



La Economía Conductual

Un plan de 10 puntos para mejorar la política económica

Autores: Nida Broughton, Lis Costa, David Halpern, Johannes Lohmann, Richard O'Brien, Pantelis Solomon, Stefanie Schultheis, Natalia Shakhina, Hubert Wu



THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS

TEAM



Friends
Provident
Foundation

Agradecimientos

Nos gustaría agradecer a la Fundación Friends Provident por su amable financiación de la redacción y producción de este documento. También agradecemos a las siguientes personas por sus comentarios y apoyo en la elaboración de este documento:

Aisling Colclough, Aisling Ní Chonaire, Henry Knapman, Carolin Reiner, y a los colegas del HM Treasury y del BEIS que han tenido la amabilidad de aportar sus comentarios sobre este documento y sobre las ideas que contiene.



Contenido

- 04 **Resumen ejecutivo**
- 06 **Introducción: Por qué necesitamos mejorar la política económica**
- 09 **Plan de 10 puntos para mejorar la política económica**
 - 09 Nivel micro: Fomentar la capacidad de resistencia de los hogares y el empleo en el Reino Unido mediante acciones específicas
 - 14 Nivel meso: Dar forma a los mercados para impulsar la innovación y la productividad en beneficio de todos
 - 21 Nivel macro: Incorporar el comportamiento humano en el diseño de la política macroeconómica
- 29. **Próximos pasos: queremos saber de ti**
- 30. **Notas finales**



Resumen Ejecutivo

El COVID-19 ha provocado una gran conmoción en la economía del Reino Unido. Al mismo tiempo, ha dejado al descubierto problemas estructurales más amplios, que ya eran serios desde antes pero ahora son críticos, tales como la baja productividad del Reino Unido y la desigual distribución de la prosperidad en la sociedad.

Esto es algo bien sabido fuera de las esferas del poder: un 49 % de las personas en el Reino Unido dice que nuestra economía funciona de manera desigual, mientras que el 55 % piensa que se ha vuelto incluso más desigual en 2020 a medida que la pandemia de COVID-19 ha afectado a la economía del Reino Unido.

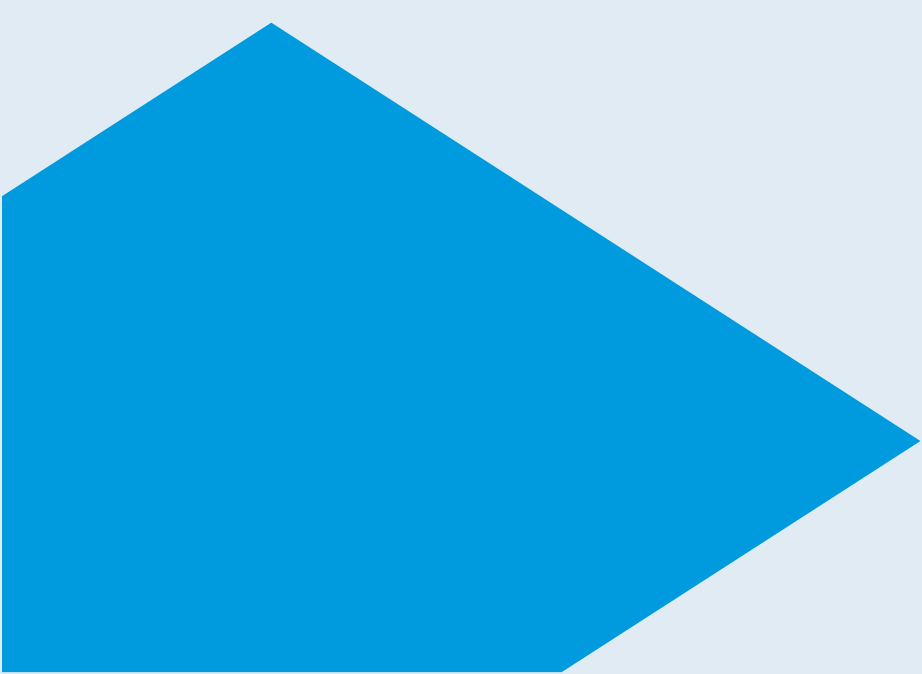
Ahora, a medida que salimos del impacto del COVID-19, es más vital que nunca reformar la política económica para que se centre en el comportamiento humano. La pandemia nos ha dado la oportunidad de mejorar nuestra política económica para que funcione en beneficio de toda la sociedad.

Las últimas veces que fuimos golpeados por choques económicos nuestra comprensión de cómo la ciencia del comportamiento podría ayudarnos a diseñar mejores políticas públicas aún estaba en su infancia. Sin embargo, hoy tenemos los conocimientos y las pruebas para realmente aprovechar, por primera vez, las percepciones conductuales e incorporarlas en nuestros procesos de formulación de política. Si lo hacemos, las oportunidades son inmensas. Los efectos conductuales moldean la forma en que las personas toman decisiones económicas sobre qué comprar, dónde trabajar y dónde vivir. Los factores conductuales pueden ayudar a explicar por qué los mercados no eliminan las prácticas explotadoras e ineficientes y se quedan atrapados en un mal equilibrio.

Es profundamente irónico que, de todos los campos de la política, la economía conductual haya sido tan poco aplicada a la política económica. Esta omisión hace que políticas tales como la tributaria, la subsidiaria y la reglamentaria sean menos efectivas de lo que pueden y deben ser, y que los formuladores de políticas carezcan por completo de otras clases de instrumentos de política.

En este documento presentamos un plan de 10 puntos para mejorar la política económica con base en una profunda comprensión del comportamiento humano. Reconocer la verdadera naturaleza de los incentivos, las motivaciones y las conductas de las personas mejorará el diseño de los instrumentos de política tradicionales y nos abrirá categorías de herramientas políticas nuevas. Ayudará a los gobiernos y a los reguladores a diseñar políticas más efectivas, a mejorar el funcionamiento de nuestra economía y a abordar los problemas de baja productividad, exclusión e injusticia, beneficiando a los ciudadanos y a las empresas de toda nuestra sociedad.

Se trata de una agenda ambiciosa. No se trata de una declaración sobre la política de este u otros gobiernos, sino que pretende provocar una discusión y un debate. Consideramos que este documento es sólo el principio. La adopción de esta agenda requiere de una colaboración efectiva entre los formuladores de políticas, los reguladores, los investigadores y los financiadores. Si le gustaría trabajar con nosotros para hacer de esta visión una realidad, por favor comuníquese con nosotros. Póngase en contacto con nuestra Directora de Política Económica, Nida Broughton (nida.broughton@bi.team).



Cuadro 1: Resumen del plan de 10 puntos para reformar la política económica

Micro	Fomentar la capacidad de resiliencia de los hogares y el empleo en el Reino Unido mediante medidas específicas	
1	Ayudar a la gente a ahorrar para el futuro	<ul style="list-style-type: none"> Reestructurar los incentivos fiscales para ahorrar en tiempos difíciles y una distribución más amplia de la riqueza. Aprovechar la crisis de COVID-19 para crear nuevos hábitos de ahorro
2	Abrir nuevas oportunidades de empleo y darle el apoyo que necesitan a quienes buscan empleo	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar el apoyo al empleo en torno a los objetivos laborales, no al cumplimiento de los criterios para beneficios Utilizar datos para guiar a quienes buscan empleo hacia oportunidades idóneas que no habrían considerado de otra forma, y a los empleadores a considerar un rango más amplio de postulantes
Meso	Dar forma a los mercados para impulsar la innovación y la productividad en beneficio de todos	
3	Medir si los mercados funcionan para los consumidores y las pequeñas empresas	<ul style="list-style-type: none"> Recolectar datos sobre los impulsores conductuales de los fallos del mercado, tales como el <i>sludge</i>[*] y la complejidad, para proveer mejor información para la política y la regulación
4	Dar prioridad a la transparencia del mercado	<ul style="list-style-type: none"> Aportar transparencia a los mercados comerciales y de contratación pública Lograr que los empleadores compitan por la remuneración y la calidad de un empleo Visibilizar los impactos medioambientales y sociales de las pensiones y otras inversiones
5	Atacar los costos de cambio de proveedor	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y probar cómo fomentar la confianza e impulsar la adopción de iniciativas de Datos Inteligentes que ayuden a los consumidores a comparar y cambiar sus proveedores de energía, telecomunicaciones y servicios financieros Ampliar las provisiones tipo Datos Inteligentes para cubrir las plataformas en línea
6	Dar un impulso a los disruptores del mercado y difundir lo que funciona	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar los fondos de desafío para impulsar la disrupción del mercado Reducir los costos de innovación a través de compartir equipos, instalaciones y asistencia Acelerar la difusión de la innovación por medio de difundir activamente "lo que funciona" a las empresas
Macro	Incorporar el comportamiento humano al diseño de la política macroeconómica	
7	Planificar con antelación para el próximo impacto	<ul style="list-style-type: none"> Cimentar canales e infraestructuras de datos para dirigir el gasto en estímulo económico hacia donde más se necesite Cimentar pruebas sobre cómo estructurar, diseñar y encuadrar el estímulo del gasto
8	Recompensar a las empresas que invierten, crecen y aumentan su productividad	<ul style="list-style-type: none"> Reestructurar la desgravación impositiva empresarial para abordar con mayor precisión las barreras subyacentes, como los costos de la inversión inicial Incitar a las empresas a invertir en momentos oportunos
9	Hacer de la confianza social una parte integral de la formulación de la política económica	<ul style="list-style-type: none"> Medir regularmente el impacto en la confianza social al diseñar y evaluar las políticas económicas Probar cómo diseñar espacios para impulsar la confianza social como parte de la planificación de reformas y proyectos de infraestructura Probar si los componentes de la educación superior que impulsan la confianza social pueden replicarse para fomentar la educación y el aprendizaje profesional
10	Desafiar probar, medir, aprender	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar herramientas como los análisis previos y los equipos rojos para minimizar sesgos como el sesgo de optimismo, el sesgo de confirmación y el refuerzo del grupo en la toma de decisiones. Realizar pruebas rápidas a través de experimentos en línea antes de implementar políticas nuevas Construir el seguimiento y la evaluación en los cambios de la política macroeconómica

* Las variables contextuales que impiden activamente las actividades que favorecen al consumidor y reducen su bienestar.

Introducción: Por qué necesitamos reformular la política económica

La crisis de COVID-19 ha puesto de relieve problemas estructurales más amplios

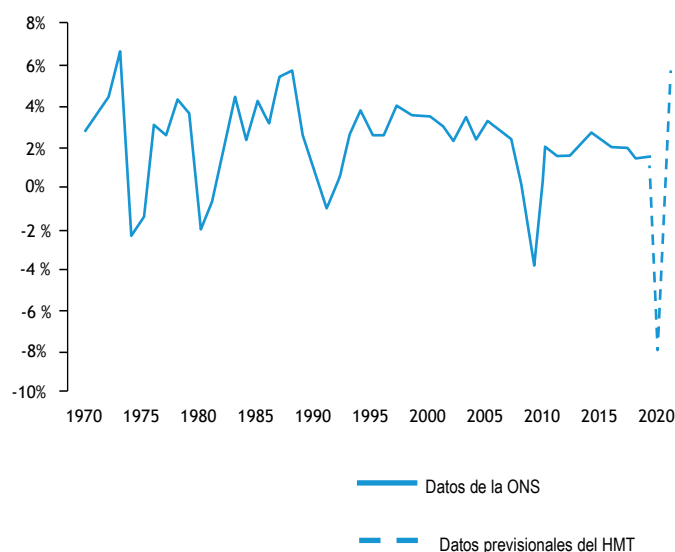
Las economías del mundo se han visto sacudidas por la pandemia del coronavirus que cerró nuestras empresas y cambió radicalmente nuestra vida cotidiana. El FMI anticipa que la economía mundial experimentará su peor caída en el PIB desde la Gran Depresión -y mucho peor que en la crisis financiera de 2008.¹ Los gobiernos han respondido con una ayuda financiera sin precedentes para los trabajadores y las empresas, tales como préstamos, subvenciones, tributación diferida y subsidios salariales.

El impacto económico también reveló y cristalizó un conjunto de desafíos estructurales más amplio que debe abordarse. La recuperación económica del COVID-19 es una oportunidad para diseñar una nueva y ambiciosa agenda política que haga de la economía del Reino Unido algo más fuerte, más inclusivo, más sustentable y resiliente ante futuras conmociones. Esto incluye abordar la problemática de la desaceleración de la productividad en el Reino Unido desde la crisis financiera de 2007-08, garantizar que los beneficios económicos se distribuyan ampliamente en toda la sociedad, y ayudar a las personas a prosperar a medida que las nuevas tecnologías cambian la naturaleza del trabajo y el Reino Unido realinee sus relaciones comerciales internacionales.

La necesidad de reformar la política económica ya es algo bien entendido fuera de las esferas de poder.

El 49 % de las personas del Reino Unido dice que nuestra economía funciona de manera injusta, mientras que el 55 % piensa que se ha vuelto más injusta desde 2020 cuando la pandemia de COVID-19 golpeó la economía del Reino Unido.²

Figura 1: Variación interanual del PIB



Fuente: ONS, *Gross Domestic Product: Year on Year growth, August 2020*; HMT, *Forecast for the UK economy: a comparison of independent forecasts, 2020*

Este es el momento de introducir las percepciones conductuales a la formulación de la política económica

Cuando nos golpearon los impactos económicos anteriores, la aplicación de las percepciones conductuales a las políticas públicas todavía estaba en su primera infancia. Desde entonces, durante la última década, las percepciones de las ciencias conductuales nos han brindado resultados poderosos en áreas que son de vital importancia para el crecimiento económico y para tener finanzas públicas sólidas, como lo son la educación, la movilidad social, la competencia de mercado y el cumplimiento tributario. Por ejemplo, eliminar la fricción de los procesos de postulación aumenta en un tercio la postulación de estudiantes de contextos desfavorecidos, a una fracción del costo de una beca tradicional.³ Los estudiantes que provienen de contextos desfavorecidos también tienen mayor probabilidad de aprovechar puestos en las universidades de Russell Group si reciben cartas de alumnos actuales en la universidad que provienen de contextos parecidos.⁴ Enviar a los consumidores una carta con información sobre la oferta energética más barata del mercado triplica la probabilidad de que cambien de proveedor.⁵ Decir a los ciudadanos que otras personas de su localidad han pagado sus impuestos a tiempo aumenta el cumplimiento tributario.⁶

A pesar de estos éxitos, la política y el pensamiento económicos actuales siguen basándose sustancialmente en modelos "clásicos" que no captan muchos de estos efectos. Los economistas y psicólogos conductuales pueden presumir de haber recibido cuatro premios Nobel y de haber modificado considerablemente el estudio académico de la economía. Sin embargo, se tiene mucha menos claridad sobre hasta qué punto este nuevo corpus bibliográfico ha podido reformar la política económica. Esta falla conceptual significa que las políticas tales como la tributaria, la subsidiaria y la reglamentaria son menos efectivas de lo que podrían ser, y lleva a los formuladores de políticas a pasar por alto otras clases de instrumentos de política. Es profundamente irónico que, de todos los campos de la política, la economía conductual haya sido tan poco aplicada a la política económica.

Los efectos psicológicos moldean la forma en que nosotros, como individuos, elegimos qué compramos, dónde trabajamos y dónde vivimos. Las personas tienen poco tiempo y están sujetas a una sobrecarga cognitiva. Con tantas tareas diarias por completar y decisiones por tomar, es difícil procesarlas y ponerlas todas en acción, y cuesta dar prioridad a las tareas importantes, pero no urgentes. Las personas tienen aversión al arrepentimiento, y a menudo se quedan con lo que tienen por miedo de cometer errores si se trasladan a otro lado. No sólo tomamos decisiones basadas en los números: nos vemos profundamente influenciados por las acciones de terceros y tenemos una preferencia por la equidad y la reciprocidad, con una predisposición a recompensar las acciones bondadosas y castigar las malas.

Los factores conductuales pueden ayudar a explicar por qué los mercados no siempre entregan los mejores resultados para la sociedad en su conjunto ni distribuyen los resultados de manera equitativa. Cuando funcionan bien, los mercados son impulsores poderosos de una calidad de vida más alta. Dan fuertes incentivos a los proveedores para que compitan para entregar la mejor relación calidad-precio a los consumidores, a través de precios más bajos, mejor calidad e innovación. Sin embargo, los factores conductuales son una de las razones por las cuales los mercados no siempre eliminan las prácticas explotadoras y por qué se quedan atrapados en malos equilibrios. Por ejemplo, a las empresas a menudo les conviene aumentar la complejidad y hacer que sea más difícil que los consumidores sepan si han logrado un buen negocio o si deberían cambiarse a otro proveedor: la gente debe pasar aproximadamente 107 minutos por semana en explorar y comparar opciones si quiere tomar buenas decisiones.⁷ Y cuando los mercados fallan, los gobiernos —y en última instancia los ciudadanos— absorben el costo, por ejemplo, los miles de millones que se gastaron en rescatar a los bancos después de la crisis financiera de 2008.⁸

Un plan de 10 puntos para reformar la política económica

En este documento detallamos un plan de 10 puntos para reformar la política económica en base a la conducta humana. Una profunda comprensión de los incentivos, las motivaciones y las conductas de las personas puede mejorar el diseño de los instrumentos de política tradicionales, además de abrir una nueva categoría de herramientas políticas que se basan en influenciar los sentimientos y el comportamiento. Tiene el potencial de ayudar a los gobiernos y a los reguladores para que diseñen políticas más efectivas, mejoren el funcionamiento de nuestra economía, y aborden los temas de la baja productividad, la exclusión y la injusticia, con el fin de beneficiar a las empresas y a los ciudadanos a lo largo de la sociedad en su totalidad.

Formulamos recomendaciones a nivel micro, meso (o de mercado) y macro de la política económica, y exponemos ideas iniciales acerca de qué deberían explorar y probar en mayor profundidad los formuladores de políticas, los reguladores y los investigadores. Esta no es una declaración acerca de la política de este u otro gobierno. Tiene por objetivo estimular la discusión y el debate, aunque en última instancia esperamos que informe y moldee la política.

Se trata de una agenda ambiciosa. Adoptarla de manera exitosa requiere de una colaboración efectiva entre los formuladores de políticas, los reguladores, los investigadores y los financiadores. Si le gustaría trabajar con nosotros para hacer de esta visión una realidad, por favor comuníquese con nosotros. Póngase en contacto con nuestra Directora de Política Económica, Nida Broughton (nida.broughton@bi.team).

Recuadro 1: ¿A qué nos referimos con micro, meso y macro?

La política económica suele estar dividida en dos categorías: la política microeconómica que se fija en las personas, las empresas y los mercados; y la política macroeconómica que abarca toda la economía. Las recomendaciones que provienen de un enfoque conductual a la política económica no siempre encajan perfectamente dentro de estas dos categorías.

En este documento, separamos la política microeconómica en dos partes, que nos permite distinguir entre el diseño de políticas a nivel individual y el diseño de políticas a nivel de mercado. Y aunque la política macroeconómica se ocupa tradicionalmente de niveles generales de los impuestos, gastos y tipos de interés, un enfoque conductual nos dice que los detalles del diseño de estos instrumentos de política macroeconómica son consecuentes, de modo que varias recomendaciones de la sección "macro" -especialmente las relativas a la forma en que los individuos reaccionan a los incentivos financieros- tienen ideas en común con la sección "micro".

El cuadro a continuación resume las definiciones que utilizamos en este documento.

Cuadro 2: Definiciones de micro, meso y macro en este documento

Micro	Intervenciones de política microeconómica que se enfocan en cambiar el comportamiento individual, por ejemplo, indicar a los consumidores que cambien de proveedor, a quienes buscan empleo a que postulen a formación relevante, y a consumidores morosos a que ahorren a través de esquemas como la inscripción automática. La mayoría de los “nudges” o empujones [variables contextuales que facilitan que el usuario final logre sus objetivos] tradicionales pertenecen a esta categoría.
Meso	Las intervenciones de política microeconómica que se enfocan en cambiar la conducta a nivel “mayorista”, de empresa o de mercado, a menudo por medio de varios mecanismos al mismo tiempo. Por ejemplo, publicar información sobre brechas salariales entre hombres y mujeres a nivel de la empresa puede cambiar la disposición de las personas de buscar empleo con diferentes empleadores; les da información a los empleadores respecto a qué tan bien lo están haciendo y su potencial de mejora; y puede afectar la reputación general de la empresa más allá de la contratación. A su vez, esto puede ser un gran incentivo para que las empresas mejoren sus brechas salariales de género.
Macro	Las intervenciones de política macroeconómica que se enfocan en mejorar la salud de la economía en general, por ejemplo, tributación y gasto para crear un ambiente estable para las inversiones en infraestructura, inversiones en competencias e I&D, o estabilizar la economía a través de la política fiscal y monetaria. Esto también incluye las comunicaciones sobre la política macroeconómica destinadas a cimentar la credibilidad y la confianza durante las crisis.



Plan de 10 puntos para reformar la política económica

A nivel micro: Fomentar la capacidad de resistencia de los hogares y el empleo en el Reino Unido a través de medidas específicas

La resiliencia financiera de los hogares ya era baja al empezar la crisis de COVID-19. Una investigación del Money and Pensions Advice Service (Servicio de Asesoramiento sobre Dinero y Pensiones) publicada en enero de 2020 reveló que 11,5 millones de personas (el 22 % de todos los adultos) en el Reino Unido tenían menos de £100 en ahorros, 9 millones estaban sobreendeudadas y otros 9 millones pedían préstamos regularmente para pagar bienes esenciales porque se habían quedado sin dinero.⁹

Los primeros datos sobre el impacto del COVID-19 mostraban que un tercio de los británicos ahorra más dinero a medida que se bloqueaban las oportunidades para gastar.¹⁰ Sin embargo, muchos hogares se vieron sometidos a tensiones financieras, y alrededor de una quinta parte tuvo dificultades para llegar a fin de mes durante el mes de abril, en medio de la cuarentena.¹¹ Alrededor de un tercio recurrió a los ahorros, y el 16 % pidió prestado o utilizó un crédito.¹² Al llegar a mayo se habían concedido alrededor de 1,5 millones de exoneraciones en el pago de tarjetas de crédito y créditos personales.¹³ A medida que se recupera la economía, estos hogares tendrán que empezar a pagar la deuda y (re)crear ahorros para el futuro.

Mientras tanto, los trabajadores del Reino Unido deben adaptarse al cambiante mercado laboral. En muchos aspectos, la crisis de la COVID-19 ha acelerado las tendencias preexistentes. Las tiendas han tenido que depender más de los pedidos en línea; los empleados han tenido que trabajar de forma remota; y las reglas de distanciamiento social han aumentado el costo de contratar personal relativo a la inversión en equipo físico. Para muchas empresas, estos ajustes se están volviendo permanentes. Según una encuesta de EY de 2.900 ejecutivos en 46 países, más de un tercio está acelerando su inversión en automatización como resultado de la crisis.¹⁴ Empresas como Twitter han decidido cambiarse indefinidamente al trabajo remoto como opción predeterminada.¹⁵

Más encima, dependiendo de cómo se materialice el acuerdo comercial del Reino Unido con la UE, es probable que los sectores como servicios financieros y fabricación de automóviles se vean desproporcionadamente afectados si resulta más difícil exportar.¹⁶ Y el cambio hacia el crecimiento limpio probablemente afecte los pleos en algunas partes del Norte y las Midlands, cuyas industrias generan una gran huella de carbón.¹⁷

Rec 1. Ayudar a la gente a ahorrar para el futuro

Todos los años, el gobierno gasta miles de millones de la desgravación impositiva en ahorros y pensiones. Sin embargo, el mercado del ahorro en el Reino Unido está fragmentado. Sus incentivos para el ahorro son deficientes y las oportunidades de ahorro para los ciudadanos son limitadas.

Cuadro 3: Costo de desgravaciones impositivas e incentivos seleccionados para impulsar el ahorro

Iniciativa del gobierno	Costo nominal estimado (miles de millones de £), 2019-20
Desgravación impositiva sobre regímenes de pensiones registrados	21,2
Desgravación de la Cuenta de Ahorro Individual	3,3
Subsidio de ahorro individual	0,7
Ayuda Para Ahorrar	0,085 (costo anual estimado para 2022-23, a partir de marzo 2018)

Fuente: HM Revenue & Customs, *Estimated Costs of Tax Reliefs, 2019*; OBR, *Economic and Fiscal Outlook, Marzo 2018*

Uno de los ejemplos más importantes acerca de las percepciones conductuales es el incumplimiento masivo de las personas en cuanto al ahorro para su pensión: la participación en pensiones dentro de las empresas aumentó desde un 55 % al 84 % de los empleados elegibles en los años posteriores a la introducción de la inscripción automática.¹⁸ También hay pruebas prometedoras sobre el potencial de aumentar el ahorro mediante dar indicaciones a los consumidores en momentos propicios¹⁹ y la estructuración de los incentivos financieros como premios.²⁰



"Unfortunately, I saved for a rainy day but had a rainy year."

Rec 1.1 Reestructurar los incentivos tributarios para ahorrar en tiempos difíciles y una distribución más amplia de la riqueza.

La reducción de la desgravación impositiva de las pensiones para las personas con mayores ingresos ahorraría alrededor de £9.000 millones al año.²¹ Esta cantidad podría destinarse a incentivos específicos para que un mayor número de personas disponga de un fondo para imprevistos de £1.000, un colchón suficiente para cubrir la mayoría de los imprevistos.²²

Por otra parte, los formuladores de políticas podrían también considerar la reestructuración de los incentivos tributarios sobre los obsequios y las herencias, de forma de estimular una distribución más amplia de la riqueza, sin dejar de apalancar el deseo de las personas de dejar dinero a su familia, por ejemplo, fomentando que la gente le deje dinero a sus nietos en vez de a sus hijos. Los hijos tienden a tener ingresos similares a los de sus padres. Pero los nietos, y los bisnietos, se parecen cada vez más a la población en general, y son más.

Ideas para investigar y probar

- Reestructurar los incentivos de las cuentas de ahorro individual para lograr que más personas tengan un ahorro de £1000.
- Ofrecer Bonos Premium más pequeños y accesibles y cuentas de ahorro vinculadas a premios.
- Indicar a las personas que ahorren en momentos clave para reducir la aversión a las pérdidas, como cuando reciben una devolución de impuestos o al momento del pago, y proporcionarles reglas generales acerca de cuánto ahorrar (por ejemplo, tres veces el sueldo neto).
- Ampliar la elegibilidad de la "Ayuda al Ahorro" a los hogares con ingresos de hasta £20.000 y probar variaciones para entender qué es lo que mejor motiva el ahorro, por ejemplo, reformular los incentivos de ahorro a la par para recompensar las rachas de ahorro (por ejemplo, ahorrar de forma constante durante 10 de 12 meses).
- Ajustar los impuestos relativos a dejar dinero a un hijo en lugar de a varios nietos y animar a las entidades financieras a ofrecer más fideicomisos de "salto generacional".



Rec 1.2 Aprovechar la crisis de la COVID-19 para crear nuevos hábitos de ahorro

La crisis de la COVID-19 afectó los hábitos de ahorro y gasto habituales de las personas. Aproximadamente un cuarto del presupuesto de los hogares se suele gastar en bienes y servicios como viajes, ocio y salir a comer, actividades que fueron prohibidas o fuertemente desalentadas durante las cuarentenas, haciendo que muchos hogares efectivamente se convirtieran en ahorradores.²³

Las investigaciones anteriores sobre los motivos por los que la gente no ahorra revelan que la mayoría dice que no puede permitírselo, que no lo necesita o que no ha pensado en ello.²⁴ Las secuelas de la crisis ofrecen una oportunidad única para cambiar estas percepciones, en primer lugar, porque la gente está ahorrando cantidades importantes de dinero por primera vez y en segundo lugar porque puede aterrizar la realidad de la necesidad de estar preparados para futuros golpes.

La recuperación económica depende de que los consumidores vuelvan a gastar. Sin embargo, también se trata de una oportunidad única para construir hábitos de ahorro a largo plazo que hagan que los hogares sean resistentes frente a futuras crisis. Con una política bien diseñada (véase el recuadro 2), estos dos objetivos, gastar ahora y ahorrar después, no tienen por qué estar en conflicto.

Ideas para investigar y probar

- Estimular a los hogares para que conviertan los ahorros de las cuarentenas en fondos iniciales de ahorro para tiempos de vacas flacas y para darse el gusto. Las investigaciones demuestran que las personas se sienten más motivadas a seguir hacia adelante si pueden ver los avances que ya han realizado hacia un objetivo. Probar diferentes formas de motivar el ahorro extra, por ejemplo, objetivos para las vacaciones junto con ahorros para imprevistos, y reglas generales sobre cuánto ahorrar.
- Animar a las personas a inscribirse en planes de ahorro automatizados, como el ahorro por planilla, cuando vuelvan a trabajar. Probar productos de "pago y ahorro" para personas que están pagando sus deudas, en los que los pagos de los préstamos se convierten automáticamente en depósitos de ahorro regulares a medida que se paga el préstamo. Ambas ideas aprovechan el poder de los incumplimientos, haciendo el ahorro más fácil y psicológicamente menos doloroso.



Recuadro 2: ¿Podemos lograr que la gente ahorre y estimular la economía al mismo tiempo?

A medida que las economías se recuperan de la crisis de la COVID-19, los gobiernos buscan formas de alentar a los consumidores a salir y gastar. Al mismo tiempo, la salida de la crisis es una oportunidad sin precedentes para cambiar los hábitos de ahorro y hacer que los hogares sean más resistentes ante futuros impactos. Sin embargo, estos dos objetivos no necesariamente están en conflicto:

- **Gastar ahora, pero crear hábitos de ahorro a largo plazo:** Cambiar los hábitos de ahorro no tiene por qué significar animar a la gente a destinar un ahorro adicional considerable en este preciso instante. De hecho, las políticas más eficaces probablemente sean las que estimulen el compromiso con el ahorro a largo plazo. Ideas como el ahorro por planilla y el "pago y ahorro" consisten en gran medida en comprometerse a ahorrar más en el futuro.
- **Utilizar datos para dirigir intervenciones:** Un uso inteligente de los datos bancarios abiertos y de la ciencia conductual puede ayudar a dirigir mejor los estímulos para fomentar el ahorro. Basándose en el nivel de ahorro actual de los clientes y en los cambios en los ingresos y gastos durante la cuarentena, los bancos y las fintechs podrían identificar a aquellos que pueden y deben ahorrar. Por ejemplo, podrían alentar a sus clientes con balances más altos que los habituales en sus cuentas corrientes para que dividan su dinero en un fondo para "darse el gusto", que podrían gastar cuando vuelva a abrirse la economía, y un fondo de "ahorro" para los tiempos de vacas flacas.

Rec 2. Abrir nuevas oportunidades de empleo y darle el apoyo que necesitan a quienes lo buscan

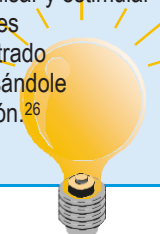
Los cambios como la automatización, la digitalización y ahora la pandemia han puesto de relieve lo difícil que es recapacitar y re canalizar a un gran número de empleados cuyos medios de vida están en riesgo. El dinero que se gasta en apoyar a quienes no tienen empleo o tienen ingresos muy bajos a menudo es objeto de fuerte escrutinio; sin embargo, esto a menudo, de manera perversa, puede conducir a un apoyo mal diseñado.

Rec 2.1 Fomentar el apoyo al empleo en torno a los objetivos laborales, no al cumplimiento de los criterios para beneficios

Un efecto adverso de este alto nivel de escrutinio es que el apoyo a la búsqueda de empleo puede poner un excesivo enfoque en que el buscador de empleo proporcione pruebas de que está cumpliendo con determinados procesos, tales como inscribirse en agencias de contratación o dedicarle una cierta cantidad de tiempo cada semana a buscar un empleo. En cambio, el apoyo al empleo debería enfocarse en fomentar la motivación al trabajar con quienes buscan empleo para que se impongan y se comprometan con objetivos alcanzables, ajustados a sus necesidades y a las barreras específicas que enfrentan. El apoyo debería enfocarse en dirigir a quienes buscan empleo hacia estrategias de búsqueda de empleo más efectivas y en evitar que cometan errores comunes como enviar currículos genéricos o no registrarse en determinados portales de empleo.²⁵

Ideas para investigar y probar

- Estructurar el apoyo al empleo en torno a establecer objetivos laborales y ofrecer apoyo personalizado para mejorar las estrategias de búsqueda de empleo.
- Presentar una gama más amplia de contenido de formación local y en línea. Impulsar y estimular activamente a quienes buscan empleo para que encuentren capacitaciones que les ayuden a lograr sus objetivos laborales. Las investigaciones pasadas han demostrado que la personalización y el instaurar un sentido de reciprocidad (por ejemplo, avisándole al buscador de empleo que se le ha reservado un lugar) puede mejorar la adopción.²⁶



Rec 2.2 Utilizar datos para dirigir a quienes buscan empleo hacia nuevas oportunidades y alentar a los empleadores a considerar una gama más amplia de postulantes

Los cambios en el mercado laboral debido a la pandemia COVID-19, la automatización, el cambio hacia un crecimiento limpio y la salida del Reino Unido de la UE crean oportunidades y presiones para que los trabajadores se adapten. A medida que se vayan eliminando gradualmente los programas de apoyo que se implementaron durante la crisis, muchas más personas podrían perder sus trabajos o sufrir cambios drásticos en ellos. Lograr que todas estas personas vuelvan a trabajar lo antes posible es de vital importancia para minimizar la atrofia de sus habilidades y el impacto negativo que puede tener la falta de empleo en su bienestar.²⁷

Las personas a menudo no están conscientes de las oportunidades que están a su alcance para adaptar sus habilidades y experiencias, o para volver a capacitarse. Pueden frenarse por baja motivación, falta de tiempo o mala información. Los empleadores pueden retomar el publicar empleos que son demasiado específicos en cuanto a la experiencia requerida (en comparación con las habilidades y capacidades generales) o el tipo de régimen laboral que ofrecen. Las percepciones conductuales junto con la ciencia de datos se pueden utilizar para identificar oportunidades adecuadas y dirigir a los trabajadores hacia ellas; y estimular a los empleadores para que publiquen empleos en base a lo que verdaderamente necesitan en vez de su forma habitual de hacerlo. Por ejemplo, la cantidad de empleos publicados como “flexibles” en el sitio web Indeed aumentó un 20 % cuando se les dio una simple indicación a los empleadores al momento de publicar el aviso. Los empleos publicados como “flexibles” recibieron un 30 % más de postulantes.²⁸

Ideas para investigar y probar

- Evaluar la efectividad de dirigir a quienes buscan empleo en los portales de empleo hacia puestos en campos profesionales afines o ubicaciones geográficas adyacentes. Modificar la información en los portales de empleo y los servicios de búsqueda de empleo para que destaquen las oportunidades de formación adecuadas.
- Probar la efectividad de las indicaciones en los portales de empleo para alentar a los empleadores a considerar regímenes de trabajo flexibles y para que amplíen las formas en que los postulantes pueden demostrar sus capacidades para cumplir con el rol.
- Poner el enfoque en servicios de reemplazo en los sectores que probablemente hagan que sus trabajadores pasen desde estar de baja a estar desempleados. Evaluar las formas de guiar a quienes buscan empleo a sectores donde es probable que crezca la demanda, y hacia la formación en habilidades que probablemente tengan una alta demanda en el futuro.



Nivel meso: Dar forma a los mercados para impulsar la innovación y la productividad en beneficio de todos

Estamos pagando más de lo que deberíamos por bienes y servicios: los márgenes de beneficio en el precio por sobre el costo han aumentado en las economías avanzadas, y especialmente en el Reino Unido.²⁹ La larga cola de negocios de baja productividad del Reino Unido indica que las mejores ideas sobre cómo mejorar los productos y servicios se están demorando bastante tiempo en extenderse por toda la economía.³⁰

Muchas intervenciones conductuales, tales como aquellas en la sección anterior, se enfocan en modificar las acciones de las personas. A menudo pueden ser muy efectivas, pero en muchos mercados simplemente no son suficientes. Incluso con una intervención reglamentaria y política, los mercados pueden quedarse atrapados en un equilibrio problemático que resulta en un mal negocio para los clientes, con incentivos deficientes para que los proveedores innoven o mejoren.

En el pensamiento político tradicional, hay una presunción arraigada (y heroica) de que los mercados suprimen y eliminan las estrategias comerciales manipuladoras o explotadoras. De hecho, a menudo existen incentivos para que los proveedores exploten los sesgos conductuales y hagan que sea más difícil que sus clientes entiendan si están consiguiendo asegurar las condiciones óptimas. Por ejemplo, los pliegos de condiciones típicos de las plataformas en línea requieren unos 30-45 minutos para leerlos en su totalidad y además requieren una edad de lectura de 18 años.³¹ Estas fricciones aumentan la carga cognitiva; o sea, cuando nos enfrentamos a demasiadas tareas, se nos hace difícil procesarlas y hacer algo al respecto. Lo anterior socava nuestra capacidad de tomar las mejores decisiones en nuestro beneficio. Por otro lado, los proveedores suelen facilitar la contratación de ofertas como los préstamos sobre el sueldo en situaciones en las que un poco de fricción probablemente ayudaría a los consumidores a tomar mejores decisiones.

Aquellos con ingresos más bajos a menudo obtienen las peores condiciones, ya que experimentan una “prima sobre la pobreza” de £490 al año por bienes y servicios, lo suficiente como para unas vacaciones en familia, ropa y zapatos para los niños, o mantener la casa calefaccionada en invierno.³² Más sutilmente, hay pruebas crecientes que las deudas de bajo nivel crean un “impuesto cognitivo” o “mental” que lleva a tomar peores decisiones de manera más generalizada.³³

Tenemos que enfocarnos en moldear los mercados de manera fundamental y cambiar el eje de la presión competitiva hacia el suministro de productos y servicios de alta calidad y con una buena relación calidad-precio. Y tenemos que mirar más allá de los mercados de consumo y los regulados, hacia las compras del sector público, las empresas y los mercados laborales.

Rec 3. Medir si los mercados funcionan para los consumidores y las pequeñas empresas

No disponemos de información fidedigna con respecto al estado de la competencia en toda la economía del Reino Unido, y es una de las razones clave del por qué el Gobierno del Reino Unido le encargó a la Competition and Markets Authority (CMA) publicar informes sobre el “estado anual de la competencia” a partir de 2020.³⁴ Estos informes deberían permitir a los formuladores de políticas identificar activamente a los mercados que no están funcionando bien.

Sin embargo, las mediciones de alto nivel del rendimiento del mercado, tales como los niveles generales de cambio, a menudo pueden esconder las fallas conductuales del mercado, especialmente hasta qué punto los proveedores explotan deliberadamente los sesgos conductuales que dificultan que los clientes tomen buenas decisiones. Por ello, estas cuestiones suelen eludir la atención de los formuladores de políticas.

Ideas para investigar y probar

- Desarrollar medidas estandarizadas de auditoría de sludge para comparar a los proveedores entre distintos mercados respecto a la dificultad de realizar tareas clave como rescindir un contrato, ajustar la configuración de privacidad o presentar un reclamo.
- Desarrollar medidas de comprensión estandarizadas para comparar las condiciones y políticas de privacidad de los proveedores.
- Desarrollar medidas estandarizadas en todos los mercados sobre la dificultad de encontrar y comparar información sobre calidad y precio.



Rec 4. Dar prioridad a la transparencia del mercado

Muchos mercados sufren un problema fundamental de falta de información. Esto deja a los compradores sin la capacidad de tomar buenas decisiones. Los proveedores tienen pocos incentivos para innovar, ser más eficientes e impulsar la productividad.

Rec 4.1 Dar transparencia a los mercados de contratación de las empresas y los gobiernos

Los mercados de consumo suelen beneficiarse de los sistemas de reputación que alinean los incentivos de los proveedores con los de los clientes: un aumento de una sola estrella en las calificaciones de Yelp conlleva un incremento de entre el 5%-9 % en los ingresos de los restaurantes.³⁵

Los mercados de empresa a empresa y de empresa a gobierno carecen de esta transparencia. Los compradores no pueden evaluar fácilmente la calidad del servicio, por lo que los proveedores tienen pocos incentivos para mejorar. Muchos de estos mercados, por ejemplo, la formación, la asesoría empresarial y legal, la distribución y contabilidad en el extranjero, son estratégicamente importantes para el crecimiento y la productividad de las empresas. Si no funcionan bien, frenan a nuestras pequeñas empresas.³⁶

Ideas para investigar y probar

- Crear bases de datos, sitios de comparación y comentarios para ayudar a las empresas a encontrar los mejores asesores, contadores, proveedores de servicios de formación, consultores y empresas de logística para sus necesidades. Utilizar las percepciones conductuales para diseñar estas herramientas con el fin de garantizar que sean fuentes precisas y fiables de información.³⁷
- Recopilar y publicar datos del sector público que puedan informar al mercado en general, por ejemplo, sobre la calidad del servicio de los proveedores de formación utilizados por el sector público.



Rec 4.2 Lograr que los empleadores compitan por la remuneración y la calidad de un empleo

Cuando se produjo la crisis de COVID-19, millones de trabajadores recibieron apoyo a través del plan de licencias, con 7,5 millones de trabajadores en el Plan de Retención de Empleo por el Coronavirus a mediados de mayo.³⁸ Al reabrir las empresas, el objetivo inmediato es que la gente vuelva a trabajar.

A primera vista, los años que precedieron a la crisis de COVID-19 fueron notables en cuanto a la resiliencia del mercado laboral, especialmente en el Reino Unido. El desempleo se situó en el 3,9 % durante los tres primeros meses de 2020.³⁹ Sin embargo, los salarios reales se estancaron en gran medida después de la crisis financiera,⁴⁰ y se estima que se perdieron 12,8 millones de días de trabajo debido al estrés, la depresión o la ansiedad relacionados con el trabajo en 2018/19.⁴¹ Se perdió la oportunidad de hacer que los mercados laborales ofrecieran buenos empleos.

Los datos sobre la calidad del trabajo son deficientes. Las plataformas de empleo y los sitios de reseñas sobre empleadores, como Glassdoor recopilan opiniones de forma masiva, pero no siempre recogen datos de forma sistemática sobre las dimensiones que se correlacionan con la satisfacción con la vida. Tras la pandemia COVID-19, los formulador de políticas deben construir un mercado que fomente el buen empleo, y no cualquier empleo.

Ideas para investigar y probar

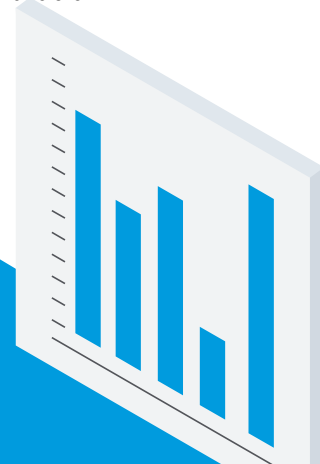
- Mostrar a los empleadores cómo se comparan con otros en cuanto a la calidad de los empleos y aportar formas basadas en pruebas sobre cómo mejorar. Las métricas relevantes para la calidad del empleo podrían incluir el salario, las horas de trabajo, las oportunidades de promoción, el contenido del empleo, las condiciones de trabajo, la estabilidad y la predictibilidad, la salud mental y física, y las relaciones interpersonales.⁴²
- Ampliar la recopilación de datos sobre la calidad del empleo recogiendo información a través de JobcentrePlus y haciendo que los empresarios publiquen sus datos.



Rec 4.3 Visibilizar los impactos medioambientales y sociales de las pensiones y otras inversiones

El cambio climático sigue siendo la amenaza sistémica más grave a la que se enfrentan las economías mundiales. Es necesario reformar los mercados financieros para ayudar a hacer frente a esta amenaza. Como dijo Mark Carney, anterior gobernador del Banco de Inglaterra, en 2019, "la inversión sostenible debe generalizarse".⁴³ El 68 % de las personas en el Reino Unido dicen que quieren que sus inversiones contribuyan a resolver los retos sociales y medioambientales, y el 52 % de los ahorradores británicos ahorrarían más dinero si supieran que sus ahorros generan una diferencia positiva en el mundo.⁴⁴

Sin embargo, la adopción de inversiones ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) es baja, probablemente debido a una mezcla de factores estructurales y conductuales. Por ejemplo, los fondos por defecto de los planes de aportación definida suelen obtener una puntuación relativamente baja en los indicadores ASG. También puede existir la percepción errónea de que los productos con etiqueta ASG ofrecen un rendimiento menor, a pesar de que los estudios demuestran que las inversiones ASG suelen estar asociadas a un buen rendimiento financiero.⁴⁵



Ideas para investigar y probar

- Utilizar el próximo Tablero de Pensiones⁴⁶ para facilitar a los inversores minoristas información fácil de entender sobre la proporción de su cartera que está compuesta por inversiones ASG, cómo se comparan las inversiones ASG con otros tipos de inversión y cómo cambiarlas.
- Probar formas de fomentar la inversión de los fondos de pensiones en ASG, por ejemplo, al simplificar las opciones de la cartera o haciendo que los fondos ASG sean la opción por defecto. Probar si la inversión en inversiones con impacto social anima a los ahorradores a aumentar sus contribuciones a sus pensiones, logrando así dos objetivos a la vez.
- Probar formas de fomentar la inversión en ASG a través de cuentas de ahorro individuales en efectivo y acciones. Probar si las CAI en acciones respetuosas con el ASG estimulan a la gente a ahorrar más.



Rec 5. Atacar los costos de cambio de proveedor

En algunos mercados, las fricciones para cambiar de proveedor son tan graves que los consumidores y las pequeñas empresas no cambian de proveedor o recurren a terceros e intermediarios que cobran altas comisiones y no siempre ofrecen las mejores ofertas posibles. Citizens Advice ha descubierto que los consumidores que no comparan precios se enfrentan a una "penalización por fidelidad" de 877 libras al año en servicios básicos como la banda ancha, el teléfono móvil, las cuentas de ahorro, los seguros y las hipotecas.⁴⁷

Según Ofgem, la "penalización por fidelidad" para las microempresas que compran energía probablemente sea aún mayor.⁴⁸ La complejidad del mercado y la falta de información accesible hacen que los intermediarios prosperen: en 2016, una de cada cinco microempresas recordó haber sido contactada más de 50 veces por corredores de energía en tan solo 12 meses.⁴⁹ Estos mercados de intermediación se basan en el fracaso del mercado: si el mercado subyacente funcionara bien, no existirían en absoluto o su tamaño sería mucho menor. Añaden costos y merman la productividad.



"It's hard to find the energy to change our energy supplier."

Rec 5.1 Diseñar y probar cómo fomentar la confianza e impulsar la adopción de iniciativas de Datos Inteligentes que ayuden a los consumidores a comparar y cambiar sus proveedores de energía, telecomunicaciones y servicios financieros

Los Datos Inteligentes son "la puesta en común segura y consentida de los datos de los clientes con terceros proveedores autorizados".⁵⁰ Facilitan el cambio automático y los servicios que ayudan a los consumidores a comparar y elegir fácilmente las mejores ofertas. Por ejemplo, significa que los consumidores pueden aceptar que sus datos de consumo de energía sean utilizados por un sitio web de comparación para proporcionarles las mejores ofertas disponibles. Hace poco, el gobierno del Reino Unido creó un grupo de trabajo intersectorial de Datos Inteligentes para acelerar las iniciativas de este tipo de datos, centrándose inicialmente en las telecomunicaciones, la energía y las finanzas. Los datos inteligentes, bien diseñados, ofrecen un enorme potencial para reducir los costos de cambio de proveedor.

Ideas para investigar y probar

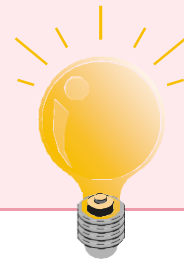
- Diseñar y probar formas de hacer que las iniciativas de Datos Inteligentes funcionen eficazmente. Por ejemplo, cómo reducir los costos de fricción para que los consumidores acepten compartir datos y cómo fomentar la confianza en el sistema.

**Rec 5.2 Ampliar las provisiones de tipo-Datos Inteligentes para cubrir las plataformas en línea**

En la actualidad, los Datos Inteligentes cubren principalmente la banca de consumo, la energía y las telecomunicaciones. La ampliación de los Datos Inteligentes a las plataformas en línea y a los mercados empresariales, junto con indicaciones bien diseñadas para animar a los consumidores a hacer uso de estos datos, podría mejorar aún más la experiencia del consumidor, la elección y la competencia.⁵¹

Ideas para investigar y probar

- Dar a los consumidores acceso a los datos personales que se utilizan para alimentar los motores de recomendación de las plataformas de compra de música, libros, televisión y películas. Permitir que los consumidores se lleven estos datos a otros proveedores si quieren cambiar de proveedor o usarlo en varios hogares.
- Permitir a los trabajadores autónomos descargar y transferir fácilmente las valoraciones y reseñas de una plataforma de trabajo a otra.

**Rec 6. Dar un impulso a los disruptores del mercado y difundir lo que funciona**

Las barreras de entrada en algunos mercados son tan altas que los proveedores sufren poca presión del mercado para prestar servicios de alta calidad. Esto suele dar lugar a mercados que en realidad no existen, por ejemplo, alrededor de 12 millones de personas en el Reino Unido carecen de acceso a créditos asequibles.⁵² Las instituciones financieras tradicionales no tienen grandes incentivos para prestar un buen servicio a estos clientes, ya que tienden a ser menos rentables y el desarrollo de nuevos productos para adaptarse a ellos puede requerir una importante inversión inicial.

Los formuladores de políticas suelen responder a este tipo de retos regulando a los proveedores para que imiten la competencia del mercado: estableciendo obligaciones de cobertura, regulando el precio y la calidad, subvencionando para llenar los mercados que faltan; y minimizando las barreras normativas siempre que sea posible. Sin embargo, podemos hacer más para activar la innovación en los mercados clave.

Rec 6.1 Utilizar fondos de desafío y premios para activar la disrupción del mercado

Los fondos de innovación son un enfoque específico para activar los mercados que faltan. Entre los ejemplos se encuentra el reto Open Up de Nesta, que distribuye un premio de £1,5 millones entre 12-15 empresas de tecnología financiera seleccionadas que han presentado soluciones innovadoras para ayudar a los consumidores a gestionar mejor su dinero.⁵³ Las empresas ganadoras reciben apoyo financiero, asesoramiento por parte de expertos y la promoción de su producto.⁵⁴

Los fondos de desafío podrían ser una herramienta especialmente útil para que los reguladores introduzcan la competencia y la posibilidad de elección en las partes del mercado con un rendimiento insuficiente, por ejemplo, los productos de ahorro para los hogares de bajos ingresos. Los fondos de desafío

también podrían ir acompañados de "entornos de prueba para normas". Algunos reguladores utilizan los entornos de pruebas para normas con el fin de fomentar la innovación en un entorno controlado, pero tienen el inconveniente de que muchas empresas nuevas tienen dificultades para dedicar el tiempo y los recursos necesarios para realizar las pruebas, además de atender a los clientes existentes y desarrollar su negocio.⁵⁵

Ideas para investigar y probar

- Desarrollar fondos de desafío para dirigirse a los mercados que faltan, por ejemplo, productos de ahorro y deuda de alta calidad que funcionen para los consumidores de bajos ingresos o el mercado para los sitios de comparación en los mercados entre empresas.
- Probar el emparejar estos fondos de desafío con organizaciones que puedan ayudar a que los mejores productos y servicios lleguen a los clientes que más se beneficiarían de ellos. Por ejemplo, las oficinas de asesoramiento ciudadano y las asociaciones para la vivienda podrían ayudar a llegar a los consumidores de bajos ingresos y ayudar a que hagan cambios de proveedores colectivos.
- Probar el emparejar los fondos de desafío con iniciativas de tipo entornos de prueba para normas.



6.2 Reducir los costos de innovación a través de compartir equipos, instalaciones y asistencia

La innovación no sólo ocurre en las grandes corporaciones. Los "inventores caseros" son los responsables de la bicicleta de montaña y de los anteojos de un dólar. Alrededor del 6% de los consumidores británicos son "inventores caseros" que desarrollan o modifican productos existentes para adaptarlos a sus necesidades.⁵⁶ Sin embargo, la gran mayoría de sus ideas nunca se adoptan de forma más amplia debido a la falta de conocimientos, instalaciones y motivación para dar el siguiente paso. Para este tipo de inventores, los recursos comunes, como los equipos y las plataformas para ponerlos en contacto con empresas que puedan sacar adelante sus ideas u ofrecerles apoyo, pueden ser más eficaces que las subvenciones o los préstamos tradicionales.

Estos mismos recursos comunes —aunque a diferente escala— también pueden beneficiar a las pequeñas empresas. Tal y como propone la Real Academia de Ingeniería, las instalaciones o equipos de prueba construidos a medida podrían ser utilizados por múltiples empresas en las últimas fases de la I+D, por ejemplo, utilizando los aeródromos existentes para probar drones o las fábricas existentes para probar nuevos enfoques de automatización.⁵⁷

Ideas para investigar y probar

- Evaluar el impacto de los espacios para creadores que ofrecen recursos y equipos a los pequeños innovadores. Probar enfoques para mejorar el apoyo disponible en los espacios para creadores y formas de animar a los grupos infrarrepresentados, como las mujeres, a participar, basándose en la ciencia conductual.
- Probar si algunas barreras financieras a la I+D pueden mitigarse mediante el desarrollo de recursos comunes.



6.3 Acelerar la difusión mediante la divulgación activa de "lo que funciona" entre las empresas

En teoría, el buen funcionamiento de los mercados debería acelerar la difusión de nuevas ideas. En la práctica, hay fricciones en el camino. Es difícil medir la rapidez con la que las nuevas ideas se propagan de empresa a empresa, pero la magnitud de la brecha de productividad entre las empresas fronterizas superestrella y el resto sugiere que la difusión no se está produciendo tan rápidamente como debería.⁵⁸ Los datos anecdóticos respaldan esta opinión: más de una quinta parte de las pequeñas y medianas empresas británicas declararon en 2017 que utilizan o esperan utilizar máquinas de fax para vender sus bienes y servicios.⁵⁹

Hay muchas razones para estas posibles fricciones, como la falta de competencia, o la falta de tiempo, habilidades y conocimientos para detectar y aplicar nuevas formas de trabajo.⁶⁰ Esto sugiere un papel para el Gobierno o los intermediarios financiados con fondos públicos para difundir la innovación y las mejores prácticas de manera mucho más directa.

Ideas para investigar y probar

- Recopilar, sistematizar y difundir lo que funciona en ámbitos como las prácticas de gestión, basándose en las iniciativas existentes "lo que funciona" y "ser el negocio".
- Hacer de la difusión y la adopción un resultado clave de los programas de financiación de la innovación.
- Recoger y publicar las opiniones de los proveedores innovadores del sector público.



Nivel macro: Incorporar el comportamiento humano en el diseño de la política macroeconómica

En respuesta al COVID-19, el Banco de Inglaterra redujo las tasas de interés y anunció una serie de esquemas para apoyar la concesión de préstamos, incluyendo la relajación de los requisitos de capital de los bancos para apoyar £190.000 millones adicionales en préstamos.⁶¹ Se espera que la respuesta fiscal del Gobierno del Reino Unido a la crisis de la COVID-19 cueste casi £200.000 millones.⁶² Incluso fuera de los períodos de crisis, la política fiscal para apoyar el crecimiento económico es sustancial: las medidas como las desgravaciones impositivas a las empresas por sí solas cuestan miles de millones cada año.

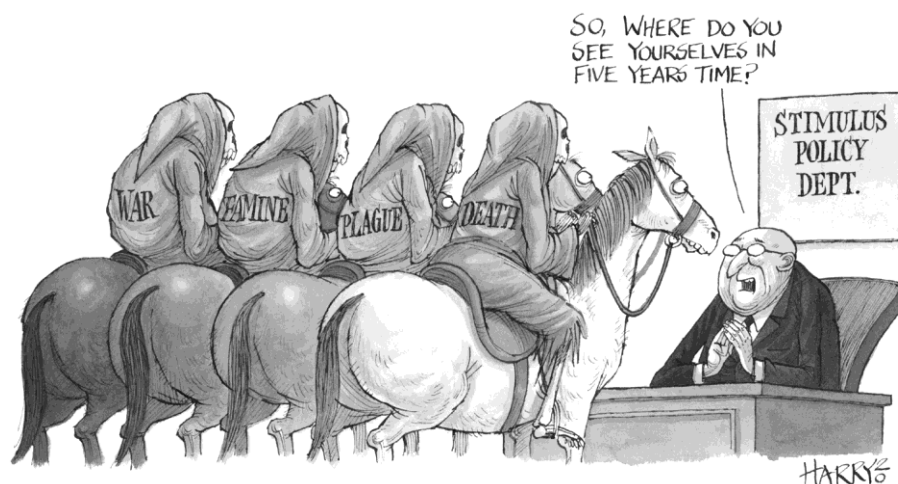
La ciencia conductual es una parte cada vez más fundamental de las herramientas de las agencias tributarias para aumentar el *cumplimiento* de las obligaciones fiscales.⁶³ Sin embargo, en gran medida está ausente del diseño de programas enormemente importantes para estimular el crecimiento y estabilizar las economías cuando se producen las crisis. De las tres áreas cubiertas en este informe (micro, meso y macro), la macro es el área en la que menos se han aplicado las percepciones conductuales.

La mayor parte de la política fiscal y monetaria funciona utilizando incentivos financieros para modificar el comportamiento. Sin embargo, las decisiones sobre cuánto gastar, pedir prestado y ahorrar se ven afectadas por una serie de factores psicológicos que hacen que el *diseño* y el *marco* del incentivo financiero, y no sólo su tamaño, sean importantes. Por ejemplo, las loterías o los sorteos de premios pueden generar mayores cambios de comportamiento que la cantidad equivalente gastada en incentivos en efectivo.⁶⁴ El etiquetado marca la diferencia: los hogares que reciben el pago de combustible de invierno tienen casi 14 veces más probabilidades de gastar el dinero en combustible que si sus ingresos se hubieran incrementado de otra manera.⁶⁵ Los incentivos financieros pueden incluso ser contraproducentes para las actividades en favor de la sociedad o 'prosociales' cuando las personas ya tienen fuertes motivaciones para que se les vea haciendo el bien.⁶⁶

Rec 7. Planificar con antelación para el próximo impacto

La política de estímulo es vital para contrarrestar las recesiones y asegurar la recuperación económica a largo plazo. Sin embargo, lograr un buen diseño es difícil. Las acciones suelen tener que implementarse con extrema rapidez -a menudo en cuestión de días y semanas-, como lo demuestra la respuesta a la pandemia del COVID-19.⁶⁷ Hay poco tiempo para que los formuladores de políticas sopesen los diferentes objetivos, los intercambios y los desafíos prácticos; o para que incorporen los nuevos avances que se han hecho en otras áreas políticas, como la ciencia conductual, la ciencia de los datos y las pruebas.

Conforme nos recuperamos de la crisis de la COVID-19, tenemos una oportunidad única para documentar las lagunas en el conocimiento y las capacidades de la política fiscal, e invertir en ellas antes de que nos sorprenda la próxima crisis.



7.1 Crear canales e infraestructuras de datos para dirigir el gasto en estímulo económico hacia donde más se necesite

Por lo general, los estímulos monetarios y fiscales tienen una base amplia: por ejemplo, reducciones de las tasas de interés, programas de compra de activos, exenciones fiscales, subsidios salariales y bajas laborales. Suelen funcionar a través de los canales existentes, como el sistema fiscal. Esto también puede significar que son escuetos por naturaleza, no están focalizados y son lentos para llegar a los más afectados. Por ejemplo, en EE. UU. se informó que el envío de los cheques de pago por impacto económico podría tardar hasta 20 semanas,⁶⁸ y en España, la Cruz Roja reservó fondos para los trabajadores con licencia que esperaban la llegada de la ayuda financiera del gobierno.⁶⁹ En el Reino Unido, el plan de suspensión del empleo, aunque sin precedentes en cuanto a su tamaño y diseño, hizo que los empleadores tuvieran que esperar alrededor de un mes después del inicio de la cuarentena antes de poder solicitarlo; y hay lagunas en la provisión, por ejemplo, las personas que empezaron a trabajar hace muy poco para estar registradas en las planillas de las empresas.

Después de la puesta en marcha, pueden pasar meses hasta que el impacto de las intervenciones aparezca en los datos oficiales, lo que dificulta el reajuste rápido y la reorientación en caso necesario. Los académicos de EE. UU. han creado un rastreador de recuperación de la COVID en tiempo real⁷⁰ a partir de datos de tarjetas de crédito, bolsas de trabajo y datos administrativos. Esto les ha permitido transmitir rápidamente, en cuestión de semanas, qué políticas de recuperación de la COVID-19 funcionan y cuáles no. Los primeros resultados indican que los préstamos a empresas no tuvieron un efecto sustancial en los niveles de empleo. También han comprobado que los cheques de estímulo aumentaron el gasto en mayor medida entre los hogares de ingresos bajos; y que el gasto sólo aumentó una vez que los hogares habían recibido el cheque, no en el momento de anunciarlo (en contra de lo que predeciría cierta teoría económica).⁷¹

Ideas para investigar y probar

- Evaluar qué datos pueden utilizarse para identificar rápidamente los problemas financieros emergentes entre los hogares y las empresas en crisis para informar sobre los criterios de elegibilidad y el diseño de las políticas de estímulo. Esto debería ir más allá de los datos administrativos del gobierno (que a menudo tienen un retraso) a datos más en tiempo real, como las transacciones bancarias, el gasto con tarjeta de crédito y la afluencia al comercio minorista desde las aplicaciones móviles. Realizar un análisis previo sobre la solidez de las diferentes fuentes de datos en tiempo real y sus limitaciones. Por ejemplo, los datos de búsqueda de Google son más fiables para estimar el desempleo que la inflación o la confianza de los consumidores.⁷²
- Probar la viabilidad de utilizar los datos para enviar a los hogares y las empresas en riesgo indicaciones específicas para que reciban la ayuda pertinente, incluyendo dinero en efectivo y préstamos.
- Anticipándose a la próxima crisis, hay que crear canales que faciliten la entrega rápida de efectivo a las empresas y personas adecuadas, investigando alternativas al proceso a través del sistema fiscal, por ejemplo, pagos directos a través del sistema bancario, carteras digitales del gobierno, proveedores y terminales de pago y mercados en línea. Evaluar su viabilidad en función de la rapidez, la capacidad de llegar a grupos objetivo-importantes, el riesgo de fraude y el impacto a largo plazo en la competencia.



Rec 7.2 Crear pruebas sobre cómo estructurar, diseñar y encuadrar el estímulo del gasto

Las personas reaccionan de distinta manera al recibir la misma cantidad de dinero, dependiendo de cómo se entregue y etiquete. Un estudio realizado en Italia reveló que el consumo de los hogares respondía más a los pagos de suma alzada, en comparación con los aumentos salariales regulares.⁷³ Otro estudio realizado en EE. UU. reveló que los consumidores eran más sensibles a un aumento del impuesto sobre la gasolina en comparación con un aumento del mismo tamaño en el precio antes de impuestos.⁷⁴ Estos estudios son pocos y distantes entre sí, pero señalan lo importante que puede ser el diseño del estímulo fiscal para su eficacia.

Ideas para investigar y probar

- Realizar un análisis sistemático de cómo el marco y la estructura de las políticas de estímulo afectan a los patrones de gasto entre los diferentes grupos, basándose en experimentos naturales (cuando existan) y en el análisis de la conducta pasada de gasto a nivel individual y empresarial durante las crisis económicas. Utilizarlo para construir un marco que guíe a los formulador de políticas en el uso de las percepciones conductuales para diseñar y comunicar políticas de estímulo.
- Los países de todo el mundo han promulgado una enorme variedad de respuestas de estímulo a la crisis de COVID-19, desde las exenciones fiscales hasta los cheques de estímulo, pasando por los planes de vales y los subsidios al empleo.⁷⁵ A menudo los sectores se han beneficiado de varios tipos de estímulo. Por ejemplo, en el Reino Unido se hizo una rebaja del IVA y un plan de vales para apoyar a los restaurantes. Esto ofrece una oportunidad única para establecer pruebas sobre cómo las respuestas conductuales difieren según el tipo de estímulo y cómo está diseñado y enmarcado.



Rec 8. Recompensar a las empresas que invierten, crecen y aumentan su productividad

Las desgravaciones a las empresas se utilizan en todo el mundo para impulsar la inversión empresarial en I+D, competencias y capital. A menudo eclipsan el gasto directo en subvenciones y préstamos, con un costo de miles de millones cada año. Por ejemplo, en 2019-20, las desgravaciones impositivas a las empresas del Reino Unido a través de los regímenes de crédito fiscal para I+D y la caja de patentes cuestan alrededor de £6.000 millones, en comparación con un presupuesto de £1.300 millones para el elemento Innovate UK del UKRI.⁷⁶

Cuadro 4: Gasto del Gobierno del Reino Unido en desgravaciones a las empresas

Tipo de desgravación impositiva	Costo estimado en miles de millones de libras esterlinas en 2019-20
Asignación anual para la inversión	4,0
Impuesto a las sociedades - desgravación de I+D: Regímenes para las PYME	2,5
Impuesto a las sociedades - desgravación de I+D: Regímenes para grandes empresas y CGID	2,3
Impuesto a las sociedades - Caja de patentes	1,2
Impuesto a las sociedades - desgravación del cine	0,6
Desgravación de las plusvalías para los empresarios	2,1
Régimen de inversión empresarial	0,6

Fuente: National Audit Office, *The effective management of tax reliefs*, 2014; IFF Research, *Capital Gains Tax Relief - Research on Entrepreneurs' Relief and Business Asset Rollover Relief*, 2015

En términos generales, las desgravaciones, como las destinadas a la I+D, consiguen generar inversiones empresariales adicionales.⁷⁷ Sin embargo, estudios cualitativos detallados sobre la toma de decisiones de las empresas concluyen que, a pesar de su costo, las desgravaciones tienen una influencia relativamente escasa en comparación con otros factores, especialmente sobre las decisiones de invertir por primera vez.⁷⁸ Las pequeñas empresas a menudo sólo se enteran de las desgravaciones después de haber tomado las decisiones de inversión. Y una desgravación impositiva obtenida a lo largo de meses o años no ayuda a cubrir los costos iniciales de la inversión, que pesan mucho en la mente de los responsables de la toma de decisiones.



Rec 8.1 Rediseñar las desgravaciones a las empresas para que aborden con mayor precisión los obstáculos subyacentes

Los costos iniciales son una barrera importante para la inversión, especialmente si las empresas también tienen dificultades para acceder a la financiación. Esto se ve agravado por nuestra tendencia a dejarnos influir demasiado por los costos inmediatos y tangibles en comparación con los beneficios más abstractos y a largo plazo.⁷⁹

Los programas como el Seguro Anticipado del Reino Unido para los pequeños solicitantes primerizos de desgravaciones por I+D pueden ayudar a reducir la incertidumbre sobre si se aceptarán las futuras solicitudes, al permitir a las empresas solicitar por adelantado los costos de inversión. No son necesariamente una solución completa en sí mismos: pueden añadir un gasto administrativo adicional para los servicios fiscales y, si no se diseñan bien, pueden eliminar una de las principales ventajas de los regímenes de desgravación respecto a las subvenciones, que es que las decisiones sobre qué inversiones realizar se dejan en manos del mercado y de las empresas, y no de los gobiernos. Sin embargo, tienen la ventaja de hacer que el beneficio de las futuras desgravaciones sea mucho más evidente a la hora de que las empresas tomen la decisión de cuánto invertir.

Ideas para investigar y probar

- Facilitar a los pequeños solicitantes primerizos el uso de sistemas como el seguro anticipado para obtener financiación. Por ejemplo, instar a las empresas a compartir los certificados de Seguro Anticipado con los prestamistas; o dar a los prestamistas datos sobre las empresas a las que se les ha concedido el Seguro Anticipado.
- Una ampliación de los regímenes de seguro anticipado consiste en efectivamente convertir una pequeña parte de la desgravación impositiva en un pago por adelantado. Hay desafíos y riesgos al hacer esto: el principal es cómo recuperar los pagos si una inversión resulta no ser elegible - o si la inversión no se realiza en absoluto. Sin embargo, teniendo en cuenta el importante obstáculo que suponen los costos iniciales, es plausible que incluso los pagos relativamente pequeños puedan tener un impacto desproporcionado en la toma de decisiones y, por lo tanto, vale la pena ponerlos a prueba.
- Dirigir a las pequeñas empresas que solicitan planes de Seguro Anticipado o desgravaciones impositivas hacia el apoyo y el asesoramiento empresarial que puede ayudarles a materializar los beneficios de su inversión y a impulsar su productividad. En el caso de las desgravaciones para I+D, esto podría incluir poner en contacto a las empresas con organizaciones e instalaciones de investigación de vanguardia, o asesoramiento sobre la gestión de la propiedad intelectual.



Rec 8.2 Impulsar a las empresas a invertir en los momentos oportunos

Las pequeñas empresas no tienen tiempo para investigar todas las posibles ayudas e incentivos disponibles. Sólo el 39 % de los empleadores PYME ha oído hablar de las Asociaciones Empresariales Locales y sólo el 24 % ha oído hablar de los Centros de Crecimiento, la principal presencia de apoyo a las empresas locales en el Reino Unido.⁸⁰ Las campañas generalizadas pueden ayudar, pero las campañas específicas que se dirigen a sectores empresariales concretos y hacen que los incentivos financieros sean relevantes en los momentos oportunos de la toma de decisiones pueden ser incluso más eficaces.⁸¹

Ideas para investigar y probar

- Aumentar el conocimiento y la comprensión de las desgravaciones, los incentivos y otras ayudas entre los sectores que no invierten lo suficiente con campañas dirigidas a ellos.
- Utilizar datos para identificar y probar los momentos oportunos para provocar la acción. Por ejemplo, probar incentivar la reinversión de los ingresos de las desgravaciones impositivas cuando las empresas reciban la confirmación de que su solicitud ha sido aceptada o cuando se paguen los créditos. Otros posibles momentos oportunos podrían ser al momento de la contratación de nuevos empleados (cuando las empresas podrían estar más dispuestas a considerar la inversión en formación); o los periodos de elaboración de presupuestos (cuando las empresas están decidiendo sus futuros planes de inversión); o durante las turbulencias económicas o sectoriales más amplias (por ejemplo, la interrupción de las prácticas empresariales tras el COVID-19 puede ser una oportunidad oportuna para fomentar la inversión en infraestructura digital que permita atender a los clientes a distancia).



Rec 9. Hacer de la confianza social una parte integral de la formulación de la política económica

Un aumento del 10 % en la confianza social se asocia con un aumento del 1,3 % al 1,5 % en la productividad económica relativa.⁸² La confianza personal e institucional puede hacer que los mercados financieros, de productos y laborales funcionen mejor, y mejorar la productividad de las empresas, así como su bienestar.⁸³ Es probable que la confianza social configure y sea configurada por las inversiones en otros tipos de capital: por ejemplo, la educación superior parece cambiar las actitudes sociales y culturales de las personas y aumentar la confianza social en general.⁸⁴

Sin embargo, a pesar de su importancia, la confianza social no es algo que se incorpore habitualmente a las decisiones de política económica. El Instituto Bennett, que define el capital social como el "pegamento que mantiene unidas a las sociedades", ha desarrollado un conjunto de indicadores que abarcan la confianza en las instituciones y en las personas.⁸⁵ Estos indicadores han sido adoptados por el Consejo de Estrategia Industrial del Reino Unido.

Ideas para investigar y probar

- Incluir sistemáticamente medidas de impacto en la confianza social al diseñar y evaluar las políticas económicas en todo el gobierno, incluyendo la educación, la atención médica y las políticas empresariales y económicas, basándose en las medidas e indicadores validados existentes.
- Experimentar y crear evidencia sobre cómo mejorar la confianza social para aumentar el crecimiento económico. Entre los ejemplos de ideas de este documento que podrían mejorar la confianza social se encuentran la transparencia del mercado (recomendación 4) y el apoyo a la innovación a través de equipos, instalaciones y apoyo compartidos, como los espacios para creadores (recomendación 6).
- Probar cómo diseñar espacios para impulsar la confianza social como parte de la planificación de reformas y proyectos de infraestructura. El entorno en el que vivimos determina cómo nos sentimos y nos comportamos, y un espacio bien diseñado debería facilitar las conexiones sociales. Los proyectos económicos de recuperación de terrenos baldíos no sólo reducen la delincuencia, sino que aumentan el uso de los espacios exteriores para socializar y mejoran la salud mental.⁸⁶
- Probar si los componentes de una experiencia universitaria que impulsan la confianza social pueden reproducirse en el diseño de la educación superior y el aprendizaje profesional.



Rec 10. Desafiar, probar, medir, aprender

La política macroeconómica es uno de los ámbitos de la formulación de políticas más difíciles de poner a prueba. Las políticas son, por naturaleza, de amplio alcance y, en situaciones de crisis, deben aplicarse muy rápidamente. A menudo no es práctico preparar evaluaciones ejemplares, como los ensayos controlados aleatorizados. Esto significa que tenemos que pensar de forma más creativa sobre cómo crear oportunidades para desafiar, probar, medir y aprender.

Rec 10.1 Utilizar las herramientas de neutralización de los sesgos para mejorar la calidad de la toma de decisiones

Los formuladores de políticas no son inmunes a los sesgos en la toma de decisiones. Los juicios y las decisiones se ven afectados por la forma en que se enmarcan las opciones, el sesgo de optimismo, el sesgo de confirmación y el refuerzo del grupo.⁸⁷ Afortunadamente, los formuladores de políticas pueden incorporar procesos y herramientas a su trabajo para mejorar la calidad de la toma de decisiones y cuestionar los supuestos preexistentes que subyacen al diseño de las políticas.

Ideas para investigar y probar

- Incorporar de forma rutinaria herramientas como los análisis previos⁸⁸ (en los que los participantes imaginan que la iniciativa propuesta ya ha fracasado, lo que ayuda a clarificar los posibles riesgos); los equipos rojos⁸⁹ (que se dedican al pensamiento crítico y al sondeo para descubrir posibles puntos ciegos y debilidades en una iniciativa propuesta); y la previsión de la clase de referencia (para reducir el sesgo del optimismo) a la toma de decisiones.
- Crear caminos para incorporar diversos puntos de vista al diseño de las políticas, reunir equipos diversos y crear oportunidades para cambiar el rumbo y revisar los supuestos.⁹⁰

**Rec 10.2: Realizar pruebas rápidas antes de aplicar nuevas políticas**

Las pruebas rápidas en línea o en el laboratorio pueden realizarse en cuestión de días y ofrecer información sobre el posible impacto de los diseños de política que se están considerando. El recuadro siguiente es un ejemplo de un experimento en línea sobre cómo estimular a los consumidores para que vayan a restaurantes mientras el comercio vuelve a abrir tras las cuarentenas por la pandemia del COVID-19.

Las pruebas rápidas son especialmente adecuadas para comprobar las comunicaciones. Durante las crisis económicas, una buena comunicación es esencial para fomentar la credibilidad en que los gobiernos y los bancos centrales actuarán para apoyar la economía, dando a los inversores, las empresas y los consumidores confianza para seguir invirtiendo y gastando. Un ejemplo clásico es el discurso de Mario Draghi, del BCE, llamado "Hagan lo que sea necesario", pronunciado en medio de la crisis de la eurozona y al que se le atribuye la reducción significativa de los diferenciales de los bonos soberanos de la eurozona a 10 años.⁹¹

Comunicar con éxito se considera en gran medida un arte, no algo que se pueda probar y medir. Pero, de hecho, no necesitamos adivinar qué va a funcionar. El propio trabajo de BIT con el Banco de Inglaterra demuestra cómo el uso de experimentos en línea para poner a prueba diferentes versiones de las páginas web dirigidas al público puede indicarnos cómo fomentar la comprensión y la confianza.⁹² Un trabajo similar en respuesta a la COVID-19 ha contribuido a consolidar evidencia sobre qué funciona para comunicar mensajes de salud pública para promover que la gente se lave las manos.⁹³

Ideas para investigar y probar

- En la medida de lo posible, hay que realizar pruebas rápidas de los diseños de las políticas que compiten entre sí antes de su puesta en marcha, a fin de recabar información sobre lo que probablemente funcione y dar tiempo para realizar ajustes y adaptaciones.
- Comprobar sistemáticamente las comunicaciones clave de política económica antes de que salgan a la luz: información en el sitio web, comunicados de prensa y discursos.



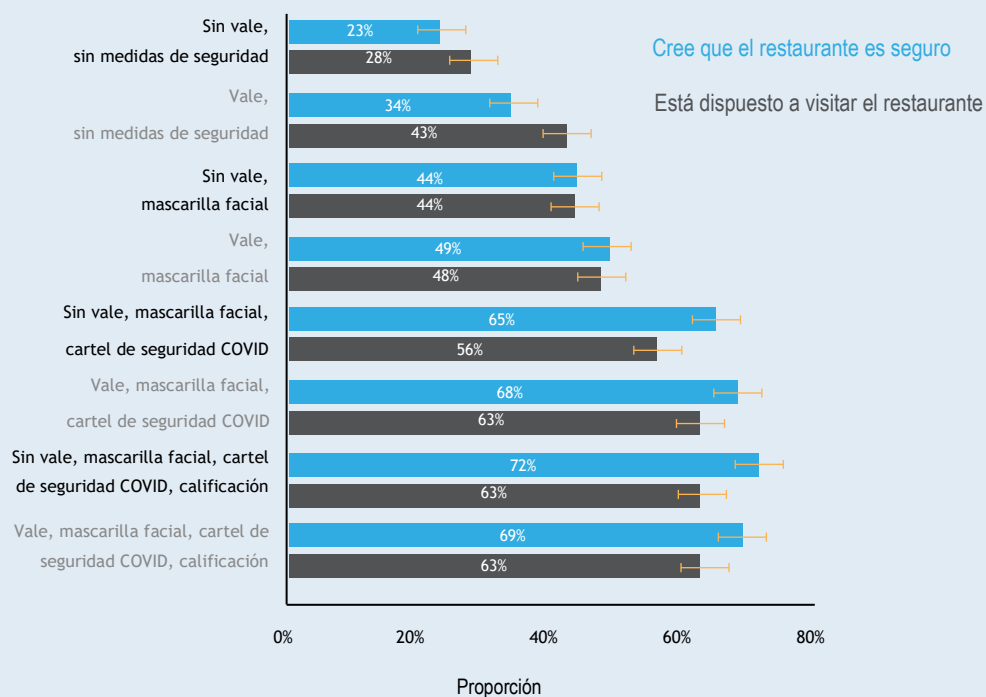
Recuadro 3: Utilizar experimentos en línea para probar y ajustar rápidamente las nuevas políticas

Los gobiernos de todo el mundo están buscando formas de animar a los consumidores a salir y gastar a medida que se relajan las cuarentenas. Uno de los enfoques consiste en ofrecer subsidios y vales gubernamentales; por ejemplo, el plan británico "Eat Out to Help Out" (come fuera para ayudar) ofrecía un descuento del 50 % en las comidas consumidas en restaurantes.

Antes del plan, BIT puso en marcha un experimento en línea con más de 5.000 participantes para comprobar su disposición a visitar un restaurante. Los participantes se enfrentaron a uno de los ocho escenarios y se les preguntó si pensaban que era seguro visitar el restaurante y si estarían dispuestos a ir.

Los escenarios diferían en:

- Si se les dijo a los participantes que tenían un vale de £10 para gastar
- Si el camarero del restaurante llevaba una mascarilla facial
- Si el restaurante exhibía un cartel de Seguridad COVID-19 en el que se explicaban las medidas adoptadas por el restaurante (por ejemplo, evaluación de riesgos, limpieza/higiene)
- Si el restaurante exhibía una calificación de seguridad COVID-19 (ficticia) similar a las calificaciones de higiene alimentaria existentes



El experimento descubrió que un vale de £10 aumentaba la disposición a visitar un restaurante del 28 % al 43 %. Las primeras cifras sugieren que el plan sí ha impulsado las visitas, con 100 millones de comidas solicitadas en el marco del plan.⁹⁴

El experimento también reveló que las medidas de seguridad visibles pondrían otorgar un impulso adicional a la confianza de los consumidores: los vales combinados con personal que llevaba una mascarilla facial y exhibir un cartel de seguridad COVID aumentaron la voluntad de visitar los restaurantes hasta un 63 %. Esto significa que animar o exigir a los restaurantes que muestren medidas de seguridad visibles podría ofrecer una forma adicional y de bajo costo de incentivar el gasto después de la finalización del plan.

Rec 10.3 Incorporar el seguimiento y la evaluación a los cambios en la política macroeconómica

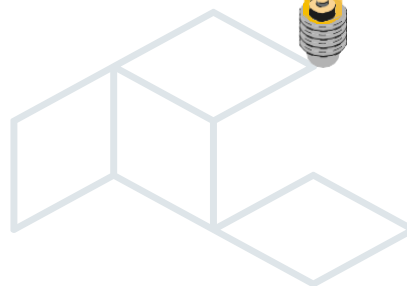
Puede ser políticamente difícil introducir más controles y pruebas en la formulación de políticas. Sin embargo, el éxito del Education Endowment Fund (EEF), creado en 2011 con financiación del Gobierno británico, demuestra que es posible, políticamente viable y enormemente valioso probar y evaluar qué funciona en la prestación de servicios públicos. El EEF ha probado más de 190 programas de alto potencial con más de 1,3 millones de niños, niñas y jóvenes, generando pruebas sobre cómo ayudar a los estudiantes a progresar más rápidamente en la escuela.⁹⁵

Llevar este mismo espíritu a la formulación de la política económica ayudará a tener una mejor idea de qué funciona y cuál es una buena relación calidad-precio. Sin embargo, no cabe duda de que el desafío es mayor: en el caso de la política macroeconómica, a menudo no es posible realizar ensayos controlados aleatorizados o evaluaciones robustas que dependen de que algunas empresas o personas no se vean afectadas por el cambio. Esto significa que tenemos que buscar otras formas de generar pruebas útiles que ayuden a los formuladores de políticas a tomar mejores decisiones.

A BIT le interesa saber más acerca de cómo la gente lee nuestros informes. Si está leyendo esto, por favor, haga clic en este enlace (<http://bit.ly/BIT2020b>) para hacernos saber que ha llegado hasta aquí.

Ideas para investigar y probar

- Explorar la forma de obtener información rápida sobre la eficacia de la implementación de los programas; por ejemplo, los formularios en línea para denunciar un problema, los análisis de datos en tiempo real -como los de las redes sociales- y los reclamos pueden servir de alerta temprana sobre la necesidad de ajustar el diseño o la implementación de las políticas.⁹⁶
- A menudo, las desgravaciones son objeto de un seguimiento y una evaluación especialmente deficientes.⁹⁷ Se deben recopilar y publicar sistemáticamente datos sobre la utilización de las desgravaciones y sus principales beneficiarios. Realizar análisis cuantitativos y cualitativos periódicos para comprender por qué los costos reales difieren de los estimados a lo largo del tiempo.
- Trabajar con las zonas locales para probar y experimentar con diferentes diseños fiscales cuando sea posible, recogiendo y analizando datos para desarrollar pruebas sobre qué funciona. Por ejemplo, en el Reino Unido, los puertos francos ofrecen la oportunidad de aplicar diferentes políticas fiscales en zonas geográficas definidas.⁹⁸



3. Próximos pasos: queremos saber de Usted

Las recomendaciones contenidas en este plan de diez puntos plantean una agenda ambiciosa; y nuestras ideas iniciales para probar y explorar probablemente sean sólo el principio. Estas ideas tienen el potencial de transformar la forma de hacer política económica, desde lo micro a lo macro, y dar forma a una economía que realmente funcione para los ciudadanos.

Sin embargo, para hacer de esta visión una realidad es necesario que colaboren los formuladores de políticas, los reguladores, los financiadores y los investigadores de todas las disciplinas. Juntos, podemos unir la ciencia conductual con la ciencia de los datos y la economía tradicional para desarrollar soluciones nuevas, viables y eficaces a nuestros problemas económicos.

Nos gustaría saber de los formuladores de políticas y de los reguladores que estén interesados en trabajar con los científicos conductuales y de datos en la búsqueda de soluciones a los problemas de política económica con los que están lidiando. Nos gustaría saber de otros investigadores, de distintas disciplinas, que puedan ver el beneficio de colaborar para desarrollar nuevas intervenciones políticas. Nos gustaría saber de los financiadores que quieran contribuir a mejorar la política económica para crear economías prósperas, sostenibles e inclusivas.

Si le interesa trabajar con nosotros para financiar o colaborar en estas ideas, queremos saber de usted. Póngase en contacto con nuestra Directora de Política Económica, Nida Broughton (nida.broughton@bi.team).



Notas finales

1. IMF, [The Great Lockdown: Worst Economic Downturn Since the Great Depression, 2020](#)
2. IPPR Commission on Economic Justice, [Unfair and in need of reform, 2018](#) BIT survey of 1000 UK adults, conducted 6-9 November 2020
3. Bettinger, E. P., Long, B. T., Oreopoulos, P., & Sanbonmatsu, L. (2012). The role of application assistance and information in college decisions: Results from the H&R Block FAFSA experiment. *The Quarterly Journal of Economics*, 127(3), 1205-1242.
4. BIT, [Encouraging People into University, 2017](#)
5. BIT, [One letter that triples energy switching, 2018](#)
6. BIT, [Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt, 2012](#)
7. Citizens Advice, [Against the clock, 2016](#)
8. Office for Budget Responsibility, [Economic and Fiscal Outlook March 2019, 2019](#)
9. Money and Pensions Services, [UK Strategy for Financial Wellbeing 2020-2030, 2020](#)
10. Ipsos Mori, [Britons spend less and prepare to save more as Coronavirus outbreak affects jobs and businesses, 2020](#)
11. Standard Life Foundation, [Coronavirus Financial Impact Tracker, 2020](#); The Resolution Foundation, [The economic effects of coronavirus in the UK, 2020. The Resolution Foundation found that up to a fifth of households are struggling to pay their bills.](#)
12. ONS, [Coronavirus and the social impacts on Great Britain, 2020](#)
13. UK Finance, Press Release, [Lenders approve almost 1.5 million payment holidays on credit cards and personal loans, May 2020](#)
14. EY, [How do you find clarity in the midst of the COVID-19 crisis?, 2020](#)
15. Forbes, [After Announcing Twitter's Permanent Remote-Work Policy, Jack Dorsey Extends Same Courtesy To Square Employees, 2020](#)
16. LSE, [Who will suffer most from Brexit? Effects by region, sector, skill level and income group, 2020](#)
17. UK 2070 Commission, [Final Report, 2020](#)
18. NEST Insights, [The real impact of phased auto enrolment contribution increases, 2019](#)
19. Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save more tomorrow™: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of Political Economy*, 112(1), 164-187. Karlan, D., McConnell, M., Mullainathan, S., & Zinman, J. (2016). Getting to the top of mind: How reminders increase saving. *Management Science*, 62(12), 3393-3411.
20. Cole, S., Iverson, B., & Tufano, P. (2017). Can gambling increase savings? Empirical evidence on prize-linked savings accounts. *Saïd Business School Research Papers*.
21. Resolution Foundation, [Save it for another day: pension tax relief and options for reform, 2016](#)
22. Stepchange, [Strengthening the saving safety net, 2017](#); Money and Pensions Advice Service, [Emergency savings: how much is enough](#)
23. CEBR, [£23 billion in excess savings set to accumulate in Q2, as consumer spending declines dramatically, 2020. CEBR estimates there will be excess household savings of around £23 billion in total, due to decreased expenditure.](#)
24. StepChange, [Becoming a nation of savers, 2015](#)
25. BIT, [Applying behavioural insights to labour markets, 2018](#)
26. BIT, [Applying behavioural insights to labour markets, 2018](#)
27. Ortego-Martí, V. (2017). Differences in skill loss during unemployment across industries and occupations. *Economics Letters*, 161, 31-33.
28. Government Equalities Office, [Encouraging employers to advertise jobs as flexible, 2019](#)
29. HM Government [State of Competition Annex 2, 2020](#)
30. Andy Haldane, [The UK's Productivity Problem: Hub No Spokes, 2018](#)
31. BIT, [The behavioural science of online harm and manipulation, and what to do about it, 2019](#)
32. Davies, S., Finney, A., & Hartfree, Y. (2016) [The Poverty Premium. University of Bristol.](#)
33. Shah, A. K., Mullainathan, S., & Shafir, E. (2012). Some consequences of having too little. *Science*, 338(6107), 682-685.
34. HM Government, [State of UK competition report: commission to the CMA, 2020](#)
35. Luca, M. (2017). [Reviews, reputation, and revenue: The case of Yelp.com, Harvard Business School NOM Unit Working Paper](#)
36. For further discussion, see BIT, [Boosting businesses: applying behavioural insights to business policy, 2019](#)
37. BIT, [The behavioural science of online harm and manipulation, and what to do about it, 2019](#)
38. Resolution Foundation, [The economic effects of coronavirus in the UK, 2020](#)
39. ONS, [Dataset Labour market statistics time series, 2020](#)
40. Jennifer Castle, David Hendry, Andrew Martinez, [The paradox of stagnant real wages yet rising 'living standards' in the UK | VOX, CEPR Policy Portal, 2020](#)
41. Health and Safety Executive, [Work-related Stress, Depression or Anxiety Statistics in Great Britain, 2019](#)
42. Matthew Taylor, [Good work: the Taylor review of modern working practices, 2017.](#)

43. Mark Carney, [Remarks by Mark Carney given during the UN Secretary General's Climate Action Summit 2019, 2019](#)
44. HM Government, [Investing in a better world, 2019](#)
45. Pensions and Lifetime Savings Association, [ESG risk in default funds: Analysis of the UK's DC pension market, 2017](#)
46. Money and Pensions Advice Service, [Pensions Dashboard Vision, 2020](#)
47. Citizens Advice, [Excessive prices for disengaged consumers, 2018](#)
48. Ofgem, [Ofgem announces strategic review of microbusiness energy market, 2019](#)
49. Ofgem [Micro and small business customer engagement in the energy market, 2016](#)
50. BEIS, [Next steps for Smart Data: putting consumers and SMEs in control of their data and enabling innovation, 2020](#)
51. BIT, [The behavioural science of online harm and manipulation, and what to do about it, 2019](#)
52. The Young Foundation, [Credit where credit's due?, 2016](#)
53. Nesta, [Open Up Challenge 2020, 2020](#)
54. Nesta, [About Open Up Challenge, 2020](#)
55. Deloitte, [A journey through the FCA regulatory sandbox, 2018](#)
56. Gambardella, A., Raasch, C., & Von Hippel, E. (2017). The User Innovation Paradigm: Impacts on Markets and Welfare. *Management Science*, 63(5), 1450-1468.
57. Royal Academy of Engineering, [Increasing R&D investment: business perspectives, 2020](#)
58. Ian Goldin, Pantelis Koutroumpis, François Lafond and Julian Winkler, [Why is productivity slowing down? The Oxford Martin Programme on Technological and Economic Change, 2020](#)
59. The Economist, [What fax machines and floppy disks reveal about Britain's productivity problem, 2017](#)
60. Behavioural Insights Team, [Nudging firms to improve productivity: a rapid literature review, BEIS, 2019](#)
61. Bank of England, [Our response to Coronavirus, 2020](#)
62. Office for Budget Responsibility, [Coronavirus policy monitoring database – July 2020, 2020](#)
63. See, for example, OECD, [Behavioural insights for tax administration, 2019](#); BIT, [Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt, 2012](#)
64. For example, An experiment in a London borough found that lotteries increased voter registration, especially among poorer residents, and the actual size of the prize (£1,000 vs £5,000) did not impact outcomes. John, P., MacDonald, E., & Sanders, M. (2015). Targeting voter registration with incentives: A randomized controlled trial of a lottery in a London borough. *Electoral Studies*, 40, 170-175.
65. Blow, L., Crossley, T., & O'Dea, C. [Labelling matters: households spend 40% of Winter Fuel Payment on fuel. But poor pensioners still cut back on food in cold weather, 2011](#)
66. See, for example, Ariely, D., Bracha, A., & Meier, S. (2009). Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially. *American Economic Review*, 99(1), 544-55.
67. See, for example, [Whole of Government Response to COVID-19](#)
68. House Committee on Ways and Means, [Expected Timeline for Economic Impact Payments As of April 16, 2020, 2020](#)
69. DW, [Despite record coronavirus aid, millions still slip through the net, 2020](#)
70. see [Opportunity Insights Economic Tracker](#)
71. Raj Chetty, John N. Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner and the Opportunity Insights Team, [How Did COVID-19 and Stabilization Policies Affect Spending and Employment? A New Real-Time Economic Tracker Based on Private Sector Data, 2020](#)
72. Tinbergen Institute, [Can Google Search Data Help Predict Macroeconomic Series?, 2019](#)
73. Zizza, R., & Adamopoulou, E. (2017). Regular versus lump-sum payments in union contracts and household consumption. *ECB Working Paper*, 2013.
74. Li, S., Linn, J., & Muehlegger, E. (2014). Gasoline taxes and consumer behavior. *American Economic Journal: Economic Policy*, 6(4), 302-42.
75. EY, [COVID-19: How are governments responding to the call for stimulus?, 2020](#)
76. Innovate UK UKRI, [Delivery Plan 2019, 2019](#)
77. Dechezleprêtre, A., Einiö, E., Martin, R., Nguyen, K-T., & Van Reenen, J. (2019) [Do Tax Incentives for Research Increase Firm Innovation?, CEP Discussion Paper No 1413.](#)
78. BIT, [Boosting Businesses: applying behavioural insights to business policy, 2019](#)
79. O'Donoghue, T. & Rabin, M. (1999) Doing it now or later, *American Economic Review*, 89(1), 103-124; Thaler, R. (1981). Some empirical evidence on dynamic inconsistency. *Economics Letters*, 8(3), 201-207; Zauberman, G. (2003). The Intertemporal Dynamics of Consumer Lock-In. *Journal of consumer research*, 30(3), 405-419.
80. BEIS, [Longitudinal Small Business Survey: SME Employers \(businesses with 1-249 employees\) – UK, 2019](#)
81. See for example Broughton, N. & Wu, H., 'Business Basics: Nudging firms to improve productivity - rapid literature review of behavioural factors and best-practice business prompts'. BEIS Research Paper No. 2019/17, 2019.
82. More specifically, Total Factor Productivity; Bennett Institute, [Valuing Wealth, Building Prosperity, 2020](#)
83. Algan, Y. & Cahuc, P., (2014). Trust, Growth, and Well-Being: New Evidence and Policy Implications," In *Handbook of Economic Growth* (Vol. 2, pp. 49-120). Elsevier.

84. Huang, J., van den Brink, H.M., Groot, W. (2011). College Education and Social Trust: An Evidence-Based Study on the Causal Mechanisms. *Social Indicators Research*, 104(2), 287-310.
85. The Bennett Institute, *Valuing Wealth, Building Prosperity*, 2020
86. Branas, C. C., South, E., Kondo, M. C., Hohl, B. C., Bourgois, P., Wiebe, D. J., & MacDonald, J. M. (2018). Citywide cluster randomized trial to restore blighted vacant land and its effects on violence, crime, and fear. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(12), 2946-2951. and South, E. C., Hohl, B. C., Kondo, M. C., MacDonald, J. M., & Branas, C. C. (2018). Effect of greening vacant land on mental health of community-dwelling adults: a cluster randomized trial. *JAMA network open*, 1(3), e180298-e180298.
87. BIT, [Behavioural Government, 2018](#)
88. Klein, G. (2007). Performing a project pre-mortem. *Harvard Business Review*, 85(9), 18-19.; Peabody, M. (2017). Improving planning: Quantitative evaluation of the premortem technique in field and laboratory settings. Michigan Technological University.
89. Ministry of Defence, [Red teaming: a guide to the use of this decision making tool in defence](#), 2010; Zhang, L., & Gronvall, G. K. (2018). Red teaming the biological sciences for deliberate threats. *Terrorism and Political Violence*, 1-20.
90. For further details and other tools to debias decision-making, see [Behavioural Government](#)
91. European Parliament, [Central bank communication during normal and crisis times, 2018](#)
92. Bholat, D. & Broughton, N. & Ter Meer, J. & Walczak, E. (2019). Enhancing central bank communications using simple and relatable information. *Journal of Monetary Economics*, 108, 1-15.
93. BIT, [Bright infographics & minimal text make handwashing posters most effective – result from an online experiment, 2020](#)
94. HM Treasury, [UK diners eat 100 million meals to protect 2 million jobs](#), Press Release, September 2020
95. EEF, [Our Mission, 2020](#)
96. For example, see tools such as [Resolver](#), which allow the public to lodge complaints, including for public services.
97. For example, see [PAC calls on Government to account for tax giveaways - News from Parliament](#)
98. HMG, [Freeports Consultation, 2020](#)







La Economía Conductual

Un plan de 10 puntos para mejorar la política económica

Autores: Nida Broughton, Lis Costa, David Halpern, Johannes Lohmann, Richard O'Brien, Pantelis Solomon, Stefanie Schultheis, Natalia Shakhina, Hubert Wu



THE
BEHAVIORAL
INSIGHTS
TEAM



Friends
Provident
Foundation