

UNA APROXIMACIÓN INNOVADORA PARA EL CAMBIO DE LA CONFIANZA DE
LOS CALEÑOS EN LAS INSTITUCIONES, UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE LA
ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

CAMILA VIVAS HUERGO Y STEVEN OSORIO VALENCIA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GOBIERNO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

SANTIAGO DE CALI

2025

UNA APROXIMACIÓN INNOVADORA PARA EL CAMBIO DE LA CONFIANZA DE
LOS CALEÑOS EN LAS INSTITUCIONES, UTILIZANDO HERRAMIENTAS DE LA
ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

CAMILA VIVAS HUERGO Y STEVEN OSORIO VALENCIA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAGÍSTER EN GOBIERNO
Y POLÍTICAS PÚBLICAS

DIRECTOR DE TESIS

PHD JUAN CARLOS GÓMEZ BENAVIDES

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GOBIERNO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

SANTIAGO DE CALI

2025

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. CONTEXTO DEL PROBLEMA	10
3. MARCO TEÓRICO	16
4. METODOLOGÍA	24
4.1. Metodologías utilizadas por el Behavioural Insights Team y el Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento	24
4.2. Casos de estudio	27
4.2.1. Caso del BIT: Escrutinio electoral en Gran Bretaña.....	27
4.2.2. Caso referenciado por el IMEC: Fiscalización ambiental en Perú	29
5. RECOMENDACIÓN METODOLÓGICA DE POLÍTICA PÚBLICA.....	35
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
ANEXO	46

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Ejemplo de efecto marco - opciones	18
Figura 2. Ejemplo de efecto marco - probabilidades de elección	19
Figura 3. Esquema de fases de diseño de un nudge del IMEC	26
Figura 4. Tasa de consentimiento efectivo de donación de órganos, por país.....	46

RESUMEN

Esta tesis propone una aproximación innovadora para lograr un cambio en la cultura política de los caleños a través de la economía del comportamiento, específicamente de los *nudge* (empujón de comportamiento). En un principio, se identifica el nivel de confianza institucional de los caleños, para proceder a analizar las metodologías construidas por organizaciones como el Behavioural Insights Team (BIT) y el Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento (IMEC). Por último, se plantea una recomendación metodológica de política pública, que permita a la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali diseñar una intervención específica que cambie el comportamiento (*nudge*) identificado en el corto plazo, con el propósito de cambiar la confianza de los caleños en las instituciones públicas y la participación en procesos democráticos.

PALABRAS CLAVES: Economía del comportamiento, empujón del comportamiento, arquitectura de decisión, sesgo cognitivo, heurística, confianza institucional y Cultura Política.

ABSTRACT

This thesis proposes an innovative approach to achieving change in the political culture of Cali citizens through Behavioral Economics, specifically behavioral nudges. Initially, the level of institutional trust among Cali citizens is identified, and then methodologies developed by organizations such as the Behavioral Insights Team (BIT) and the Mexican Institute of Behavioral Economics (by its Spanish acronym, IMEC) are analyzed. Finally, a methodological public policy recommendation is made to enable the Government Department of the Cali Mayor's Office to design a specific intervention to change the identified behavior (*nudge*) in the short term, with the goal of transforming Cali citizens' trust in public institutions and their participation in democratic processes.

KEY WORDS: Behavioral economics, nudge, choice architecture, cognitive bias, heuristic, trust in public institutions and Political Culture.

1. INTRODUCCIÓN¹

La confianza en las instituciones es esencial para determinar la calidad del Estado de Derecho, Democracia, Capital Social² y por ende, la Cultura Política en una sociedad. Con frecuencia, se observa en medios de comunicación los titulares de las razones por las cuales existe la baja confianza, por ejemplo, el poco interés en participar en escenarios democráticos, los casos de corrupción en las instituciones y los funcionarios públicos, la poca tolerancia para resolver los conflictos entre los vecinos y mucho menos la voluntad de coordinar proyectos que beneficien a determinada comunidad. Todo esto se puede encontrar en los informes publicados por organizaciones como la World Justice Project 2024, Latinobarómetro 2024, Cali Cómo Vamos 2024, así como la Think Thank “Polis” de la Universidad ICESI de Cali; datos que ampliaremos más adelante en la tesis.

Tradicionalmente las políticas públicas han concentrado esfuerzos en campañas para el buen comportamiento ciudadano en los entornos urbanos y en los espacios de movilidad, por ejemplo, como la reciente “Mi Cali Bella” bajo el gobierno del Alcalde de Cali Alejandro Eder, o la realizada por la Corporación Fondo de Prevención Vial de la Agencia de Seguridad Vial, que en 2010 creó la campaña “Inteligencia Vial” donde a través de la educación y sensibilización pretendían fomentar la seguridad vial. Sin embargo, estas campañas no son suficientes para el cambio de comportamiento de los ciudadanos.

En ese sentido, nuestro objeto de estudio será la Cultura Política en Cali, específicamente en relación a la baja confianza de los ciudadanos en las instituciones. Para ello, la metodología de investigación de este trabajo está

¹ Este trabajo de grado se construye con un nuevo enfoque a la Cultura Política, puesto que las prioridades de los ciudadanos no son la de mejorar su percepción y formación del sistema político, normas legales y buen comportamiento ciudadano, si no, primar los intereses personales en función de satisfacer sus necesidades básicas, en contravía de las reglas de juego institucionales.

² De acuerdo al sociólogo y politólogo estadounidense Robert Putnam (1993) y al politólogo estadounidense Francis Fukuyama (1995/1996) (como se citaron en Restrepo, 1998), el Capital Social se entiende como aquel tejido de confianza entre los ciudadanos y hacia las instituciones, que permite desarrollar vínculos para facilitar la cooperación y resolución de problemas, en búsqueda de un beneficio común.

estructurada principalmente con el método cualitativo de revisión documental, para identificar las principales motivaciones de este comportamiento, combinando la técnica cuantitativa de análisis de datos de fuentes secundarias, donde extraemos los indicadores relacionados a la confianza institucional, de informes publicados por organizaciones que monitorean la percepción ciudadana.

De ahí que nuestro interés sea en proponer una estrategia innovadora a los tomadores de decisiones/constructores de las políticas públicas (*policy makers*) de la ciudad, para el cambio de esa confianza institucional, a través de la Teoría de la Economía del Comportamiento con la herramienta *nudge*³; pues esta logra combinar la economía y la psicología, en un campo de la Ciencia Política, para entender cómo realmente las personas toman decisiones, en contraste a cómo se espera que se tomen en un modelo racional.

El valor diferencial de este trabajo de grado está en presentar estas herramientas de la Ciencia del Comportamiento a los formuladores de políticas públicas, algo innovador en este campo, ya que tradicionalmente, esta teoría ha estado más relacionada a la economía y estudios de marketing empresarial. Aunque organizaciones como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han venido publicando papers y cursos de formación, nosotros realizaremos una recomendación precisa para aplicar esta teoría comportamental en la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali buscando lograr su implementación, al punto que llegue a integrarse dentro de su estructura gubernamental, como lo hizo Perú, único en la país en la región que ha adoptado esta teoría a su gobierno.

³ Según el artículo "Un pequeño empujón: Economía del Comportamiento Aplicada a Políticas Públicas" del Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento, Richard Thaler y Cass Sunstein (2021) definen el *nudge* como "Cualquier aspecto de la arquitectura de decisiones que altera el comportamiento de las personas de manera predecible sin prohibir ninguna opción ni cambiar significativamente sus incentivos económicos". Esto lo podemos evidenciar en nuestra cotidianidad, por ejemplo en los supermercados, donde se ubican los dulces, chicles o chocolates cerca a la cajas para aumentar las compras espontáneas o cuando se señalizan los descuentos, buscando guiar la decisión de compra.

Por lo anterior, y dado los bajos índices de confianza en las instituciones que presenta los ciudadanos caleños, nos preguntamos: ¿Cómo desde la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali, podrían crear un “arquitectura de decisión” (*choice architecture*) que identifique “empujones del comportamiento” (*nudges*) para que permita a los ciudadanos tomar mejores decisiones, fortaleciendo la confianza en las instituciones y su participación ciudadana en procesos democráticos, en una periodicidad de 5 años?; las cuales, en el primer año se destina para la etapa de formulación del *nudge*, los 3 años siguientes para la implementación, y el último año, para la evaluación.

Dada esta pregunta de investigación, se tiene como objetivo general de proponer una estrategia innovadora a la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali, que propicie un cambio en la confianza de los ciudadanos hacia las instituciones y su participación en los procesos democráticos, a través de herramientas de la Teoría de la Economía del Comportamiento, tales como los “empujones del comportamiento” (*nudges*) contenidos en los “arquitectura de decisión” (*choice architecture*).

Para dar cumplimiento a este objetivo general, primero se analizarán las metodologías de dos instituciones, las cuales se han dedicado a estudiar la aplicación de la economía del comportamiento en las políticas públicas. Segundo, se presentarán dos casos de buenas prácticas donde estas instituciones han implementado *nudges* como estrategia para el cambio del comportamiento de sus habitantes en diferentes países. Tercero, se planteará de manera general a la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali, una recomendación metodológica de política pública con base a las metodológica estudiadas que permitan con herramientas de la Teoría de la Economía del Comportamiento como los “arquitectura de decisión” (*choice architecture*) y “empujones del comportamiento” (*nudges*), incidir en el cambio de la confianza hacia las instituciones y participación en procesos democráticos, de los caleños.

Por ende, se ha estructurado esta tesis en seis apartados que explicaremos a continuación. El primero, es la introducción ya realizada a este trabajo de grado,

donde hemos expuesto un panorama muy general de la preocupación sobre la confianza de los caleños en las instituciones de la ciudad, así como la pregunta de investigación y, los objetivos generales y 3 específicos que se han planteado lograr responder la pregunta; segundo, se construye el contexto del problema, donde explicamos ampliamente con datos cuantitativos la baja confianza en las instituciones, desde el contexto global hasta los indicadores en Cali y algunas de sus causas; en el tercero, desarrollaremos el marco teórico de los términos Cultura Política y Capital Social, el concepto de la confianza y la Teoría de la Economía del Comportamiento; el cuarto apartado, será dedicado a la explicación metodológica de la Teoría del Comportamiento, dividido en 2 secciones: i) las metodologías utilizadas por el Behavioural Insights Team del Reino Unido y el Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento y, ii) un análisis de los casos de estudio donde estas instituciones aplicaron tales metodologías en políticas públicas; en el quinto, se realizará recomendaciones metodológicas de políticas públicas con el planteamiento de una metodología propia para su aplicación en la ciudad; finalmente, en el sexto, el listado de las referencias bibliográficas consultadas para la construcción de esta investigación.

2. CONTEXTO DEL PROBLEMA

Como se ha indicado hasta este momento, el debilitamiento de la confianza institucional y del poco involucramiento de los ciudadanos en la *politeía* - la participación de los ciudadanos en la Polis (Ciudad-Estado)-, obstaculiza la construcción de una Cultura Política que legitime las decisiones de las instituciones, el fortalecimiento de la Democracia⁴, y la cimentación de un Capital Social fuerte, por tanto, el deterioro de cómo los ciudadanos perciben la vida política (Sodaro, 2010).

Así mismo, que la fortaleza de un Estado de Derecho⁵, se debe esencialmente en que el comportamiento tanto de los individuos como de los servidores públicos, estén sujetos a la Ley, ergo, Constitución Política; como también, tener garantías para acceder a la justicia y denunciar la corrupción, y que no se tengan dudas de la Separación de las Ramas del Poder Público. En el mundo, por ejemplo, la World Justice Project (en adelante WJP), desde el 2009 que fue constituida, tiene la misión de generar conocimiento y empoderamiento a través de investigaciones, principalmente cuantitativas, del Estado de Derecho que la definen como un "(...) sistema de leyes, instituciones, normas y compromiso comunitario, en el cual se cumplen cuatro principios universales: rendición de cuentas, leyes justas, gobierno abierto y justicia accesible e imparcial."

⁴ La Democracia en su etimología, viene del griego *dēmokratía*, como *dēmos* = pueblo y del dios griego *Kratos*, *kratía* = poder o gobierno, por tanto se interpreta como "poder del pueblo" o "gobierno del pueblo". Su definición está en constante construcción y se remonta desde el S. V a.C. en la antigua Grecia, Atenas; en ella, con una población reducida y relativamente homogénea, tomaban las decisiones directamente en la Asamblea, elegidos aleatoriamente por término de un año. Por otro lado, la democracia moderna como la representativa, desde el S.XVII influenciada por "La República" de Platón y la república aristotélica, con el aumento de la población en zonas distantes de los centros de poder, era necesario delegar la soberanía del pueblo en los representantes, a quienes responsabilizan por sus decisiones; poco después reformuladas por las influencias de las revoluciones Inglesa en el S. XVII y, estadounidense y francesa en el S.XVIII (Dahl, 1991, pp. 27-29, 40-43; Bobbio, 2009, pp. 401-416).

⁵ Un Estado de Derecho es fuerte si este tiene sujeción a la Constitución Política y normas legales aprobadas para mantener el orden, así como que existan pocas dudas de la separación de las Ramas del Poder Público, una alta percepción de ausencia de corrupción y, que exista una fuerte garantía y defensa de los derechos humanos, sociales, civiles y políticos. De acuerdo a Carré de Malberg y León Duguit (1859-1928) en Villar Borda (2007), los individuos dentro de un Estado se someten a un régimen de derecho para garantía de los derechos individuales, así como el establecimiento de mecanismos para alcanzar los fines estatales.

En el segundo semestre del año 2024, publicaron el *Rule of Law Index* (Indicador de Estado de Derecho) considerando 8 variables en una escala de 0 a 1, cuando 1 se considera fuerte, y 0 se considera débil: 1) restricción a los poderes gubernamentales, 2) ausencia de poder, 3) gobierno abierto, 4) derechos fundamentales, 5) orden y seguridad, 6) cumplimiento de las normas, 7) acceso a la justicia civil y 8) acceso a la justicia penal. Y los resultados son precisos, pues señalan que el mundo sigue la tendencia al deterioro. Por ejemplo, para la región de Latinoamérica, de 32 puestos, Colombia se encuentra en el lugar 22 con una calificación de 0.48⁶, a 10 puestos de Venezuela con 0.26; no obstante, quien ocupa el primer lugar, es Uruguay con 0.72.

Respecto a la región, en términos de confianza institucional, el informe de Latinobarómetro (2024)⁷, evidenció que el apoyo a la democracia se ha detenido, pues este llegó a un 52%. Como también, advierten que aún persiste el agotamiento hacia los partidos políticos, los parlamentos o congresos, el sistema judicial deslegitimado y elites desacreditadas, entre otros. Presentan particularidades como contradicciones en querer la democracia, pero desconfían de sus procesos, y aunque minoritario son los grupos hay actitudes de tolerancia a regímenes autoritarios.

Colombia no es la excepción, ya que la confianza en las siguientes instituciones, lo desagregan así: FF.AA (49%), Policía (44%), Presidente (30%), Poder Judicial (23%), Gobierno (22%), Congreso o Parlamento (17%), Institución Electoral (17%) y Partidos Políticos (9%). Si ampliamos el análisis, por ejemplo, a medios de comunicación donde los ciudadanos reciben información y forman su pensamiento crítico, finalmente, en sus decisiones diarias, encontramos que en: la radio (42%), la televisión (37%), prensa escrita (35%), Redes Sociales (30%). Todos los indicadores, por debajo de 50%.

⁶ La escala de medición que utiliza la World Justice Project en este indicador de Estado de Derecho, es de 0 a 1, donde 0, es muy débil, y 1, es muy fuerte.

⁷ Organización sin fines de lucro en Chile quienes desde 1995 han registrado las tendencias de la democracia en la región, definen la confianza como que: “(...) no es otra cosa que la capacidad de anticipar. Las personas confían en que al abrir la llave del agua saldrá agua. Se puede anticipar con certeza.” (p. 57)

Por otro lado en Cali, que es nuestro objeto de estudio, identificar la confianza hacia las instituciones y el Capital Social desde una perspectiva histórica, ayudaría a comprender la Cultura Política de sus ciudadanos. Como lo cuenta Óscar Gerardo Ramos Gómez (2024), históricamente se ha construido por poblaciones migrantes, especialmente quienes han llegado de la región pacífico y en menor medida, de comunidades indígenas; en un principio, su desarrollo se daba en el campo, en la agroindustria alrededor de la caña que aún persiste en el departamento; poco a poco, la ciudad se fue expandiendo e industrializando con el trabajo y capital de sus ciudadanos, a través organizaciones de ornatos, para el embellecimiento de la ciudad y el fortalecimiento de la cultura ciudadana, como la Sociedad de Mejoras Públicas de Cali (en adelante, SMP) la cual, actualmente cuenta con 120 años de existencia.

Un hito muy recordado fue después de la segunda mitad del Siglo XX, la ciudad considerada a nivel nacional como la “capital cívica de Colombia”, dentro del contexto de los recordados VI Juegos Panamericanos que iniciaron el 30 de julio de 1971, impulsado e inaugurado por el entonces alcalde Carlos Holguín Sardi bajo la presidencia de Misael Eduardo Pastrana Borrero. Para esa época, se estimaba que en 1973, la ciudad tuviera una población de 991.549⁸.

Organizaciones de ornato como la SMP, colectivos ciudadanos que espontáneamente se organizaron, entre otros, se vieron resultados concretos como fachadas pintadas, vías construidas y otras reparadas, las campañas de civismo tanto en las calles como en medios de comunicación, expresiones artísticas en el cine (v.g.Caliwood), en la literatura (v.g. Andrés Caicedo) y por supuesto en la música con la salsa. No obstante, pasados los VI Juegos Panamericanos, con el crecimiento económico, industrial y urbano en la ciudad, a inicios de la década de los 80s, la penetración del narcotráfico, en todos los niveles de la sociedad y de las instituciones, instauraba una cultura política de ilegalidad y de falta de civismo (Aristizabal García y Quintero Caicedo, 2017).

⁸ De acuerdo al documento *Caliestadístico: 450 años* que reposa en la biblioteca virtual del DANE. p. 23. Disponible en: https://biblioteca.dane.gov.co/media/libros/LD_8706_EJ_4.PDF

En la Política Pública de Cultura Ciudadana de Cali 2022, las encuestas se empezaron a realizar entre el 2000 y 2001, inspiradas por las realizadas por Corpovisionarios, organización creada por Antanas Mockus después de terminar su mandato en la Alcaldía de Bogotá en 1997, han ayudado a medir variables como la del 2016, que utilizaron los formularios del 2011 y del 2013, para garantizar la comparabilidad; por ejemplo, en relación al no uso de la violencia interpersonal, hay una leve aumento, pues en 2013 era de 8,50 y en 2016 de 8,67; aunque las justificaciones para usarlas son por defensa propia, ayudar a un familiar y defensa de propiedades o bienes. Podría tener una correlación con respecto a la confianza interpersonal, que en el 2013 era de 6,76, pero cayó en el 2016 con 5,99. Se evidencia un deterioro en la confianza con los vecinos y los más cercanos (familiares y amigos); cuando se desagregan por niveles socioeconómicos (NSE), hay una relación directa entre la confianza y el NSE, bajo, medio y alto.

En este estudio, resaltamos 2 indicadores: el primero, en cuanto a la percepción de regulación de la autoridades, es decir, en el cumplimiento de sus funciones de prevención, control y castigo, hay un deterioro, pasa de estar en 2013 con 4,59, a 2016 con 4,17; y segundo, la percepción de probidad por parte de los funcionarios y la confianza en ellos, es de las más bajas de todos los indicadores, pues pasó de estar en el 2013 con 1,13, a 2016 con 1,0. En el mismo sentido se evidencia un deterioro de la confianza en las instituciones públicas, que en el 2013 era 2,78, a caer en el 2016 con 2,73.

Así mismo, la Encuesta de Percepción Ciudadana 2024 realizada por Cali Cómo Vamos, entre el 29 de agosto y el 08 de octubre, con una muestra de 1.509 encuestados, a hombres y mujeres mayores de 18 años, presenta algunos datos que creemos relevantes para la definición del problema. Por ejemplo, en términos de seguridad, frente a los delitos, el 43% no cree que la denuncia genere alguna solución y quienes lo han hecho antes y no ha pasado nada, un 29%; respecto a participación ciudadana, el 70% no hizo nada frente algún problema que los afectara, el 67% no participó en espacio comunitarios por falta de tiempo (39%), falta de información (25%) y no les interesa (24%); y frente al mal comportamiento

creen que es por falta de respeto a las normas de tránsito (62%), cuidado y respeto de los espacios públicos (53%), respeto a las normas ambientales (50%) y respeto a la vida (43%).

Sumado a esto, el observatorio y Think Thank de la Universidad ICESI, POLIS, en el 2020 publicó el informe “Datos en Breve No. 19” donde midieron la confianza institucional en época de Pandemia con una escala de 0 a 10, donde 0 es que no está completamente satisfecha y 10, está completamente satisfecho. Los datos más relevantes son: en la Policía (3.9), Concejo de Cali (3.2) y en los Funcionarios Públicos (2.8).

Es por ello que se hace necesario buscar estrategias innovadoras que desafíen las que tradicionalmente han utilizado los tomadores de decisiones de la ciudad, por ejemplo, las recurrentes campañas ciudadanas, artísticas, culturales y de formación.

Es en este punto que aparece la Teoría de la Economía del Comportamiento, como un nuevo enfoque para el cambio de la confianza de los ciudadanos hacia las instituciones, sus relaciones interpersonales y la participación en procesos democráticos, desde cómo toman las decisiones las personas; de allí que, los teóricos clásicos como el economista escocés Adam Smith⁹ vincula 3 conceptos claves para entender la toma de decisiones: en el año 1759 plantea la aversión a la pérdida y autocontrol; y poco tiempo después, en 1776 el exceso de confianza; para 1987, los psicólogos israelíes Daniel Kahneman y Amos Tversky presentan al mundo su teoría de la prospectiva¹⁰; ya en el siglo XIX, específicamente en el 2008 el estadounidense Richard Thaler profundiza en estas teorías, las cuales lo llevan a desarrollar el concepto de *nudge*¹¹; y no menos pero igual de importante, todo el

⁹ Extraemos la vinculación de estos 3 conceptos por parte de Adam Smith, del texto “Economía del comportamiento: pasado, presente y futuro” de Richard H. Thaler (2018).

¹⁰ Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospective theory: An analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>

¹¹ Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

trabajo sobre cultura cívica y capital social de los politólogos estadounidenses Gabriel Almond y Sydney Verba¹².

Así pues, el debilitamiento de la confianza institucional, la baja participación ciudadana y la caída del capital social (evidenciado en las encuestas de percepción ciudadanas) dejan entrever una crisis en la cultura política de los caleños. Ante esto las herramientas de la Teoría de la Economía del Comportamiento serán innovadoras para diseñar una metodología que incida en cambiar los bajos indicadores de confianza institucional. De manera que, previo al diseño metodológico, es importante definir teóricamente la Cultura Política, la confianza y la misma teoría económica.

¹² Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton University Press.

3. MARCO TEÓRICO

En la última década, la economía del comportamiento ha tomado relevancia en el campo de las políticas públicas dada su aplicabilidad en temas como la salud, la corrupción, el ahorro y el pago de impuestos. Autores como Daniel Kahneman (2011), premio nobel de economía 2002, afirma que la economía del comportamiento combina la economía y la psicología para entender cómo realmente las personas toman decisiones, en contraste a cómo se espera que se tomen en un modelo racional. De igual forma, Amos Tversky, en su artículo “Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk” (1979) realiza una crítica al modelo de elección racional, el cual plantea que en un escenario en donde los individuos deben tomar una decisión con incertidumbre, donde escogen el resultado que les representa la utilidad más elevada; sin embargo, Tversky (1979) expone que los seres humanos toman decisiones con sesgos cognitivos¹³ y heurísticas¹⁴ que los pueden conducir a errores sistemáticos.

Dado nuestro enfoque, optamos por acoger la definición de Richar Thaler (2015) en la cual, relaciona cómo los factores psicológicos, sociales, cognitivos y emocionales afectan las decisiones económicas de individuos e instituciones, comúnmente opuestos a lo que teoría clásica sugiere. En ella se proponen los siguientes supuestos (Thaler, 2018):

¹³ De acuerdo al propio Daniel Kahneman (2012) y, el psicólogo y economista conductual Dan Ariely (como se cita en el portal web del The Behavioral Economics Group, s.f.) en su obra del 2008 *Predictably Irrational*, el sesgo cognitivo se puede definir como un error en la toma de decisión que no es lógica, racional o no hace parte de las normas aceptadas de lo que se considera deseable. Esto se debe a lo que Kahneman determina “el sistema 1”, que no es otra cosa que el hemisferio derecho del cerebro, el automático, intuitivo, emocional, el irracional; pues fundamentalmente, como seres humanos irracionales, por tanto, así se toman las decisiones para evitar la sobrecarga cognitiva del “sistema 2”, que no es otra cosa que el hemisferio izquierdo del cerebro, el del procesamiento de información, lento, razonamiento lógico, pensamiento sistemático. Todo esto, en el marco de unos hábitos recurrentes, experiencias y/o conocimientos previos.

¹⁴ Según Daniel Kahneman (2003), (como se cita en el portal web del The Behavioral Economics Group, s.f.), la heurística representa un proceso de sustitución de una pregunta difícil por otra más fácil; se puede entender como los atajos cognitivos o reglas prácticas que simplifican la toma de decisiones al facilitar el procesamiento de información, especialmente si hay incertidumbre. Dentro de las ciencias del comportamiento podemos encontrar varios tipos de heurística: De representatividad (Tversky y Kahneman, 1974/1986), de disponibilidad (Tversky y Kahneman.1973), de simulación (Tversky y Kahneman.1973) y de anclaje y ajuste (Tversky y Kahneman, 1974/1986).

1) Los agentes tienen preferencias definidas, expectativas y creencias no sesgadas. 2) Toman decisiones óptimas con base a creencias y preferencias. 3) Aunque pueden actuar en forma altruista, en especial con amigos y familiares cercanos, su principal motivación es el interés propio. Estos supuestos son los que definen al *homo economicus* (p. 12).

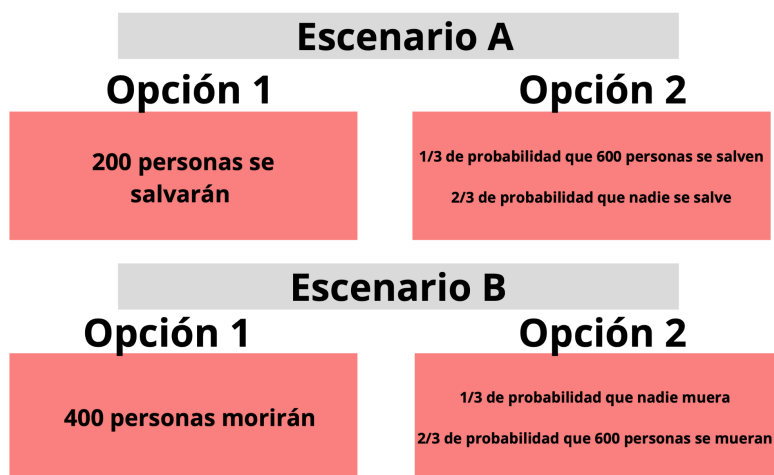
Si bien Adam Smith, no fue un economista del comportamiento, planteó tres conceptos claves en esta disciplina: el exceso de confianza, la aversión a la pérdida y autocontrol. Para Smith (1776), el exceso de confianza corresponde a “la petulante presunción que la mayoría de los hombres tiene sobre sus propias capacidades”, esto hace que sobreestimen su capacidad de éxito. En lo que se refiere al concepto de aversión a la pérdida, Smith (1759) expone que “el dolor es, en la mayoría de los casos, una sensación más punzante que el placer opuesto y correspondiente”. Por último, con referencia al autocontrol, Smith (1759) presenta que “El placer que disfrutamos dentro de diez años nos interesa muy poco en comparación con lo que podemos disfrutar hoy”, una idea anticipada de los que hoy conocemos como sesgos temporales.

Todos estos conceptos tienen una aplicación práctica dentro de la “arquitectura de decisión” (*choice architecture*), la cual de acuerdo a Thaler y Sunstein (2008) se define como la práctica de influir en la elección “organizando el contexto en el que las personas toman decisiones” (Thaler y Sunstein, 2013, p. 428); una forma sencilla de verlo en nuestra cotidianidad es la forma como se presentan los productos en las supermercados, ubicando los más caros o que generan mayor ganancia a la altura de los ojos, y los más económicos en los estantes inferiores. La arquitectura de elección incluye muchas otras herramientas de comportamiento que afectan las decisiones, tomemos como ejemplo el “efecto marco” (*framing effect*) (Kahneman y Tversky, 1979), que está fuertemente relacionado con el concepto de aversión a la pérdida.

En ese sentido, teniendo en cuenta la Teoría de la Economía del Comportamiento, el “efecto marco” (*framing effect*) es un fenómeno que describe cómo la forma en que se presenta una información u opción (ya sea planteándose como una ganancia

o una pérdida) influye en la toma de decisión de las personas. Para explicar la teoría, imagine que Usted es Ministro de Salud en un pequeño país de 600 personas que debe enfrentar una enfermedad extranjera. Aquí tiene dos escenarios, el escenario “A”, en el cual se tienen dos opciones: 1) Se salvarán a 200 personas o 2) Hay un 33% de probabilidades de salvar a las 600 personas y un 67% de probabilidades de no salvar a nadie. Por otra parte tenemos el escenario “B”, cuyas opciones son: 1) Morirán 400 personas ó 2) Existe un posibilidad del 33% de que nadie muera y 67% de probabilidad de que mueran 600 personas (ver Figura 1).

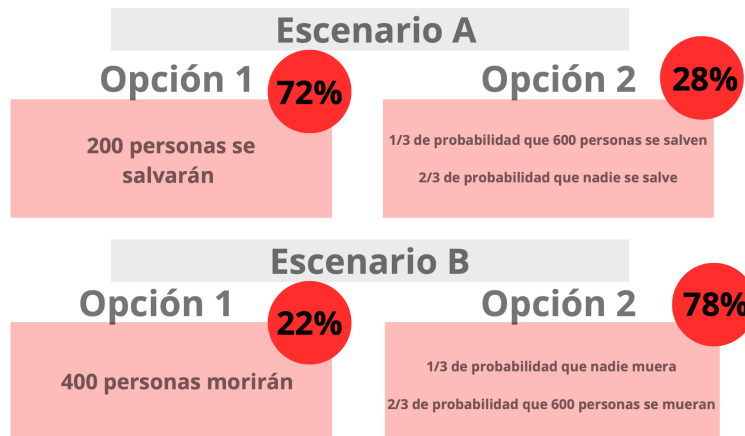
Figura 1. Ejemplo de efecto marco - opciones



Fuente: Elaboración propia. Ejemplo inspirado en Kahneman y Tversky (1979)

A pesar de que ambas opciones son matemáticamente equivalentes (ver Figura 2), Kahneman y Tversky (1979) encontraron que los participantes optan por elegir en el escenario A (encuadre positivo) la opción 1 (evitar el riesgo) y en el escenario B (encuadre negativo) la opción 2 (tomar el riesgo). Evidenciando cómo el lenguaje usado influye en la preferencia de las personas, sobre esto, Johnson y Goldstein (2003) en su investigación “*Do Defaults Save Lives?*”, señalan cómo las opciones predeterminadas en los formularios de donación de órganos tienen un efecto poderoso en la toma de decisión (ver Anexo).

Figura 2. Ejemplo de efecto marco - probabilidades de elección



Fuente: Elaboración propia. Ejemplo inspirado en Kahneman y Tversky (1979)

Thaler y Sunstein (2008) explican que las personas no toman decisiones racionales, por ello tienden a cometer errores sistemáticos, por lo anterior, proponen la aplicación de “empujones del comportamiento” (*nudges*). Según los autores, un *nudge* es cualquier aspecto de la “arquitectura de decisión” (*choice architecture*) que altera el comportamiento de las personas de manera predecible sin prohibir ninguna opción ni cambiar significativamente sus incentivos económicos (Thaler y Sunstein, 2008). La principal razón de la popularidad del “*nudging*” en el ámbito de las políticas públicas se relaciona con la necesidad de que el Estado regule las actividades de las personas, así como los sesgos de comportamiento a los que están expuestos (Ramos, 2023).

Por otro lado, con el fin de definir la Cultura Política, es importante entender primero cómo se comportan los individuos en una sociedad. Así, desde el campo de la sociología, se encuentra que el comportamiento está condicionado a la cultura de cada sociedad, de acuerdo a sus valores y normas. El sociólogo inglés Anthony Giddens (2001) la define como las “(...) formas de vida de los miembros de una sociedad o de grupos. Incluye el modo de vestir, las costumbres matrimoniales y la vida familiar, las pautas laborales, las ceremonias religiosas y la forma de emplear el tiempo libre (p. 51).”; a su vez, sociedad como un “(...) sistema de interacciones

que vincula a los individuos (p. 51)”. De igual manera, la española Doctora en Sociología y Ciencia Política Edurne Uriarte (2010), realiza una definición general coincidiendo con Giddens, como un “(...) conjunto de valores, creencias y conocimientos que las sociedades construyen y reproducen a través de generaciones (p. 203).”

Igualmente, ahora es importante hacer una aproximación específica de política, siendo un concepto polisémico. Primero, entendiendo que esta proviene del griego *polis* definida desde la antigua Grecia como la Ciudad-Estado, y la *politeia*, también del griego, como la participación de los ciudadanos en los asuntos de la *polis* o simplemente, lo concerniente a la Ciudad-Estado. Ergo, la política se configura como un espacio de encuentro público donde los ciudadanos determinan el orden social y político, con fuerza vinculante para todos los miembros de la sociedad (Bobbio, 1909-2004). Y segundo, entendiendo que esta participación política de los ciudadanos, desde la polisemia del concepto, también significa la búsqueda del bien común, de los consensos, de la lucha por el poder, de gobernar, del impedir destruirnos como especie o incluso, como medio para hacer la guerra (Grueso, 2003).

Abordar la Cultura Política es necesario hacerlo en el marco desde el que se considera el primer trabajo que se ha hecho sobre este. El libro “La Cultura Cívica: Actitudes Políticas y Democracia en Cinco Naciones” (*The Civic Culture: Political attitudes and democracy in five nations*) por los politólogos estadounidenses Gabriel Almond y Sydney Verba en 1963; estas 5 naciones fueron: Alemania, Estados Unidos, México, Italia y Reino Unido. Referenciado por diversidad de académicos y científicos políticos, es relevante el que ha realizado en 2010, el académico de la Universidad de Washington, Michael J. Sodaro:

(...) comprende el sistema de valores, reglas morales, creencias, expectativas y actitudes compartidas por los miembros de una sociedad con relación al sistema político y al contexto social. Más concretamente, la cultura política refleja el modo en que las personas piensan y perciben la vida política. (p. 211)

La Cultura Política, Sodaro (2010) la clasifica en 3 dicotomías del comportamiento ciudadano. La primera, respecto a la autoridad, si es sumisa (quienes según Almond y Verba - 1963 -, consideran <<súbditos>>, son poco orgullosos de las instituciones, poco se involucran en la *polis*, pero acatan y respetan las normas), o rebelde (de desobediencia civil o en un contexto más radical, la anarquía que conlleve a la violencia), la segunda, respecto a la sociedad, si esta es de consenso (se prima el entendimiento, la razón y los acuerdos) o de conflicto (poca tolerancia a la diferencia de individuos y grupos sociales, baja confianza interpersonal y de compromiso); y la tercera, quienes apoyan un Estado permisivo (que tenga baja intervención en las libertades de los individuos y mercado) o Estado intervencionista (máxima intervención de las libertades individuales, económicas y en los conflictos sociales).

Finalmente, James Samuel Coleman (1984) y Francis Fukuyama (1995) (como se cita en Restrepo, 1998), hacen una precisa definición de confianza. El primero, plantea que la organización social de la confianza puede debilitarse por la incertidumbre, el recelo, la sospecha y la inseguridad, por ejemplo, rumores que pueden generar pánico infundado en una población o de sospechas de crisis económicas; por el contrario, se fortalece cuando la confianza y la honradez son convicciones aceptadas por todos los agentes, estas, según Coleman, sientan las bases para el Capital Social, mismos que hemos definido al inicio de esta investigación. Igualmente, el segundo, la define como un comportamiento normal, honesto y cooperativo, en donde se está sujeto a normas legales, sociales e incluso espirituales, el comportamiento ético profesional, es uno de ellos, por ejemplo, presenta que se confía en las decisiones de un médico pues este cumplirá su juramento hipocrático.

Adicionalmente, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en el 2017, la definió así:

(...) la expectativa de una persona acerca de que otra persona o institución actuará de manera consistente con sus expectativas de conducta positiva".
La confianza ofrece a las personas la certeza de que los otros, individuos o

instituciones, actuarán como esperan, ya sea en una acción particular o en un conjunto de acciones (p. 2).

Dicho de otra manera, Latinobarómetro (2024) define la confianza así, como una “(...) actitud de la población que constituye una consecuencia y no una causa: se suele producir porque hay cosas que suceden y se pierde cuando otras no ocurren. (...) La confianza no es otra cosa que la capacidad de anticipar.” (p. 57).

Más aún, L.J. Hanifan (1916) (como se cita en Putman, 2002), fue el primero en usar el concepto de Capital Social, entendiéndolo como “(...) la buena voluntad, la camaradería, la comprensión y el trato social entre individuos y familias, características constitutivas de la unidad social (...)” (p. 15), buscando reflejar cómo el contacto y la asociación entre vecinos permite la acumulación del mismo, sin embargo, esta definición pasó desapercibida. Por otra parte, Robert Putman (2002), sociólogo y politólogo estadounidense, explica el Capital Social como “(...) los vínculos entre individuos - las redes sociales y las normas de reciprocidad y confianza derivadas de ellas (...)” (p. 14); el autor realiza una analogía entre el capital físico (objetos) y el capital humano (propiedad de las personas) resaltando que las redes sociales generan un valor que aumenta la productividad individual y colectiva.

Putman (2002) resalta dos tipos de Capital Social, uno que tiende puentes y otro vinculante; el primero también conocido como *bridging* establece conexiones orientadas al exterior integrando a los individuos en diferentes ámbitos como movimientos sociales, grupos juveniles u organizaciones religiosas, siendo éste esencial para el progreso sociedad, pues se generan vínculos externos y ayuda en la difusión de información. El segundo, también denominado *bonding*, es más introyectado pues refuerza identidades excluyentes y grupos homogéneos, siendo efectivo para consolidar la reciprocidad específica y activar la solidaridad dentro del grupo. Es decir que, el Capital Social, de acuerdo a Putnam (2002) es la creación de tejido social mediante la generación de vínculos individuales (relación entre los mismos miembros de un grupo) y colectivos (relación con grupos externos, como

un networking), que permiten lograr objetivos comunes que de otra forma no serían posibles.

Por tanto, las decisiones que toman los ciudadanos son parte de un comportamiento estructurado por elementos internos ya mencionados como el conocimiento, experiencia, creencias y valores, que a su vez, tienen influencia de un contexto social, político, religioso y económico. En ese sentido, las decisiones políticas son producto de una información previa y de análisis de los costos (Downs, 1957) de las mismas por la información que recibe, con atajos/sesgos cognitivos para reemplazar una pregunta difícil por una fácil (heurística <<*Heuristic*>>) dentro de un contexto de influencia (arquitectura de decisión <<*choice architecture*>>) que alteran el comportamiento de los ciudadanos con valores predeterminados (empujones del comportamiento <<*nudges*>>), determinando según Almond y Verba (1963), la identificación del ciudadano con el sistema político (instituciones) y el compromiso participativo.

Así pues, entendiendo la Cultura Política como un reflejo del modo en que las personas piensan y perciben la vida política (Sodaro, 2010), la confianza como un comportamiento honrado y predecible en el marco de unas normas sociales y legales aceptadas por todos los individuos (Coleman, 1984; Fukuyama, 1995), y uniendo esto a los planteamientos de la economía del comportamiento con las nociones de Daniel Kahneman y Amos Tversky, así como el enfoque de Thaler, observamos que esta se presenta como una opción transformadora para repensar las políticas públicas al evidenciar la brechas entre el *homo economicus* y el comportamiento real de los individuos en la sociedad.

Por consiguiente, en el siguiente apartado analizamos casos metodológicos que reposan en el Behavioural Insights Team y en el Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento; siendo estos útiles en la creación de un *nudge* (empujón del comportamiento) en las políticas públicas, enfocado en el cambio de la confianza institucional de los caleños.

4. METODOLOGÍA

En este apartado se presentan las metodologías utilizadas por dos entidades reconocidas en la aplicación de la economía del comportamiento al diseño de políticas públicas: el Behavioural Insights Team (en adelante, BIT)¹⁵ y el Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento (en adelante, IMEC)¹⁶. Por medio del análisis de sus modelos metodológicos, se constata cómo estas organizaciones estructuran investigaciones, partiendo de la identificación del comportamiento clave hasta la evaluación de los resultados del estudio. Seguido de un análisis de los casos donde estas entidades han aplicado sus metodologías de intervención.

Finalmente, en el siguiente apartado y teniendo en cuenta las metodologías analizadas de estas dos instituciones, se realiza una propuesta metodológica propia para dar respuesta a la pregunta de investigación.

4.1. Metodologías utilizadas por el Behavioural Insights Team y el Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento

El BIT presenta una metodología compuesta de cinco fases por medio de la cual se puede desarrollar proyectos sencillos de análisis del comportamiento. Su metodología se denomina TESTS (por sus siglas en inglés) que corresponden a *Task* (Propósito), *Explore* (Exploración), *Solution* (Solución), *Trial* (Ensayo) y *Scale* (Escala). A continuación, presentamos cada una de estas indicando su objetivo.

A la primera fase se le conoce como Propósito (*Task*), esta consiste en identificar y definir patrones de comportamiento específicos dentro de la población concreta a la cual se busca intervenir, este proceso implica acotar un reto político amplio a

¹⁵ El Behavioural Insights Team (BIT) es una organización sin ánimo de lucro establecida en el 2010 por el gobierno del Reino Unido, cuya dedicación es incorporar una mejor comprensión del comportamiento humano en políticas, programas y productos públicos; presta sus servicios a instituciones del sector público y privado a nivel internacional.

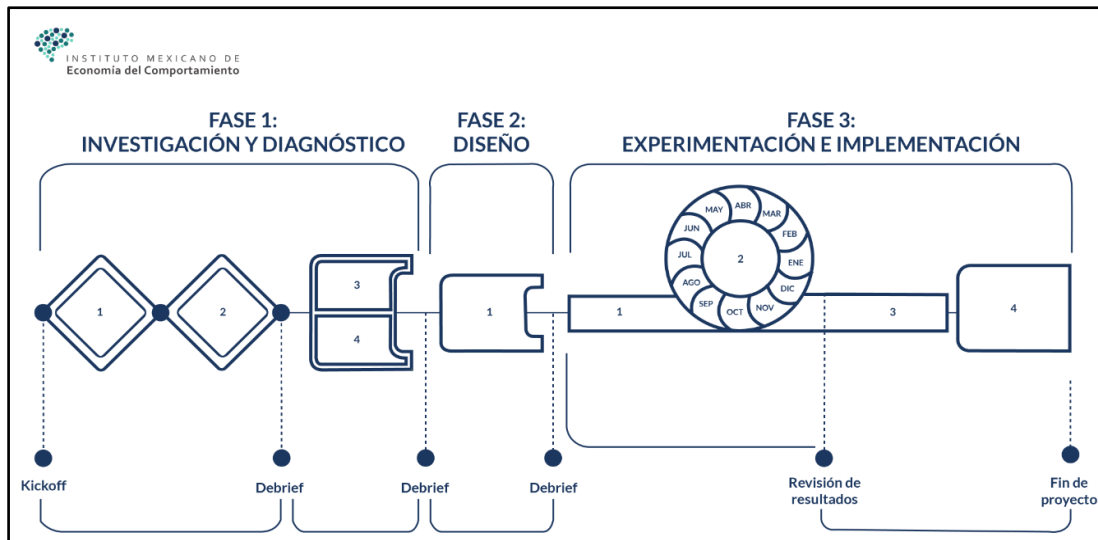
¹⁶ El Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento (IMEC) es una empresa mexicana fundada en el 2015, pionera en Latinoamérica que se dedica de manera exitosa a asesorar y aplicar el Diseño de comportamiento en empresas nacionales e internacionales, "(...) en áreas como finanzas, cambio organizacional, modificación de hábitos, desarrollo de capacidades y adopción de productos y servicios." (perfil del IMEC en LinkedIn, s.f)

objetivos de comportamiento específicos y medibles, siendo el resultado final de esta una lista reducida de dos o tres comportamientos objetivos con datos medibles que nos permiten avanzar a la siguiente fase. La de Exploración (*Explore*) donde se busca comprender el contexto en el que se producen los comportamientos objetivos; esto se logra mediante la planificación y ejecución de diversas actividades de exploración como lo son las entrevistas, grupos de discusión, encuestas, observaciones y análisis de datos existentes, asimismo, se utilizan los marcos (*frameworks*) como el modelo COM-B (Capacidades, Oportunidades y Motivaciones).

Para la fase de Solución (*Solution*) se diseña una intervención basada en los resultados de la exploración. Se generan ideas, con base en la literatura de la Ciencia del Comportamiento y el uso del marco FASO (Fácil, Atractivo, Social y Oportuno) del BIT; con esto se diseña la intervención elegida, recibiendo retroalimentación de grupos objetivo. En la etapa Prueba (*Trial*) se verifica la efectividad de la intervención diseñada evaluando el impacto, por medio de Ensayo Controlado Aleatorio (ECA), de su intervención en el comportamiento objetivo. Para finalmente pasar a la última fase de esta metodología, Escala (*Scale*), la cual comunica los resultados del proyecto a las diversas audiencias. Si la intervención ha sido exitosa, se discuten las estrategias para ponerlas en práctica a gran escala buscando lograr el máximo impacto social. De lo contrario, se requiere analizar las razones por las que la intervención podría no haber tenido el resultado esperado. En ambos casos se debe reflexionar sobre las lecciones aprendidas.

Por otro lado, el IMEC quienes son expertos en Ciencias del Comportamiento en Latinoamérica, presenta para sus consultorías, principalmente empresariales, un modelo de diseño de comportamiento dividido en 3 fases (ver Figura 3): la primera, de investigación y diagnóstico, la segunda, de diseño del “empujón del comportamiento” (*nudge*) y la tercera, de experimento e implementación.

Figura 3. Esquema de fases de diseño de un *nudge* del IMEC



Fuente: Captura de pantalla del esquema del diseño de un *nudge* en el sitio web del IMEC.

En la primera fase de investigación y diagnóstico, se definen los comportamientos claves que se quieren cambiar, así como los procesos internos de mapeo y comprensión del contexto del problema; paralelamente, se inician investigaciones académicas relacionadas al problema. Acto seguido, se desarrolla un análisis contextual directo donde el problema ocurre para identificar limitantes y motivaciones del comportamiento a través de investigaciones cualitativas de entrevistas a profundidad con los usuarios, y cuantitativas para generalizar los resultados. Al finalizar esta fase, ocurren dos momentos, el primero es un documento escrito donde se le presenta a los clientes del IMEC el diagnóstico sobre el comportamiento identificado el cual se soporta con datos observables y medibles, y segundo, el diseño de una hipótesis de los elementos contextuales que influyen en cómo toman las decisiones los usuarios.

En la segunda fase de diseño, consta de 4 partes: i) desarrollo de propuestas de intervenciones como estrategias, ajustes a procesos o prácticas de venta, ii) se definen los criterios de intervención que previo a la implementación se socializa con el cliente para garantizar su adecuada ejecución, iii) se desarrollan las estrategias de intervenciones las cuales están en constante retroalimentación con la empresa que solicitó el servicio al IMEC y, iv) paralelamente al paso anterior, se construye

un plan preliminar que se le presenta al cliente, previo a la decisión y confirmación de iniciar la última fase de experimentación.

En la última fase, de experimentación e implementación, se desarrolla en 5 momentos: i) se diseña el plan para iniciar la experimentación con indicadores que serán evaluados, población objetivo y otros elementos que coincidan con las estrategias previamente diseñadas, así como los tiempos, métodos y los responsables, y en caso de ser necesario y a petición de la empresa, crean la metodología de evaluación de resultados, ii) se implementa el plan experimental y se monitorea constantemente para garantizar rigurosidad de las aplicaciones metodológicas y así extraer datos de alto valor, iii) una vez finalizado el plan de experimentación se realiza un análisis de los resultados y si hay oportunidades de ajustes, iv) se evalúan y realizan los ajustes finales del diseño del cambio de comportamiento por parte del IMEC, de la empresa o de ambos y, v) se mejora el plan de implementación como parte del diseño del *nudge* que utilizará la empresa.

4.2. Casos de estudio

4.2.1. Caso del BIT: Escrutinio electoral en Gran Bretaña

En el artículo “Aplicación de la ciencia del comportamiento al escrutinio electoral anual en Inglaterra: Datos de un ensayo controlado aleatorio a gran escala” (Sweeney et al., 2021), investigadores del BIT junto con la Comisión Electoral del Reino Unido, describen un estudio que aplicó la economía del comportamiento para mejorar la eficacia del proceso anual de escrutinio electoral en Gran Bretaña, el cual consiste en enviar formulario a todas las propiedades (*Household Enquiry Forms* - HEF) para recabar los datos actualizados de los residentes, consolidando un censo electoral preciso y completo. Sin embargo, el principal problema observado es la falta de respuesta generalizada que acarrea un incremento de costos al gobierno por el envío de recordatorios y visitas puerta a puerta.

Los investigadores modificaron las cartas y sobres enviados a los hogares como parte del escrutinio anual, evaluando estos cambios mediante un

Ensayo Controlado Aleatorio (ECA) a gran escala (Muestra N=226.528 propiedades) en dos áreas locales de Inglaterra (Hackney y Hull). Se realizaron diez intervenciones experimentales: la primera fue enviar el formato estándar del formulario (Control <<*business-as-usual*>>); para la segunda se modifica el color del sobre de los formatos de blanco a marrón (*Envelope*).

Así, las siguientes ocho modificaciones se realizaron solo en la parte superior de la carta con diferentes tipos de apelación: 1) Indicar la molestias que supone para el ayuntamiento el no enviar el formulario (*Hassle*), 2) Expresar la molestia en un tono más amistoso (*Friendly hassle*), 3) Presentar opciones fáciles como la respuesta en línea (*Easy*), 4) Aclarar los métodos adecuados para responder dependiendo de la necesidad de actualizar los datos, enfatizando que el formulario ha sido previamente diligenciado (*Call to action*), 5) Enfatizar lo costoso que ha sido para el ayuntamiento el incumplimiento de envío por parte de los hogares (*Costs*), 6) Aprovechar las normas sociales descriptivas anunciando que 9 de cada 10 hogares de Inglaterra devolvieron el formulario (*Social norms*), 7) Adicionar una imagen del colegio electoral transmitiendo su propósito y su relación con la actividad de votación (*Voting picture*), 8) Exponer el testimonio de un residente muy conocido y respetado destacando la importancia de votar (*Local testimonial*), es importante aclarar que este solo se realizó en Hull.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

1. **Incremento en la tasa de respuesta inicial:** La modificación del color del sobre tuvo un impacto positivo en un incremento de los índices de retorno de los formularios HEF, por ejemplo, un 25% la tasa de respuesta inicial en Hull.
2. **Ahorro en costos:** El aumento en las respuestas iniciales llevó a una reducción significativa en el gasto administrativo por propiedad, pues se

requirieron menos recordatorios y visitas puerta a puerta, se destacó un mayor ahorro en Hull que en Hackney.

3. **Efecto nulo en el registro de votante:** A pesar de la mejoría en las tasas de respuesta del formulario, no se evidenció efectos estadísticamente significativos en ninguna intervención sobre el registro de votantes.

La conclusión principal es que las técnicas de la economía del comportamiento pueden ser herramientas efectivas y rentables para mejorar la eficiencia administrativa como el aumentar la tasa de respuesta al formulario. Sin embargo, el objetivo de aumentar el registro de votantes sigue siendo un desafío que podría requerir otros enfoques.

4.2.2. Caso referenciado por el IMEC¹⁷: Fiscalización ambiental en Perú

En el 2018, Alta Dirección del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) adscrita al Ministerio del Ambiente de Perú, impulsó un proyecto para incluir las herramientas de la Ciencia del Comportamiento en la solución de problemas ocasionados por funciones y actividades propias de la fiscalización ambiental, dando como resultado la creación del grupo de trabajo de la economía del comportamiento de este organismo, el BE (*Behavioral Economics*) OEFA. Se identificaron 5 problemas:

1. Más del 60% de las denuncias por riesgos ambientales que esta entidad recibía, no tenían respuestas, y de las que sí, los ciudadanos

¹⁷ Como mencionamos anteriormente, el IMEC centra sus actividades de consultoría en el sector empresarial, por tanto, la mayoría de las publicaciones que reposan en su página web son de acuerdo a ese sector económico. Sin embargo, hemos encontrado que dentro del perfil de YouTube, tienen un video con fecha del 03 de octubre del 2017 con nombre “Webinar: 5 Principios de Behavioral Design Aplicados a Política Pública”, donde presentan que el único país en América Latina que cuenta dentro de su estructura gubernamental la economía del comportamiento como parte del diseño de políticas públicas, es el Ministerio de Ambiente de Perú. Es por ello que hemos identificado que dentro de este Ministerio, han publicado un documento que corresponde al proceso de investigación y sus resultados de la aplicación de la economía del comportamiento a la fiscalización ambiental y la capacidad de respuesta a las denuncias por riesgos ambientales.

las obtenían con una tardanza promedio de 71 días.

2. Solo el 5.8% de los administrados¹⁸ participaban de procedimientos que llaman Inventario de Buenas Prácticas Ambientales.
3. Solo el 1,4% de los administrados reconocían sus responsabilidades por incumplimientos ambientales.
4. Se detectó que en la etapa de supervisión, de los 619 incumplimientos ambientales, solo el 9% se subsanaron aún cuando podían obtener beneficios por la corrección.
5. La Academia de Fiscalización Ambiental (AFA), recibía intenciones de inscripción a sus programas de tan solo un 10.5% de los administrados.

Los resultados de la implementación¹⁹ de herramientas de la economía del comportamiento fueron consignados en el documento “La economía del comportamiento aplicada a la fiscalización ambiental”²⁰; de manera que, a continuación, presentamos de manera general las metodologías que diseñaron para resolver los 5 problemas identificados, respectivamente:

1. Para mejorar la tasa de respuesta a las denuncias ambientales, diseñaron la siguientes estrategias: i) haciéndolas más relevantes, con

¹⁸ Los administrados en este contexto de lo ambiental y sus posibles infracciones o riesgos en Perú, se entienden como las personas naturales o jurídicas, privadas o públicas, que como consecuencia de sus actividades económicas o empresariales, puedan tener un impacto ambiental.

¹⁹ Los aumentos de los porcentajes en los resultados de las intervenciones, son comparativos de los periodos de tiempo comprendidos entre el 2018 (inicio del proyecto) y el 2019 (evaluación de resultados de las intervenciones).

²⁰ La información e indicadores que se presentan en este estudio de caso, son extraídos del documento “La economía del comportamiento aplicada a la fiscalización ambiental”, construido por el Ministerio del Ambiente y Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), del Perú, en el año 2021. En las referencias bibliográficas consultadas, está disponible el enlace para leer el documento completo.

un cuerpo del documento más amigable a la lectura y dividiendo la información relevante por segmentos; ii) haciéndolo atractivo, donde los funcionarios públicos tenían información de su rendimiento en el tiempo de respuesta y también en comparación con otros pares, así como la motivación de que responder a tiempo la denuncia, mejora la percepción ciudadana; y iii) haciéndolo fácil, con un formulario de respuesta más rápida para que los funcionarios supieran los pasos que los guiaban a la respuesta.

Como resultado, se incrementó del 36% al 86% (50 puntos porcentuales, más) la tasa de respuesta a las denuncias ambientales, y el promedio de días de respuesta, se redujo de 71 a 22 (49 días menos).

2. Para aumentar las respuestas a la encuesta del Inventario de Buenas Prácticas Ambientales, diseñaron las siguientes estrategias: i) especificaron las fechas límites, un cuestionario más simple y una constancia de buen colaborador con el Estado; y ii) consideraron a todas las personas naturales y jurídicas, comunicación precisa y con lenguaje de confianza, un incentivo para pertenecer a un grupo consultivo e información anticipada que incluye la encuesta con link de acceso.

Como resultado, incrementaron el registro de buenas prácticas ambientales pasando de un 5,8% a un 32.3% (26,5 puntos porcentuales, más).

3. Para aumentar la tasa de reconocimientos de responsabilidades por incumplimientos ambientales, diseñaron la estrategia de un *nudge* (empujón del comportamiento) de manera que redujera: el sesgo de la aversión a la pérdida (miedo a perder parte del capital por el pago

de la multa), el de *status quo* (no realizar un esfuerzo adicional para cambiar la situación del administrado), el de la sobrecarga cognitiva (el mensaje de la responsabilidad extenso y poco entendible) y el de factores que incomodan (la redacción de la información, longitud o el llamado a la acción). De manera que, fue una cartilla informativa más simple, resaltando el tiempo de resolución del caso, el porcentaje de descuento en la multa por reconocer la responsabilidad y la equivalencia al ahorro monetario.

Como resultado²¹, en el subsector minero aumentó un 35%, en el de electricidad un 4%, en el de pesca un 7% y en el de hidrocarburos menores un 3%.

4. Para incentivar y mejorar las decisiones de los administrados de subsanar los incumplimientos ambientales en el subsector de la minería, diseñaron las siguientes estrategias para intervenir los sesgos de sobrecarga cognitiva y de arrastre (poca recurrencia que otros lo hagan): i) durante la supervisión *in situ* se le informó a los responsables o jefes del proyecto minero que tal vez no estén familiarizados con el lenguaje técnico, los beneficios de las subsanación, de manera clara e ilustrada y; ii) a los tomadores de decisiones de la empresa, una carta explicando los beneficios económicos y legales de la subsanación.

Como resultado, aumentó el porcentaje de subsanación a los incumplimientos, pasando de estar en 8,3% a un 40,6% (32,3 puntos porcentuales, más).

²¹ El aumento de los porcentajes corresponden a las variaciones porcentuales de cada subsector, desagregados así: minero, en el 2018 (0%) y el 2019 (35%); electricidad, en el 2018 (11%) y en el 2019 (15%); pesca, en el 2018 (5%) y en el 2019 (12%); e hidrocarburos, en el 2018 (3%) y en el 2019 (6%).

5. Para incrementar las tasas de inscripción a las convocatorias de los cursos de la Academia de Fiscalización Ambiental del OEFA, diseñaron las siguientes estrategias: i) mejoraron el diseño de la convocatoria para resaltar la habilidad que pretendía desarrollar el curso; ii) se diseñaron convocatorias de acuerdo a cada perfil, para facilitar la toma de decisión; iii) incluyeron más información sobre el curso y el docente, con un diseño más atractivo; iv) una cronología específica del curso, con un número específico de horas, sesiones y con diversidad de perfiles profesionales; y v) un llamado a tomar la decisión con urgencia, para que no posponga ejecutar esta acción.

Como resultado, incrementaron los clics para ver los correos de la convocatoria, de un 10,6% a un 34,1% (23,5 puntos porcentuales, menos).

Con todo lo anterior, podemos decir que las metodologías que han construido tanto el BIT (Behavioural Insights Team) y el IMEC (Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento), coinciden en las siguientes etapas que se pueden resumir como: i) la identificación del comportamiento, el contexto en el que toman decisiones y, tanto las limitaciones como las motivaciones, es decir, los sesgos cognitivos y sus heurísticas, ii) el diseño de la estrategia de intervención del comportamiento que se quiere cambiar, es decir, de un “empujón del comportamiento” (*nudge*) dentro de una “arquitectura de decisión” (*choice architecture*), y iii) la implementación de la estrategia de intervención, así como la evaluación de los resultados que servirán para evaluar la efectividad, ajustes en el diseño de la estrategia y si se puede escalar o replicar.

En suma, tomaremos de este apartado en el que analizamos las metodologías de las 2 organizaciones, como insumo para construir nuestra propia recomendación metodológica a los tomadores de decisiones, en una etapa específica del diseño de políticas públicas, a continuación.

A continuación, a partir de las dos metodologías analizadas y como insumo para construir nuestra propia recomendación metodológica a los tomadores de decisión, en el siguiente apartado se desarrollará una serie de sugerencias indicando que fase metodológica y en qué etapa específica del diseño de políticas públicas sugerimos que la Secretaría de Gobierno debería considerar la siguiente recomendación.

5. RECOMENDACIÓN METODOLÓGICA DE POLÍTICA PÚBLICA

Previamente a dar inicio a este apartado, es importante resaltar que dado el tiempo preciso con que se contaba para la construcción de esta tesis de grado, de aproximadamente 4 meses, la recomendación metodológica que se presenta será de manera general. Estas se basan en el análisis de las metodologías diseñadas por el BIT y el IMEC, es decir, que se le planteará a la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali, cuál etapa de las metodologías de la Economía del Comportamiento estudiadas, se sugiere utilizar estratégicamente en la fase de formulación de políticas públicas para lograr incidir efectivamente en la mejora de toma de decisiones de los ciudadanos, en función de la confianza institucional, dentro del marco de la Cultura Política (Sodaro, 2010) de los caleños²².

Por último, se expondrán unas conclusiones finales, junto con una recomendación que plantea una transición de los resultados a corto plazo por la aplicación de un “empujón del comportamiento” (*nudge*) (Thaler y Sunstein, 2008), hacia cambios culturales en el largo plazo aplicando un *boost*²³.

Entonces, partiendo de las dos metodologías estudiadas, la del BIT y la del IMEC, se evidenciaron similitudes en las etapas metodológicas, determinando tres fases en común. Aquí se le recomienda a la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali implementar la fase 1, donde se definen los comportamientos claves que se quieren cambiar en los individuos conociendo sus limitaciones y motivaciones. Esto es fundamental para lograr la creación de políticas públicas con un enfoque comportamental pues sienta las bases para un adecuado análisis de la sociedad caleña, que permita al gobierno local incidir de forma positiva en el comportamiento de sus habitantes.

²² Hoy por hoy, Perú es el único país latinoamericano que ha implementado la economía del comportamiento dentro de su estructura gubernamental, precisamente en la Alta Dirección del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) del Ministerio de Ambiente, con el propósito de mejorar la atención a las denuncias por riesgos ambientales.

²³ Esta herramienta de la economía del comportamiento propone equipar de información a los ciudadanos, para que tomen decisiones más informadas y racionales, permitiendo que la decisión sea interiorizada.

Con esta fase, la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali podrá realizar actividades como entrevistas a profundidad, grupos de discusión (*focus group*), encuestas, procesos de observación y participación. Con estos datos, podrán identificar y analizar en un mapa de decisión, las causas del comportamiento. Ergo, la Secretaría contará con un diagnóstico de su grupo objetivo para así elegir el “empujón de comportamiento” (*nudge*) específico, que le permitirá facilitarle al ciudadano lograr el comportamiento esperado.

Se sugiere que la fase metodológica anteriormente expuesta, sea utilizada por la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali, en la etapa preparatoria de la formulación de una nueva política pública sobre Cultura Política de la ciudad. Puesto que es en esta fase que con estudios técnicos, académicos y de normas legales, se identifica el problema, las posibles causas y consecuencias, así como los actores claves, que hacen parte del contexto del comportamiento del ciudadano en sus relaciones interpersonales y frente a las instituciones (Almond y Verba, 1963); datos que son necesarios como paso previo a la definición del *nudge* específico.

En ese sentido, también es importante que definan si el diseño del *nudge* se hará desde un enfoque en donde se enfatice si el resultado del nuevo comportamiento tendrá más ganancias/beneficios o por el contrario, generará una aversión a la pérdida (Smith, 1759), es decir, definir el “efecto marco” (Kahneman y Tversky, 1979), en cómo se presentará tal “empujón del comportamiento” específico.

Teniendo en cuenta lo anterior, se había planteado que se destinaría un año para ejecutar esta primera etapa metodológica de conocer a profundidad el comportamiento ciudadano que se quiere intervenir, esto teniendo en cuenta los términos de los trámites legales, administrativos y dinámicas propias de construcción de presupuesto de la institución. Se puede considerar reducirlo a la mitad del tiempo si la investigación se subcontrata; tomando como punto de referencia el tiempo en que lo realizaron en los casos analizados del BIT y del Ministerio de Ambiente de Perú; en ese mismo sentido, también lo podría ser la reducción de tiempo en la implementación, podría ser de 3 años a un año y medio, y de la evaluación de la estrategia de intervención, de un año a 6 meses.

En conclusión, resulta innovador aplicar estas herramientas de las Ciencias del Comportamiento en políticas públicas, poco integrado por los Estados de América Latina, y muchos menos, en sus estructuras de gobierno.

Así pues, se realiza un planteamiento final²⁴ con el propósito de obtener cambios a largo plazo, y no solo de corto plazo, en la Cultura Política caleña, para ello, se plantearía el diseño de un *boost*. Esta herramienta dota a los ciudadanos con conocimiento a través de la información y sobre todo, de formación, para que su comportamiento sea más racional, más consciente; esto se logra en la medida que los cambios de los valores culturales se empiezan a interiorizar a lo largo del tiempo; luego entonces, consistiría en una reestructuración organizacional a la Alcaldía de Cali que impulse la creación de una Oficina de la Economía del Comportamiento dentro de la Secretaría de Gobierno.

²⁴ El desarrollo de este planteamiento final podría ser objeto de otra investigación, ya que se necesitaría contar con mayor tiempo de investigación en el que se desarrolle teóricamente el concepto de *boost*, así como las etapas metodológicas de investigación de los comportamientos que se quieren cambiar, la del diseño de la intervención, la de implementación y la de evaluación de resultados; máxime, cuando esta propuesta está vinculada e implica una deseable reforma administrativa de la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Cali.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alcaldía de Cali (2022). *Política Pública de Cultura Ciudadana*. <https://www.cali.gov.co/pazycultura/publicaciones/168378/politica-publica-de-cultura-ciudadana/>
2. Aristizábal García, A. F. y Quintero Caicero, V. D. (2017, 26 de septiembre). *Análisis de la Imagen de Ciudad y el Civismo en Santiago de Cali* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. Repositorio Educativo Digital. <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/2a67d300-5bb7-416f-8f0c-fe4ec551dfc1/content>
3. Behavioraleconomics.com. (s.f.). *Cognitive bias* [Blog]. The Behavioral Economics Group. <https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/cognitive-bias/>
4. Behavioraleconomics.com. (s.f.). *Heuristic* [Blog]. The Behavioral Economics Group. <https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/heuristic/>
5. Bobbio, N. (1909-2004). *Teoría general de la política* (A. Cabo y G. Pisarello, Trad.; M. Bovero, 3 Ed.). Trotta. (Trabajo original publicado en Madrid, España en 2009)
6. Cali Cómo Vamos (2024). *Encuesta de Percepción Ciudadana*. <https://www.calicomovamos.org.co/encuesta-percepcion-ciudadana>
7. CONTRIAL. (2024, 11 de septiembre). *Resultados de la Quinta Medición de Capital Social en Cali*. <https://contrial.co/resultados-de-la-quinta-medicion-de-capital-social-en-cali/>

8. Cordourier Real, C. R. (2015). *Participación ciudadana e instituciones: un análisis desde la teoría democrática de Robert A. Dahl*. Estudios sociológicos, 33(99).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-64422015000300579
9. Corpovisionarios (2016). *Diagnóstico de Cultura Ciudadana en Cali 2016*.
<https://www.cali.gov.co/pazycultura/publicaciones/133492/diagnostico-de-cultura-ciudadana-en-cali-2016/>
10. Corporación Latinobarómetro (2024). *Informe 2024: La democracia resiliente*.
<https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
11. Dahl, R. (1991). *La democracia y sus críticos*. Paidós Argentina.
12. Defensoría del Pueblo de Colombia. (2013). *¿Qué es el Estado social y democrático de derecho?*.
<https://repositorio.defensoria.gov.co/server/api/core/bitstreams/ddbe067b-0d60-40d1-a66e-be31a9b3be2c/content>
13. Dermizaky Peredo, P., (2000). *ESTADO DE DERECHO Y BUEN GOBIERNO*. *Ius et Praxis*, 6(2), pp. 145-151.
<https://www.redalyc.org/pdf/197/19760207.pdf>
14. Díaz, E. y Del Valle, C. (Eds.). (2016). *Guía de Economía del Comportamiento. Volumen 1: Políticas Públicas*. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento. <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2016/09/v9-imec-vol-1-1.pdf>
15. Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York. Harper

16. Fajardo Quiñonez, N. G. (2021). *EDUCACIÓN, CULTURA CIUDADANA Y TERRITORIO: Una mirada a procesos agenciados desde la Alcaldía de Santiago de Cali*. En Fajardo Quiñonez, N. G., Robayo Coral, L. J. y Rubio Gallardo, J. C. (Eds). *Geografiando: saberes y prácticas de educación geográfica* (pp. 67-89). https://editorial.unicatolica.edu.co/omp/index.php/Sello_Editorial/catalog/download/101/137/736?inline=1
17. Giddens, A. (2004). *Sociología* (4. Ed). Alianza Editorial: Madrid, España.
18. Groenewegen, A.. (s.f.). *Kahneman fast and slow thinking explained* [Blog]. SUE Behavioural Design Academy. <https://suebehaviouraldesign.com/kahneman-fast-slow-thinking/>
19. Grueso, D. I. (2020, octubre). *Introducción a la filosofía política* (pp. 9-22). Universidad del Valle. Programa Editorial: Cali, Colombia.
20. IDEA INTERNACIONAL. (2025). <https://www.idea.int/es>
21. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2016, 09 de septiembre). *Un pequeño empujón: Economía del Comportamiento Aplicada a Políticas Públicas* [Blog]. <https://www.ecomportamiento.org/blog-imec/politica>
22. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2017, 31 de enero). *¿Nudging o Boosting?* [Blog]. <https://www.ecomportamiento.org/blog-imec/2017/1/31/nudging-boosting>
23. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2017, 03 de octubre). *Sobre los Sesgos y Atajos Cognitivos en Políticas Públicas* [Blog]. <https://www.ecomportamiento.org/blog-imec/2017/10/3/sobre-los-sesgos-y->

24. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2018, agosto). *Contribuciones de la Economía del Comportamiento a la Batalla Contra la Corrupción* (Sec. II, Cap. 6). <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://files.elfsight.com/storage/20f131ea-4070-49cd-9af3-27f2c5427dc7/5636bd65-9fc1-4117-b4ab-494a4dcc0f2c.pdf>
25. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2020, 06 de marzo). 1. *Diseña la arquitectura de una decisión. -- Nudge -- Richard Thaler y Cass Sunstein* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/live/2Y9odx93rwQ?si=d5GEpNhb-uVKYyiD>
26. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2020, 13 de marzo). 2. *Nudge vs. Boost: ¿cuáles son las diferencias? -- Nudge -- Richard Thaler, Cass Sunstein.* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/live/le9sCkH-i3Q?si=EcuSBKQcYAwOc0KJ>
27. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2020, 20 de marzo). 3. *Nudges en el diseño de políticas públicas. -- Nudge -- Richard Thaler, Cass Sunstein.* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/live/zhFBhb4B0es?si=uTvltXrwlHyTdBUD>
28. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2020, 27 de marzo). 4. *Nudges y otros enfoques para cambio de comportamiento. -- Nudge -- Richard Thaler, Cass Sunstein.* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/live/KNLc2kvhxq0?si=Ks-J_jLmUbrTeTSG
29. Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento [IMEC]. (2021, 12 de julio). *Webinar: 5 Principios de Behavioral Design Aplicados a Política*

Pública.

[Video].

YouTube.

https://youtu.be/QPnOaX_T77E?si=9xXlgwkGEdHL5MZB

30. Johnson, E. J. y Goldstein, D. G. (2003). *Medicine. Do defaults save lives?*. Science, 302(5649).
https://www.researchgate.net/publication/8996952_Medicine_Do_defaults_save_lives
31. Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Colombia: Penguin Random House Grupo Editorial España.
32. Kettle, S. y Persian, R. (2022). *Target, Explore, Solution, Trial and Scale: An introduction to running simple behavioural insights projects*. Behavioural Insights Team (BIT). <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2022/11/BIT-Handbook-How-to-run-simple-BI-projects.pdf>
33. Leal Buitrago, F. (1989). *El sistema político del clientelismo*. Análisis Político, (8), 8–32. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/74236>
34. Mendoza Palomino, A. (1996). *Teoría y sinopsis de la Constitución de 1991* (2 Ed.). Ediciones Doctrina y Ley. Bogotá D.C, Colombia.
35. Novo, M., Arce, R. Fariña, F. (2003). El heurístico: perspectiva histórica, concepto y tipología. En M. Novo y Arce. R. (Eds), *Jueces: Formación de juicios y sentencias* (pp. 39-66). Granada: Grupo editorial Universitario.
<https://uforense.org/wp-content/uploads/2020/12/2003-heurxsticox-concepto-y-tipologxa-xnovo-et-al.x-2003x-2020-12-21.pdf>
36. OpenAI. (2023). *ChatGPT* (Versión del 23 de marzo) [Modelo de Inteligencia Artificial]. <https://chat.openai.com>

37. Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental [OEFA]. (2021, 15 de abril). *La Economía del Comportamiento Aplicada a la Fiscalización Ambiental*. Ministerio del Ambiente. Lima, Perú. <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/economia-comportamiento-aplicada-fiscalizacion-ambiental>
38. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2022). *Generar confianza para reforzar la democracia: principales conclusiones de la Encuesta de la OCDE de 2021*. París. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/support-materials/2022/07/building-trust-to-reinforce-democracy_1a87cc66/oecd-trust-survey-main-findings-es.pdf
39. Pinho, C. A.. (2011). *Estado de Derecho, Democracia y el Fortalecimiento de las Instituciones: Relectura Necesaria para el Siglo XXI*. En Organización de Estados Americanos - OEA. XXXVIII Curso de Derecho Internacional (pp. 65-76). https://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/publicaciones_digital_XXXVIII_curso_derecho_internacional_2011_Claudio_A_Pinho.pdf
40. POLIS. (2020). Confianza. El elemento máspreciado en la post-pandemia [Informe. Datos en Breve No. 19]. <https://www.icesi.edu.co/polis/images/publicaciones/datos-en-breve/pdfs/polis-db19-confianza.pdf>
41. ProPacífico et al. (2022). *Cali para Mi*. <https://www.caliparami.org/>
42. Putnam, R. D. (2002). *Solo en la bolera: colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana* (J. L. Gil Aristu, Trad.) (pp. 9-29). Editorial Círculo de Lectores. (Libro original publicado en 2002).

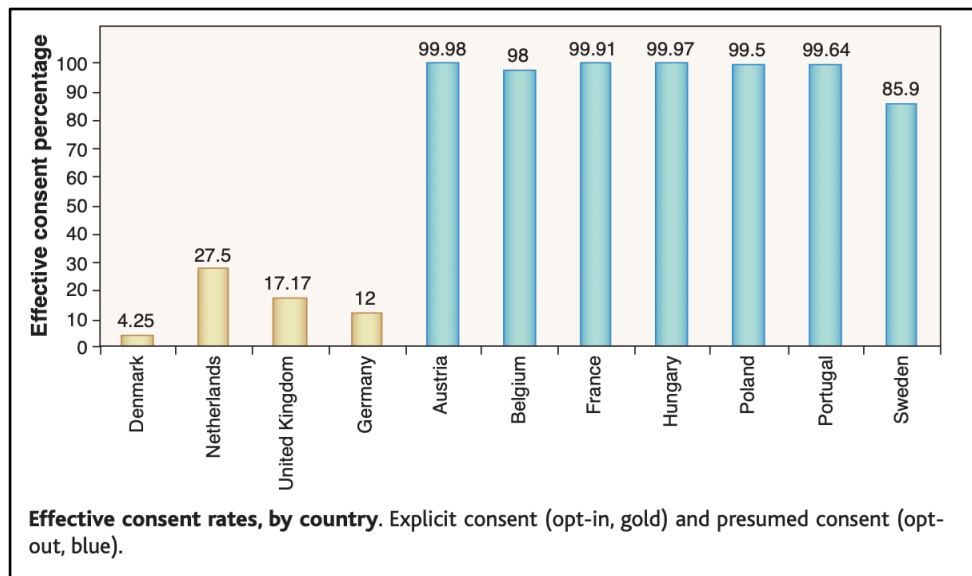
43. Ramos Gomez, O. G. (2024). *Cien Años de Civismo*. Sociedad de Mejoras Públicas.
44. Ramos-Zaga, F.A. (2023). *El potencial del nudge como herramienta para la elaboración de políticas públicas*. Desde el Sur, 15(02). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592023000200016
45. Restrepo, P. P., (1998). *Capital social, crecimiento económico y políticas públicas*. Lecturas de Economía, N. 48, pp. 33-65. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4833597>
46. Sartori, G. (1924-2017). *¿Qué es la democracia?*. Altamir Ediciones (Trabajo original publicado en Colombia en 1994).
47. Sodaro, M. J. (2010). *Política y ciencia política: una introducción* (2a Ed) (pp. 211-228). (Casado Rodríguez, M., Trad.). McGraw-Hill Interamericana. Madrid, España.
48. Sweeney et al. (2021). *Applying behavioural science to the annual electoral canvass in England: Evidence from a large-scale randomised controlled trial*. Estudios electorales, 70 (2021). <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2020.102277>
49. Tedx Talks. (2018, 21 de diciembre). Una economía más humana: "Una economía conductual" | Marco Carrasco | TEDxLima [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yqfRe9a34A>
50. Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2011). *Nudge: Un pequeño empujón*. Editorial Taurus.

51. Thaler, R. H., Sunstein, C. R., & Balz, J. P. (2013). En E. Shafir (Ed.), *The behavioral foundations of public policy* (pp. 428-439). Princeton, NJ: Princeton University Press
52. Thaler, R. H. (2018). *Economía del comportamiento: pasado, presente y futuro*. Revista de Economía Internacional, 20(38).
<http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v20n38/0124-5996-rei-20-38-00009.pdf>
53. Uriarte, E. (2010). *Introducción a la Ciencia Política. La Política en las Sociedades Democráticas* (3.^a ed.). Editorial Tecnos.
54. Villar Borda, L. (2007). *Estado de derecho y Estado social de derecho*. Revista Derecho del Estado, No. 20, 73–96.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derest/article/view/705/667>
55. World Justice Project (2024). *The 2024 WJP Rule of Law Index*.
<https://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index/>

ANEXO

Lo interesante de la economía del comportamiento es su potencial de otorgar soluciones prácticas a problemas de la sociedad (Molano, 2016). En su artículo “*Do Defaults Save Lives?*”, Johnson y Goldstein (2003) determinan que las opciones predeterminadas en los formularios de donación de órganos tienen un efecto poderoso en la toma de decisión. Demostrando así que los países europeos con consentimiento presunto (opt-out) tienen una tasa de donación de órganos mucho más alta que aquellos con consentimiento explícito (opt-in), concluyendo que cambiar las políticas predeterminadas podría aumentar sustancialmente la donación de órganos y salvar vidas.

Figura 4. Tasa de consentimiento efectivo de donación de órganos, por país



Fuente: Captura de pantalla en *Medicine. Do defaults save lives?* de Johnson y Goldstein (2003)