIRUS LO PÁRAMOS UNIDOS</p> <p>GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD</p>

- Impacto: divulgar falsa información podría perjudicar gravemente a los ciudadanos. Por ejemplo, un video de incorrecto en el que se aporta consejos para prevenir el coronavirus a través de tomar infusiones, puede provocar que las personas lo tomen como verdadero sin haberlo contrastado y se confíen ante la propagación del virus. Es difícil contrastar el alcance de este tipo de mensajes pero su impacto será beneficioso.

- Definición de la problemática: a las personas les resulta complicado cuidar su salud mental durante el aislamiento.
- Objetivo: lograr que los individuos mantengan la salud mental durante el aislamiento.


Tabla 9: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para cuidar la salud mental durante el confinamiento.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas prefieren ignorar los indicios que determinan cambios negativos en su salud mental. Además la salud mental está aún considerada un tema tabú.</p>	<p>Utilizar normas sociales que hagan ver los cambios en la salud mental durante el aislamiento como algo común que puede afectar a gran parte de la población.</p>	 <p>Recomendaciones de apoyo emocional a niños y niñas durante la epidemia de COVID-19</p> <p>¿Cómo puede afectar la situación actual? En estos momentos nuestras vidas han cambiado. Los niños y las niñas pueden requerir más atención, tener problemas para dormir y/o en la alimentación y mostrar enfado, tristeza, cansancio o miedos.</p> <p>Explicale lo que está sucediendo Con palabras adecuadas a su edad y sin añadir miedos. Escucha sus preocupaciones y contesta a sus preguntas. Procura que no estén mucho tiempo recibiendo información sobre el tema. Recuérdale que es algo temporal.</p> <p>Normaliza sus emociones Explicale que estar triste, tener miedo o sentir cualquier otra emoción es normal y que las personas adultas también las sentimos y se pueden manejar.</p> <p>Un ejemplo vale más que mil palabras Sé un referente a la hora de manejar tus emociones y evita las discusiones. Cumple las medidas del estado de alarma y sigue las medidas de higiene. Estate pendiente del uso que hacen de las pantallas y de ejemplo desconectándose tu también.</p> <p>Organízate en casa</p> <ul style="list-style-type: none"> Facilita el contacto con familiares y amigos mediante videollamadas. Establece una rutina familiar adaptada a su edad e involúcrala en las tareas domésticas. Intenta diferenciar las rutinas de diario de las de fin de semana y planifica actividades para que jueguen y se relajen. <p>Disfruta del tiempo a su lado</p> <p>Consulta fuentes oficiales para informarte www.es.cdc.gov.es @sanidadgob</p> <p>Afrontar el duelo en tiempo de coronavirus</p> <p>Un familiar acaba de morir por el coronavirus... Lo que nos cuentan muchas familias...</p> <p>Tengo que dejar que salga ese dolor, tengo que soltarlo, contárselo a mí mismo/a, compartirlo con mi gente, llorarlo, escribirlo, gritarlo... Y los días que hagan falta...</p> <p>Repaso los momentos de nuestra relación, las veces que siempre nos hemos apoyado en momentos de dificultad, todo lo compartida. No quiero ser injusto/a conmigo mismo/a, cantando toda una vida en este último momento</p> <p>A veces tengo rabia, mucha impotencia, las cosas tendrían que haber sido de otra manera...</p> <p>Aunque sé que no fue decisión mía, que seguí lo indicado para evitar el contagio y proteger a los demás, a veces me siento culpable...</p> <p>Siento mucho dolor, ha sido todo tan inesperado, tan frustrante...</p> <p>No he podido acompañarle como quisiera!</p> <p>Ni siquiera pude velarle ni hacer el entierro</p> <p>Sé que ahora es imposible y que lo que he hecho es lo más responsable, por protección mía y del resto, pero me duele mucho no haber honrado su memoria con una despedida.</p> <p>Cuando todo esto pase podré hacer la despedida que a mí me querido le hubiera gustado. Ahora puedo hacerla en mi intimidad, para él/ella. Mi rito de despedida desde el corazón. Renunciar a estos ritos de despedida ha sido muy duro pero también es un gran acto de generosidad. Un gran gesto de amor que deseo dedicar a mi ser querido, honrándole de esta manera.</p>

- Impacto: este tipo de mensaje es muy útil a nivel ciudadano debido a que a las personas les cuesta reconocer la importancia del cuidado de la salud mental, que es tan relevante o más que la física. Por este motivo, que el Ministerio de Sanidad difunda información sobre la naturalidad de este tipo de afecciones durante esta etapa podrá hacer ver a otros individuos que es común y no algo vergonzoso. Así pues, es también un tipo de medida que tendrá efectos positivos.

- Definición de la problemática: durante el aislamiento los individuos tienden a descuidar sus hábitos.
- Objetivo: lograr que las personas recuperen o mantengan hábitos alimenticios saludables y hagan actividad física.

Tabla 10: Diagnóstico de barreras conductuales: diseño del mensaje para obtener hábitos saludables durante el confinamiento.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de economía del comportamiento	Diseño del mensaje
Las personas pueden no tener una rutina durante el aislamiento, lo que dificulta la consecución de hábitos saludables.	Mecanismos de compromiso, de planificación, planes de acción que ofrezca alternativas...	 <p>Quedarse en casa: recomendaciones saludables Alimentación</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sigue una alimentación equilibrada tratando de tomar fruta y verdura a diario. Elige, en la medida de lo posible, alimentos no procesados evitando productos con azúcares añadidos y grasas. Es recomendable el consumo de legumbres, huevos, arroz, pasta y pan integrales ✓ Planifica un menú para la semana y elabora tu lista de la compra ✓ Evita las bebidas azucaradas y las energéticas: la mejor opción es siempre el agua ✓ Si tienes más hambre de la habitual, haz tempié saludables: zanahorias, frutos secos no fritos, cereales, fruta ✓ Con niños: cuida su alimentación comiendo sano ¡la mejor fórmula es tu ejemplo! Involúcrales en las tareas de cocina dando color a la dieta con frutas y verduras <p>RECUERDA: el abastecimiento de alimentos está garantizado, por lo tanto, no es necesario acumular grandes compras que puedan suponer el desperdicio de los alimentos</p> <p><small>© Ministerio de Salud Campaña de hábitos saludables para el confinamiento www.minsal.cl @minsa @gubecolpo</small></p> <p><small>© PALPAS ESTE VERANO LO PARAMOS UNIDOS</small></p>

- Impacto: no tener hábitos convenientes puede afectar a las personas incluso en la etapa posterior al confinamiento. Al igual que con el tabaco y el alcohol, las personas ya conocen qué tipo de rutinas no son correctas para mantener una adecuada salud. Estas comunicaciones tendrán mayor impacto si incluyesen elementos gráficos o ideas sobre que poder hacer en los hogares en este periodo.

6. CONCLUSIONES.

La Economía del Comportamiento no ha sustituido al paradigma neoclásico pero ha ayudado a mejorarlo introduciendo el comportamiento de los individuos como una variable relevante a tener en cuenta. Las personas tienen racionalidad limitada, voluntad limitada y egoísmo limitado lo cual afectará en su forma de tomar decisiones, reforzando así la necesidad de introducir el enfoque conductual en el instante de crear políticas públicas o de renovar las ya existentes.

A lo largo de este trabajo han sido explicados diferentes ejemplos en los que para el diseño de políticas públicas se ha aplicado la economía conductual a través de los “nudgets”. En cuanto a los ejemplos recogidos a nivel mundial en sectores públicos clave, cabe señalar que se han obtenido resultados positivos derivados del uso de esta herramienta conductual. Es decir, examinando cada ejemplo seleccionado, se encuentra el cumplimiento de los objetivos para los cuales se diseñó el “nudgets”. En Boston se consiguió aumentar la confianza en el servicio del gobierno, en Canadá aumentaron los donantes de órganos, en Cabo Occidental se logró que alumnos asistieran a una escuela de actividades extraescolares y en Reino Unido se incrementaron los ingresos por pago de impuestos. Aunque se hayan mostrado resultados beneficiosos de la aplicación de “empujones”, existen defensores en su contra por argumentos basados en el paternalismo que supondría. Sin embargo, no debe haber una visión extremista sobre utilizarlos o no sino una combinación en la que encajen de forma que se involucren en espacios en los que las personas no puedan ser racionales del todo por circunstancias de falta de información, de sesgos mencionados...

Del mismo modo, se ha utilizado este mecanismo en España en la batalla contra la COVID-19. Las medidas planteadas pretenden influir en el comportamiento de sus ciudadanos para frenar la expansión del virus. Este tema está actualmente presente evolucionando y por ello no se han encontrado datos sobre las medidas basadas en el enfoque conductual que puedan ser analizadas. Pero aún así se recogen posibles impactos positivos que podrían tener los diferentes mensajes implementados en la población. El comportamiento de las personas es muy relevante para esta situación porque determinan en gran medida la propagación del virus. Por este motivo, los mensajes diseñados por el Gobierno de España tendrán posiblemente efectos beneficiosos, debido a que son en su mayoría una forma de informar a los individuos y de hacer que cumplan los objetivos que hayan sido planteados. Por ejemplo: como usar correctamente una mascarilla, cuales son los síntomas más frecuentes, como cuidar de grupos de riesgo... Es decir, son mensajes informativos y a la vez incentivos de cumplimiento de las diferentes informaciones que ofrecen.

En conclusión, la Economía del Comportamiento puede influir en la creación de políticas públicas de forma favorable tal y como se ha expuesto en diversos ejemplos en este proyecto. Por ello, cada vez son más los organismos internacionales que se están creando dedicados a abordar esta rama y aquellos que la adoptan en su toma de decisiones.

7. BIBLIOGRAFÍA.

LA ECONOMÍA CONDUCTUAL Y EL ANÁLISIS EXPERIMENTAL DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO. (2011, 8 junio). *Revista IIPSI*, 14(Nº1-11). Recuperado el 5 de mayo de 2020 de https://www.researchgate.net/publication/319473402_La_economia_conductual_y_el_analisis_experimental_del_comportamiento_de_consumo

elEconomista. (2020, 8 abril). Finanzas conductuales en tiempos de incertidumbre. *elEconomista.es*. Recuperado el 8 de abril de 2020 <https://marcas.economista.es/estar-donde-estes-negocio/noticias/10467849/04/20/Finanzas-conductuales-en-tiempos-de-incertidumbre.html>

Scartascini, C. (2016, 17 diciembre). Economía del comportamiento para mejores políticas públicas. Recuperado el 4 de abril de 2020, de <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/economia-del-comportamiento-para-mejores-politicas-publicas/>

Scartascini, C. (2018, 18 enero). Nudging a los latinoamericanos para que lleven una vida más próspera y sana. Recuperado el 21 de marzo de 2020, de <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/nudging-a-los-latinoamericanos-para-que-lleven-una-vida-mas-prospera-y-sana/>

World Bank Report. 2015. Panorama General: Mente, Sociedad y Conducta. Grupo Banco Mundial.

Brigitte Madrian. 2014. "Applying Insights from Behavioral Economics to Policy Design." *Annual Review of Economics* 6(2014):663-688.

Dryjanski L., J., y Garza A, M. (2017). *Nudging in Developing Nations*. Obtenido de Behavioral Economic Guide. Recuperado el 7 de abril de 2020 de <https://www.behavioraleconomics.com>

Thaler, R.H., Sunstein, . R., & Balz, J.P (2015). Arquitectura de las decisiones. *Advocatus* , (031), 47-63

Díaz, E., & del Valle, C. (2016). Guía de Economía del Comportamiento. Vol I: Políticas Públicas. Recuperado el 12 de abril de 2020 de <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2016/09/v9-imec-vol-1-1.pdf>

Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*. (2011.a ed.). Recuperado 22 de marzo de 2020 de http://www.medicinayarte.com/img/kahneman_daniel_pensar_rapido_pensar_despacio.pdf

Briseño, B., Galvis Restrepo, M., & Orozco, A. (2018, 27 abril). Economía del comportamiento: aprende sobre sus conceptos básicos y aplicaciones. Recuperado 30 de marzo de 2020, de <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/economia-del-comportamiento/>

Kosciuczyk, V. (2012). El aporte de la economía conductual o Behavioural Economics a las políticas públicas: una aproximación al caso del consumidor real. *Palermo Business Review*, (7), 23-40. Recuperado el 11 de abril de 2020 de https://www.palermo.edu/economicas/PDF_2012/PBR7/PBR_02VeraKosciuczyk.pdf

Perez, G.A.E. (2015). Economía conductual, principios generales e implicaciones. Cuadernos hispanoamericanos de psicología, 15(1). Recuperado el 6 de mayo de 2020 de https://www.researchgate.net/publication/305719963_Economia_conductual_principios_generales_e_implicaciones

Ceara Hatton, M. (2016, 14 noviembre). Sobre el “egoísmo” y la “mano invisible” de Adam Smith: una interpretación vulgar. Recuperado 14 de mayo de 2020, de <https://acento.com.do/2016/opinion/8401085-egoismo-la-mano-invisible-adam-smith-una-interpretacion-vulgar/>

Ministerio de Sanidad. (s. f.). Recuperado 10 de mayo de 2020, de <https://www.mscbs.gob.es/en/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/ciudadania.htm>

Abellán, J. M., & Jimenez-Gomez, D. (2020). Economía del comportamiento para mejorar estilos de vida y reducir factores de riesgo. *Gaceta Sanitaria*, 34, 197-199. Recuperado el 2 de abril de 2020.

OECD. (2017). Behavioural insights and public policy: Lessons from around the world. *OECD*.