

La economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus

Déborah Martínez Villarreal
Ana María Rojas Méndez
Carlos Scartascini

Departamento de Investigación
y Economista Jefe

RESUMEN DE
POLÍTICAS N°
IDB-PB-334

La economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus

Déborah Martínez Villarreal
Ana María Rojas Méndez
Carlos Scartascini

Banco Interamericano de Desarrollo

Abril 2020

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

Martínez Villarreal, Déborah.

La economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus / Déborah
Martínez Villarreal, Ana María Rojas Méndez, Carlos Scartascini.

p. cm. — (Resumen de políticas del BID ; 334)

1. Coronavirus infections-Psychological aspects-Latin America. 2. Coronavirus
infections-Government policy-Latin America. 3. Economics-Psychological aspects-
Latin America. 4. Emergency management-Psychological aspects-Latin America. I.
Rojas Méndez, Ana María. II. Scartascini, Carlos G., 1971- III. Banco Interamericano
de Desarrollo. Departamento de Investigación y Economista Jefe. IV. Título. V. Serie.
IDB-PB-334

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

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

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

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

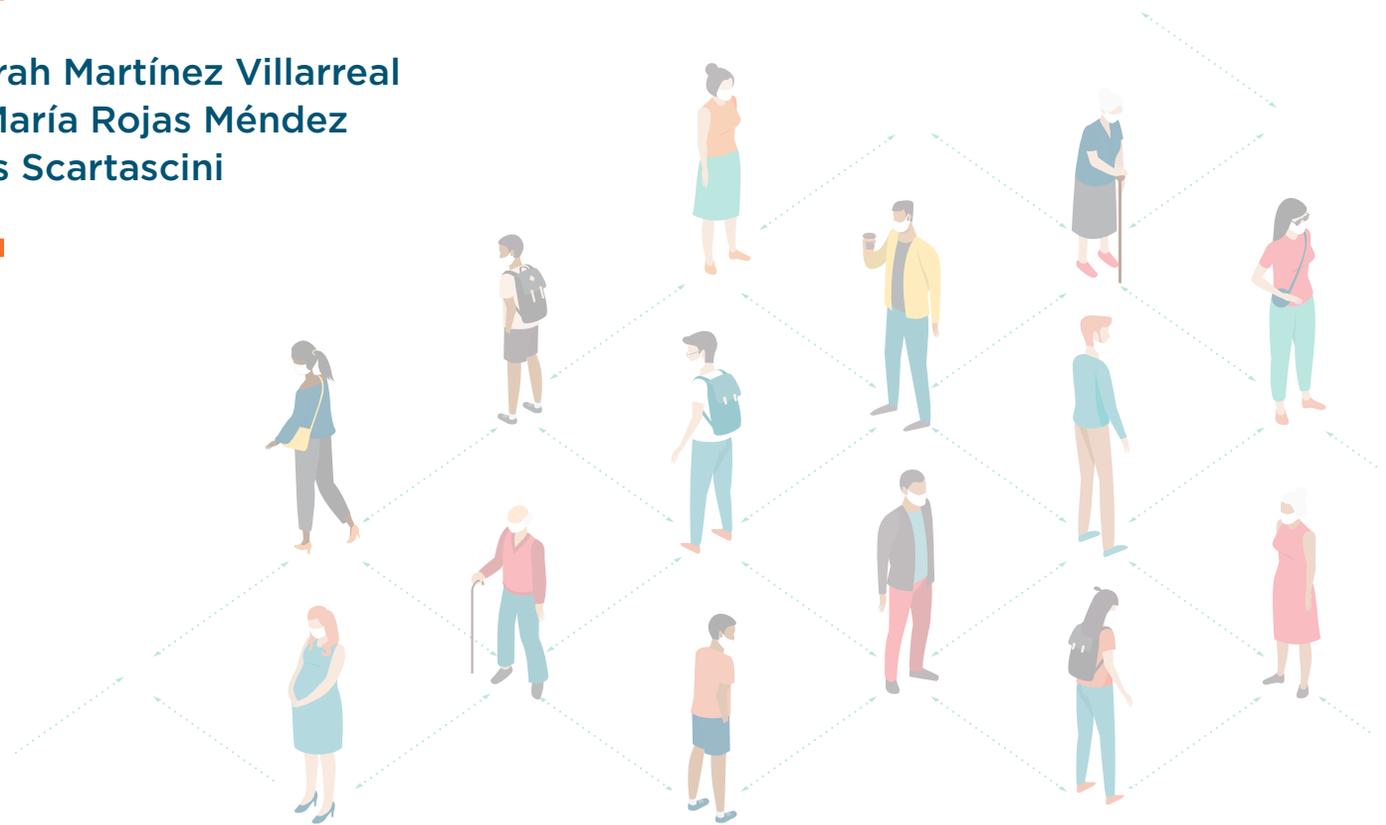


LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO PUEDE AYUDAR A COMBATIR EL CORONAVIRUS



LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO PUEDE AYUDAR A COMBATIR EL CORONAVIRUS

Déborah Martínez Villarreal
Ana María Rojas Méndez
Carlos Scartascini



ABRIL DE 2020



Un especial agradecimiento a Florencia López Boo por su aportación al contenido, asistencia de edición y sus invaluable comentarios.

Catalogación en la fuente proporcionada por la Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo Martínez Villarreal, Déborah. La economía del comportamiento puede ayudar a combatir el coronavirus / Déborah Martínez Villarreal, Ana María Rojas Méndez, Carlos Scartascini. p. cm. — (Resumen de políticas del BID ; 334) 1. Coronavirus infections-Psychological aspects-Latin America. 2. Coronavirus infections-Government policy-Latin America. 3. Economics-Psychological aspects-Latin America. 4. Emergency management-Psychological aspects-Latin America. I. Rojas Méndez, Ana María. II. Scartascini, Carlos G., 1971- III. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Investigación y Economista Jefe. IV. Título. V. Serie. IDB-PB-334.

Diseño: souvenirme.com

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento- NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO BY-NC-ND 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

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

Nótese que el enlace provisto más arriba incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

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

Resumen

Con miles de casos nuevos y muertes confirmadas a diario en todo el mundo, el nuevo coronavirus y la enfermedad que provoca, COVID-19, está impactando todos los rincones del planeta. Para detener el contagio, así como para manejar el pánico, evitar la falta de cuidado personal y en su debido momento retornar paulatinamente a la vida normal, es fundamental utilizar las herramientas de la economía del comportamiento para diseñar mensajes que sean sencillos y que motiven cambios adecuados en los comportamientos. Esta nota de política describe los sesgos conductuales que exhiben las personas durante la crisis y presenta recomendaciones sobre cómo superar estos sesgos. Aún más importante, ofrece guías prácticas para los gobiernos e infográficos listos para ser utilizados en la lucha contra esta pandemia.

Clasificaciones JEL

I12, I15, D91, C90

Palabras clave

Economía del comportamiento, COVID-19, políticas públicas.



SESGOS, HERRAMIENTAS Y EJEMPLOS CONDUCTUALES EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

6



Sesgos
conductuales

7

Herramientas conductuales
para contrarrestar sesgos cognitivos

8

Ejemplos conductuales usados en las
comunicaciones durante la pandemia

9

RECOMENDACIONES DE LA OMS SOBRE EL COVID-19: ANÁLISIS CONDUCTUAL PARA AUMENTAR LA ADHERENCIA

17



Metodología del BID que incorpora la economía
del comportamiento a los cambios de hábitos

18

Cómo aplicar la metodología del BID
a las recomendaciones de la OMS

19

EFECTOS COLATERALES DEL COVID-19

31



Cómo aplicar los principios de la economía del comportamiento
para reducir los efectos colaterales del COVID-19

32

HACIA UN AISLAMIENTO FLEXIBLE

47



INTRODUCCIÓN

Con miles de casos nuevos y muertes confirmadas a diario en todo el mundo, el nuevo coronavirus y la enfermedad que provoca, COVID-19, están impactando todos los rincones del planeta¹. Es fundamental detener la tasa de contagio si se quiere evitar que los sistemas de salud colapsen. Esto es particularmente importante en América Latina y el Caribe, donde no existe capacidad ociosa, como tampoco recursos humanos ni materiales para hacer frente a esta pandemia². Igualmente se deben evitar sus efectos colaterales, principalmente el pánico, pues este genera trastornos directos e indirectos en los sistemas de salud y en la economía. Los efectos colaterales del distanciamiento y las cuarentenas, entre ellos el aumento de peso, la falta de ejercicio físico, la depresión, y el abuso de sustancias peligrosas, entre otras, tampoco se pueden ignorar.

Para detener el contagio, manejar el pánico, evitar la falta de cuidado personal, en su debido momento, retornar paulatinamente a la vida normal, existen **muchas herramientas de la economía del comportamiento que han probado ser efectivas en el pasado**, especialmente en lo que tiene que ver con aumentar las tasas de vacunación, de exámenes médicos y de adherencia a los medicamentos. Lo mismo en cuanto a ayudar a modificar los comportamientos relativos a la higiene, la actividad física y los hábitos alimenticios.

En esta nota de política se describen los sesgos conductuales que pueden estar exhibiendo las personas durante la crisis, se resumen algunas recomendaciones sobre cómo superarlos y se ofrece una aplicación detallada de los principios de la economía del comportamiento a conductas deseadas durante esta pandemia³.



1. Para obtener información actualizada, véase <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
 2. BBC. Coronavirus: qué capacidad tienen realmente los países de América Latina para hacer frente a la epidemia de covid-19. Obtenido de la web 03/23/2020 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51916767>
 3. Para más información sobre el particular, puede encontrar materiales adicionales y descargarlos en: www.iadb.org/behavioral

SESGOS, HERRAMIENTAS Y EJEMPLOS CONDUCTUALES EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS



SESGOS, HERRAMIENTAS Y EJEMPLOS CONDUCTUALES EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

Todos los seres humanos tenemos una capacidad limitada de racionalizar y a menudo no actuamos por nuestro propio bien. Tenemos dificultades para cumplir nuestras metas, ya sea porque las olvidamos o porque las posponemos, y subvaloramos o descontamos la importancia del futuro. Tomamos atajos mentales, generalizando instintivamente y de manera excesiva a partir de hechos parciales, y creemos en patrones inexistentes. En pocas palabras, a menudo formulamos juicios y el tipo de soluciones que damos a los problemas a la larga perjudican nuestro bienestar.

Existen cientos de sesgos de comportamiento que guían nuestras decisiones diarias. Muchos de estos se acentúan en condiciones de estrés y cansancio. Ciertamente, nuestros sesgos están afectando las decisiones que tomamos durante esta pandemia, lo mismo que nuestro comportamiento durante el aislamiento. Por ejemplo, el sesgo del *status quo* dificulta que las personas modifiquen sus hábitos de lavarse las manos o de trabajar y estudiar desde casa. Los sesgos de exceso de optimismo y de disponibilidad pueden estar moderando el cálculo de los jóvenes sobre sus probabilidades enfermarse y fallecer. La sobrecarga cognitiva, la subsiguiente fatiga de decisión en los padres que intentan balancear responsabilidades laborales, familiares y de ocio, pueden llevarlos a olvidar cosas tan simples como lavarse las manos o toser en el antebrazo. La buena noticia es que estos errores son sistemáticos y que por tanto podemos corregirlos con simples intervenciones que reorienten nuestras decisiones en la dirección deseada.

A continuación se describen los sesgos más importantes que muy probablemente están interfiriendo en la toma de buenas decisiones y en la materialización de las intenciones de las personas durante la crisis del coronavirus. Paso seguido se ofrecen herramientas conductuales para contrarrestar estos sesgos cognitivos.

SESGOS CONDUCTUALES

Los sesgos conductuales son desviaciones sistemáticas del comportamiento racional. A continuación se describen someramente los principales sesgos del comportamiento.

- **SESGO DEL STATUS QUO O INERCIA:** Es la tendencia humana a mantener el estado actual de las cosas. Este estado actual, o *status quo*, se toma como punto de referencia y cualquier cambio con respecto a este se percibe como una pérdida.
- **SOBRECARGA COGNITIVA:** La carga cognitiva es la cantidad de esfuerzo mental y de memoria utilizados en un segmento de tiempo dado. La sobrecarga ocurre cuando el volumen de información ofrecido excede la capacidad que tiene la persona para procesarla. Nuestra atención y memoria son limitadas y ello impide que se pueda procesar toda la información disponible.
- **NORMAS SOCIALES:** Son las reglas no escritas que rigen el comportamiento dentro de una sociedad. Se hace una distinción entre “normas descriptivas” y “normas

prescriptivas”. Las primeras, como su nombre lo indica, describen la forma en que los individuos tienden a comportarse (por ejemplo, “la mayoría de las personas llega a tiempo”), mientras que las segundas establecen lo que se considera el comportamiento aceptable o deseado, independientemente de la forma en que los individuos se comportan en la vida real (“Por favor, llegue a tiempo”).

- **EXCESO DE CONFIANZA:** Es la tendencia a sobreestimar o exagerar nuestra propia capacidad para realizar de manera satisfactoria una tarea determinada.
- **EXCESO DE OPTIMISMO:** Es la tendencia a subestimar la probabilidad de que ocurran eventos negativos y a sobreestimar la probabilidad de los positivos.
- **AVERSIÓN A LAS PÉRDIDAS:** Se refiere a la idea de que una pérdida nos genera más descontento que la felicidad que nos produciría una ganancia de la misma magnitud.
- **HEURÍSTICA DE LA DISPONIBILIDAD:** Los individuos hacen sus juicios acerca de la probabilidad de que suceda un evento futuro basándose en la facilidad con la cual les venga a sus mentes una instancia que lo represente.
- **HEURÍSTICA DE LA REPRESENTATIVIDAD:** Los individuos evalúan la probabilidad de eventos inciertos basándose, a menudo erróneamente, en la similitud entre eventos u objetos.
- **FACTORES DE INCOMODIDAD (HASSLE FACTORS):** Con frecuencia no actuamos de acuerdo con nuestras intenciones porque hay pequeños factores o inconvenientes que estorban e incomodan la decisión. Puede ser simplemente la manera como está redactada la información, su longitud, o la necesidad de que se requieran acciones adicionales para activar la decisión.
- **INCONSISTENCIA TEMPORAL:** Es la tendencia a ser impacientes cuando se elige entre recibir beneficios hoy o en el futuro, pero pacientes cuando se opta entre beneficios en dos períodos diferentes en el futuro. Se conoce también como ‘sesgo del presente’.

HERRAMIENTAS CONDUCTUALES PARA CONTRARRESTAR SESGOS COGNITIVOS

A continuación se ofrece una **breve descripción de las herramientas conductuales provenientes de la economía del comportamiento** que comúnmente se usan para contrarrestar los sesgos cognitivos descritos en el apartado anterior.

- **ENCUADRE (MARCO):** Existe una tendencia a extraer conclusiones diferentes dependiendo de cómo se presente la información. Así pues, las opciones deseadas pueden ser expuestas de manera tal que se destaque la parte relevante de la información, o que se subrayen los aspectos positivos --o los negativos-- de la decisión. Lo anterior conlleva a que las opciones se perciban como más o menos atractivas.
- **PROMINENCIA:** Dado que nuestra capacidad de atención es limitada, la economía del comportamiento presta especial atención al momento en que se entrega el mensaje, al lugar donde se entrega y al contenido que enfatiza. Hacer visibles y prominentes los aspectos clave, en el momento y lugares oportunos, son herramientas tan importantes como el contenido mismo del mensaje.
- **OPCIONES PREDETERMINADAS (DEFAULTS):** Las opciones predeterminadas son aquellas que preestablecen automáticamente cursos de acción deseados y que se hacen efectivas cuando quien decide no selecciona nada distinto. Esta modalidad generalmente busca remediar la sobrecarga cognitiva o el sesgo del presente, apoyada por la tendencia de las personas a mantener el *status quo*.
- **MECANISMOS DE COMPROMISO:** Se trata de una opción que se elige en el presente y que restringe las alternativas futuras a aquellas que reflejen objetivos de largo plazo. En ese sentido, sirve como mecanismo para mitigar futuros comportamientos impulsivos. Habilitado por la tendencia de las personas a la inercia, puede ayudar a hacer frente a la inconsistencia temporal y a la sobrecarga cognitiva.

- > **RECORDATORIOS:** Pueden llegar por la vía de un correo electrónico, un mensaje de texto, una carta o una visita personal que alerten a quien tiene que decidir algún aspecto que conduzca a la acción. Están dirigidos a mitigar la tendencia a procrastinar, al olvido y/o a la sobrecarga cognitiva de quienes tienen que decidir.
- > **MICROINCENTIVOS:** Son premios o castigos ofrecidos a quien decide con el fin de influir en su comportamiento o decisión. Pueden ser tangibles –por ejemplo alimentos o dinero-- o intangibles, como el reconocimiento público. A diferencia de los incentivos que hacen parte integral del diseño de políticas, se trata de pequeñas señales de bajo costo y fácil aplicación que complementan el diseño original. Este mecanismo puede ser útil para mitigar la aversión a la pérdida y el sesgo del presente.
- > **HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN:** Son mensajes diseñados para invitar a los individuos a hacer un plan de acción concreto. Esto los anima a dividir el objetivo (por ejemplo, ir a una cita médica) en tareas concretas más pequeñas (salir temprano del trabajo, encontrar una niñera, posponer una reunión semanal, etc.) y así anticiparse a los imprevistos. A menudo incluyen un espacio dedicado a escribir información crucial como fecha, hora y lugar.
- > **NORMAS DESCRIPTIVAS:** Describen el comportamiento de un grupo social, independientemente de si es bueno o malo. Presentar estas normas puede ayudar a cambiar comportamientos. Por ejemplo, se puede pensar que nadie paga impuestos, cuando en realidad la mayoría sí lo hace. En tal caso, presentar la norma descriptiva del pago frecuente de impuestos puede ayudar a mejorar el comportamiento individual.
- > **NORMAS PRESCRIPTIVAS:** Se refieren a lo que la sociedad aprueba o desaprueba sobre un cierto comportamiento, es decir, sobre lo que está bien o está mal. Ello independientemente del comportamiento de sus miembros. Es útil para reafirmar o reconocer comportamientos individuales buenos, al tiempo que desestimula los inaceptables.

- > **RECIPROCIDAD:** Es una norma social en la que interviene un intercambio en especie entre personas, en particular cuando se responde a una acción de otro con una acción equivalente. Por lo general se relaciona con reacciones positivas, como por ejemplo devolver un favor con otro equivalente, aunque también puede manifestarse en reacciones negativas, como por ejemplo castigar a otro por un proceder negativo.
- > **HEURÍSTICA (REGLAS PRÁCTICAS):** Es una herramienta típicamente recomendada para hacer que las decisiones se tomen con más facilidad al ofrecer atajos mentales en el momento de realizar una acción.

EJEMPLOS CONDUCTUALES USADOS EN LAS COMUNICACIONES DURANTE LA PANDEMIA

Aquí los desafíos van desde la comunicación efectiva de nuevos términos, hasta la capacidad de la población de retenerlos y adaptarlos a la vida diaria. A continuación se presentan algunos ejemplos utilizados para reforzar los esfuerzos de comunicación de los gobiernos **para aumentar la adherencia a las mejores prácticas recomendadas** por los organismos de salud. Estas observaciones conductuales pueden también ser utilizadas para comunicar comportamientos deseados cuando se flexibilice el aislamiento.

PROMINENCIA DE LA ACCIÓN DESEADA

Dentro de las mejores prácticas para el distanciamiento social figuran aquellas que han evitado el uso de tecnicismos, optando en su lugar por incrementar la prominencia de la acción deseada. Esto se ha logrado usando palabras más sencillas, junto con colores y elementos tipográficos que disminuyen el costo cognitivo de absorber la información, como se observa en los ejemplos a continuación:

⊗ MENOS CLARO

“Respeta la distancia social”

- × Nuevo concepto
- × Poco claro
- × Vago
- × Conceptual

✓ MÁS CLARO

“Quédate en casa. Haz mercado una vez por semana”

- ✓ Palabras conocidas
- ✓ Claro
- ✓ Específico
- ✓ Concreto

DISTANCIAMIENTO SOCIAL

¿Qué significa?

El distanciamiento social es la práctica de reducir el contacto cercano entre las personas para desacelerar la propagación de infecciones o enfermedades. Entre las medidas de distanciamiento social figuran limitar la reunión de grupos grandes, cerrar instalaciones y cancelar eventos.



EVITA

- Tocarte la cara
- Visitantes en tu casa
- Lugares donde no puedas mantener dos metros de distancia:
 - Bares*
 - Conciertos*
 - Eventos deportivos*
 - Centros comerciales*
 - Gimnasios*
 - Zonas de juegos*
- Sistemas de transporte masivo



SÉ CUIDADOSO AL

- Ir al supermercado
- Ir a recoger alimentos preparados
- Ir a la farmacia



PUEDES

- Dar un paseo a pie
- Hacer una caminata
- Trabajar en el jardín
- Jugar en el jardín
- Reorganizar el armario
- Leer un buen libro
- Escuchar música
- Preparar comidas
- Organizar juegos de mesa
- Dar un paseo en auto
- Participar en videollamadas grupales
- Ver tus programas favoritos en transmisión continua
- Averiguar cómo se encuentra un amigo
- Averiguar cómo está un adulto mayor vecino

RECORDATORIOS

En Corea del Sur, por ejemplo, se envían numerosos recordatorios por televisión, a través de anuncios en las estaciones de metro y/o vía alertas enviadas a teléfonos celulares para que las personas usen tapabocas, o consejos para practicar el distanciamiento social o las cifras epidemiológicas⁴. Por otro lado, en los supermercados

de Estados Unidos se han puesto marcas en el piso como recordatorios de la distancia que deben mantener los clientes.

4. The New York Times. How South Korea Flattened the Curve. Consultado el 24/03/2020 en <https://www.nytimes.com/2020/03/23/world/asia/coronavirus-south-korea-flatten-curve.html?referingSource=articleShare>



Tienda Tesco (Fuente: Twitter)

HEURÍSTICA (REGLAS PRÁCTICAS)

En el caso del COVID-19, por ejemplo, se han diseñado anagramas que asocian una palabra común a las acciones deseadas. Véase las imágenes a continuación, donde Google asocia “**haz los cinco**” y Heurística la palabra “**salud**” con las cinco acciones recomendadas por la OMS.

Prevenimos el COVID-19 con ¡SALUD!

Cuando alguien estornuda, solemos decir “SALUD”. Además de decirlo, pongámoslo en práctica con el acrónimo de Heurística Lab:

- S**aludo Spock
...o el clásico *fist bump* reducen la tasa de transmisión del virus.
- A**íslate
si presentas síntomas como tos, fiebre y/o dificultad para respirar*.
- L**ava tus manos
hasta que termines de cantar mentalmente “Cumpleaños Feliz”.
- U**sa tu antebrazo
para cubrirte cuando tosas o estornudes. ¡Mejor si tienes papel!
- D**eja de tocarte
los ojos, la nariz y la boca; el contagio pasa por ahí.

*Llama al 113 o escribe al 952842623 (MINSA).

Heurística

Organización Mundial de la Salud Anuncio de Servicio Público Google

HAZ LOS CINCO

Ayuda a detener el coronavirus

- 1 MANOS** Lávalas frecuentemente
- 2 CODO** Tose en él
- 3 CARA** No la toques
- 4 PIES** Mantén más de 3 pies (1m) de distancia
- 5 ¿TE SIENTES** enfermo? Quédate en casa

Información general sobre Salud Pública

PUNTOS DE REFERENCIA Y ANCLAJE

En el caso de la indicación sobre los dos metros mínimos de separación entre personas, se han publicado imágenes que muestran cómo se vería el mundo si la población mantuviera esta distancia.



Foto de Chip Somodevilla/Getty Images



Foto de Laura Castañón Marzo 24 de 2020

OPCIONES PREDETERMINADAS

Los gobiernos están optando cada vez más por un solo mensaje simple y claro sobre el distanciamiento social (quedarse en casa), en lugar de ofrecer una amplia gama de opciones que varían desde el número de personas hasta los lugares que se pueden frecuentar. La complejidad de elegir entre opciones se conoce como **conflicto de selección**⁶.



**No todos los héroes llevan capas.
 Algunos envían afecto a la distancia.**

Quédate en casa para salvar una vida.

#CoronavirusBalt
 #QuédateEnCasa
health.baltimorecity.gov



BALTIMORE
 CITY HEALTH
 DEPARTMENT

7

Infografía del Baltimore Joint Information Center

5. <https://www.forbes.com/sites/brucelee/2020/03/14/with-covid-19-coronavirus-here-are-10-ways-to-social-distance-yourself/#1b3787a1606c>

6. Tversky, A. y E. Shafir. (1992). Choice under Conflict: The Dynamics of Deferred Decision. *Psychological Science*, 3(6), 358-361. Consultados el 20/03/2020 en www.jstor.org/stable/40062808

7. Véase https://twitter.com/BMore_Healthy/status/1240345600178229248/photo/2

RECUADRO

1

Nota sobre la fatiga del comportamiento y las decisiones de política pública

La **fatiga del comportamiento** hace referencia al cansancio que puede producir el tener que cumplir una nueva norma por un tiempo prolongado. Durante esta pandemia, la fatiga de comportamiento se ha sugerido como una posible barrera al cumplimiento de las normas de distanciamiento social en el mediano plazo. Sin embargo, en un contexto de alarma creciente y contagio elevado es difícil imaginar dicho escenario, además de que no existe una

experiencia previa reciente de la magnitud del impacto que tendrá la enfermedad COVID-19 para sustentar científicamente tal argumento. Sin embargo, la voz del gobierno puede tener efectos adversos en el comportamiento de las personas cuando proporciona **opciones pre-determinadas/reglas prácticas** inadecuadas para afrontar una crisis⁸.

HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN

El cartel que se observa a continuación se creó para contrarrestar el hábito de tocarse la cara (originalmente en inglés). Nótese que allí se dan recomendaciones sobre acciones que se pueden realizar cuando se siente la urgencia de tocarse la cara (sugiere un plan de acción), en lugar de simplemente instruir “no se toque la cara”.

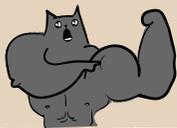
8. Véase <https://www.wired.co.uk/article/social-distancing-coronavirus-uk>

QUÉ HACER PARA TOCARSE MENOS LA CARA

La persona promedio se toca el rostro alrededor de **20 veces por hora**. Frenar este hábito es sumamente difícil. Se encuentra tan arraigado en nuestro comportamiento que debería considerarse como un proceder natural y no como un mal hábito. Aun así, existen formas de aprender cómo tocarse menos la cara. A continuación se ofrecen algunos trucos para entrenar nuestros sucios dedos para que dejen de tocar nuestros bellos rostros:

Tócate otra parte del cuerpo

Se ha probado que adoptar un comportamiento alternativo ayuda a dejar un mal hábito. Cada vez que sientas la urgencia de tocar tu rostro, tócate más bien un brazo.



Toco mis músculos ...
para protegerme.

Mantén un juguete en la mano

Ten en tu mano un cubo de Rubik (desinfectado), una pelota antiestrés o una figurita de acción. Esto mantendrá tus manos ocupadas y reducirá el número de veces que te tocas la cara.



Juega conmigo.
Juega con el He-Man.

Ponte algo ridículo

Ponte una pulsera, o una joya de fantasía o incluso una banda elástica de color. Esto no detendrá la transmisión de la enfermedad pero sí es una manera ingeniosa de recordarle a tu cerebro que debe frenar el hábito de meter los dedos en tus ojos, tu nariz o tu boca.

Un objeto externo puede actuar como pista sensorial para convertir un hábito inconsciente en uno *consciente*. Es una manera pedirle a tu cerebro que ponga atención a este extraño fenómeno que sucede con tu mano.



No lo hagas, Mariana.
No me metas otra vez
en ese agujero negro.

*Asegúrate de quitarte el objeto y desinfectarlo cada vez que te laves las manos.

Reconoce el impulso

Con solo recordarte que no te debes tocar la cara no vas a llegar a ninguna parte. Suprimir el impulso no hace más que empeorarlo. Más bien reconócelo y practica el comportamiento alternativo.



Otra vez me estoy tocando
mis extraordinarios músculos:
para protegerme.

Si te vas a tocar la cara, hazlo con un pañuelo facial

Pero primero lávate las manos, porque si no te estarás tocando el rostro con un pañuelo facial contaminado.



Recuerda: tus dedos son como las palomas

Son criaturas sucias y despistadas. Y a menos que se las entrene correctamente, se meterán en todas partes.



¡Por Dios, Juanita,
fallaste otra vez!

The Oatmeal

REDUCIR LOS COSTOS PEQUEÑOS

La ley del mínimo esfuerzo cumple un papel importante en todos aquellos aspectos de nuestra vida en que los pequeños costos psicológicos y físicos nos desaniman a actuar. Aquí las recomendaciones para las comunicaciones van desde incentivar a las personas a que tengan cestos de basura cerca para botar los pañuelos faciales contaminados, hasta añadir números de atención telefónica y en línea cuando se quiere incrementar el reporte de incidentes graves a las autoridades, o facilitar el acceso a pruebas de laboratorio para la detección del coronavirus.

ENCUADRE/MARCO

En el gráfico a continuación se muestran las ganancias que se obtienen de una menor interacción con otras personas (originalmente en inglés). También se ha mostrado en la literatura que el encuadre ha sido importante en el esfuerzo para que las personas se hagan análisis de laboratorio y pruebas de diagnóstico en otros contextos⁹.



NORMAS SOCIALES

Los personajes famosos, otros influenciadores y la población en general han decidido contar por qué están siguiendo la recomendación de quedarse en casa, con lo cual ayudan a reafirmar el comportamiento deseado.



9. Banks, S. P., Salovey, S., Greener, A. J., Rothman, J., Beauvais, y E. Epel, (1995). The effects of message framing on mammography utilization. Health Psychology, 14,178-184. Available at: <http://ei.yale.edu/wp-content/uploads/2014/03/The-effects-of-message-framing-on-mammography-utilization.pdf>

RECUADRO

2

Comunicación sobre la enfermedad

La comunicación es un elemento fundamental en toda política pública. Una misma política puede ser exitosa o fracasar rotundamente según como se la comuniquen. En casos como el del COVID-19, donde es vital que la población tome conciencia --aunque sin generar pánico--, es muy importante que la comunicación sea adecuada. *Las heurísticas de la disponibilidad y representatividad*, conjunto con el exceso de confianza y optimismo, están desempeñando un papel muy importante en el comportamiento de la población: (i) le

dificultan a las personas calcular los riesgos, y (ii) les impiden tener en cuenta las externalidades negativas en otros.

Reconociendo estos sesgos y otros sistemáticos, en el siguiente cuadro se describen tres principios recomendados para el diseño de las comunicaciones, los cuales se complementan con ejemplos reales donde se ha hecho lo contrario.

Cómo diseñar mensajes sobre políticas públicas

Recomendación para la comunicación

Sencillez, claridad y precisión de la información que se difunde, --sobre todo en relación con los datos estadísticos-- para reducir las malas interpretaciones y falsas creencias que luego sean difíciles de cambiar.

Ejemplo de mensajes no alineados con la práctica recomendada

El mensaje insistente sobre el bajo riesgo que supuestamente representa el coronavirus para jóvenes ha hecho que estos tomen menos precauciones de las necesarias, con lo cual ha aumentado el contagio.

Las promesas sobre curas para la enfermedad que están por llegar, o de remedios caseros, hacen que la gente baje la guardia y que aumenten las probabilidades de contagio. En el mediano plazo, cuando dichas promesas no se cumplen aumenta el desasosiego y se reduce la confianza.

Reiteración y repetición de la información que se difunde para minimizar la incertidumbre.

Numerosos gobiernos siguen cambiando de posición sobre la mejor estrategia para afrontar la pandemia y sobre la severidad de las medidas. En el mediano plazo, la disonancia desorienta y desmotiva el cumplimiento de las medidas.

Coordinación entre niveles de gobierno, y entre agencias y Ministerios de una misma administración.

Se registran diferencias sustanciales en el manejo de la información y de las medidas de prevención, como por ejemplo cuando un nivel del gobierno alerta sobre la gravedad de la situación mientras que otro minimiza los riesgos.

RECOMENDACIONES DE LA OMS SOBRE EL COVID-19: ANÁLISIS CONDUCTUAL PARA AUMENTAR LA ADHERENCIA



RECOMENDACIONES DE LA OMS SOBRE EL COVID-19: ANÁLISIS CONDUCTUAL PARA AUMENTAR LA ADHERENCIA

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha recomendado las siguientes prácticas personales para frenar la propagación del coronavirus (COVID-19).

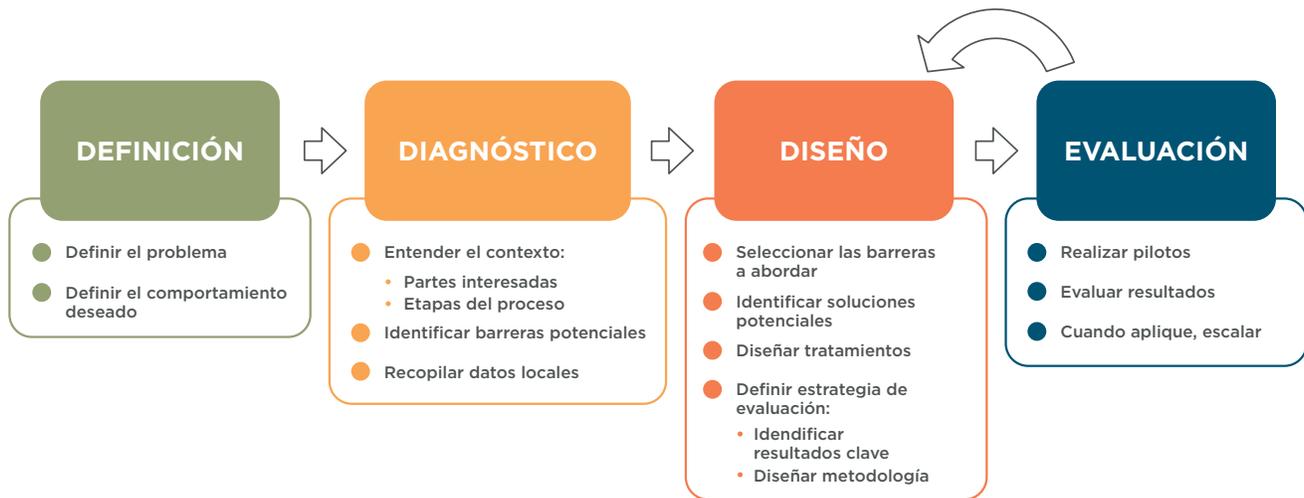
- 1. Lavarse las manos.
- 2. Limpiar las superficies que tocamos frecuentemente.
- 3. No tocarse la cara.
- 4. Toser o estornudar en el antebrazo o en un pañuelo facial.
- 5. Practicar el distanciamiento social.
- 6. Consultar al médico si se tienen los síntomas del coronavirus (aunque sin acudir a los centros médicos sin aviso previo).

Hemos excluido el uso de tapabocas del análisis puesto que puede amenazar el suministro de provisiones para el personal médico que realmente lo necesita. Pero el uso de tapabocas de tela está siendo recomendado a toda la sociedad dada su efectividad en la prevención del contagio.

METODOLOGÍA DEL BID QUE INCORPORA LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO A LOS CAMBIOS DE HÁBITOS

En el siguiente gráfico se observa la metodología empleada en el Grupo de Economía del Comportamiento del BID. Con ella se han diagnosticado y diseñado decenas de intervenciones que el Grupo, en conjunto con formuladores de política, han implementado para mejorar los resultados de las políticas públicas en la región. Puede encontrar más información sobre algunos de estos proyectos en www.iadb.org/behavioral.

Economía del Comportamiento: Guía Metodológica



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación actual y qué se quiere lograr?

DIAGNÓSTICO DE BARRERAS CONDUCTUALES

Se hace un análisis del contexto y de los sesgos cognitivos de la población que evitan que esta realice las acciones deseadas. Para ello se emplean modelos cualitativos y cuantitativos que den soporte a cada una de las barreras identificadas. Al final se eligen una o varias barreras para abordarlas desde la economía del comportamiento.

DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

Una vez elegidas las barreras se hace una revisión de la literatura para encontrar evidencia acerca del efecto de diferentes herramientas del comportamiento en problemas similares y se selecciona la más apropiada. También se diseña el experimento de campo.

EVALUACIÓN DE IMPACTO

Se implementan pruebas piloto, se evalúan sus resultados y se escalan las exitosas.

En el tema de la mejora de las comunicaciones, esta metodología se abrevia y se hace una auditoría menos extensa como la que se muestra a continuación.

CADA MENSAJE DEBE AJUSTARSE AL CONTEXTO CULTURAL.

CÓMO APLICAR LA METODOLOGÍA DEL BID A LAS RECOMENDACIONES DE LA OMS

A continuación se describe la aplicación práctica de la metodología del BID basada en la economía del comportamiento a las recomendaciones de la OMS para combatir el coronavirus.

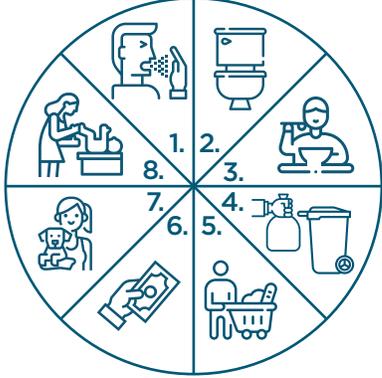
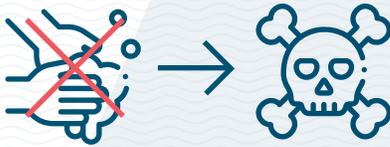
Nota: Las infografías bajo "Diseño de mensaje" en la tercera columna de las tablas que se encuentran en las siguientes páginas, han sido adaptadas al formato de este documento. Descargue y comparta diseños compatibles con redes sociales en www.iadb.org/behavioral

Recomendación de la OMS: lavarse las manos durante 20 segundos

Definición del problema: Las personas se lavan las manos por menos de 20 segundos.

Objetivo: Lograr que se laven las manos por 20 segundos.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>A las personas les cuesta imaginarse una duración de 20 segundos y por ello no se lavan las manos durante el tiempo recomendado.</p>	<p>Agregar puntos de referencia a las comunicaciones para anclar el comportamiento a algo fácil de imaginar.</p>	 <p>Canta Cumpleaños Feliz dos veces mientras te lavas las manos.</p>
<p>Antes del COVID-19 no existía una norma social generalizada sobre la duración apropiada del lavado de manos.</p>	<p>Agregar normas sociales a las comunicaciones para crear expectativas sobre el comportamiento deseado usando a otras personas como referencia.</p>	 <p>Cada vez son más las personas que entienden la importancia de lavarse las manos por 20 segundos.</p>
<p>Las personas olvidan que deben lavarse las manos constantemente, sobre todo después de cualquier exposición fuera del hogar.</p>	<p>Agregar recordatorios --por ejemplo a la entrada de la vivienda-- para que las personas que tienden a olvidar el lavado de manos lo tengan presente en los momentos oportunos.</p> <p>Agregar reglas prácticas para disminuir el costo cognitivo necesario para decidir si hay que lavarse las manos después de hacer alguna actividad.</p>	<p>Para no olvidarte de los 20 segundos, ponte recordatorios en el espejo y en la entrada de tu casa.</p>  <p>Nota: visita www.iadb.org/behavioral para bajar versión compatible con redes sociales.</p>

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje						
		<p style="text-align: center;">LAVATE LAS MANOS</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Después de sonarse la nariz, toser o estornudar. 2. Después de ir al baño. 3. Antes y después de comer. 4. Después de manipular basura. 5. Después de ir al super mercado. 6. Después de tocar dinero. 7. Después de tocar a tu mascota. 8. Después de cambiar un pañal. 						
<p>Es difícil para las personas imaginar las consecuencias de no lavarse las manos por 20 segundos en los tiempos del COVID19, y por eso no lo hacen.</p>	<p>Comunicar el mensaje promi- nente usando el encuadre de pérdidas, es decir, el de las consecuencias de alguna acción o inacción.</p>	<p>Olvidarte de los 20 segundos necesarios para lavar tus manos puede tener consecuencias fatales para tu salud.</p>  <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px;">NO se lava las manos</td> <td style="background-color: #ffc107; padding: 5px;">Se lava las manos pero menos de 20 segundos</td> <td style="background-color: #20c997; color: white; padding: 5px;">Sí se lava las manos por 20 segundos</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px;">Tu vida corre peligro</td> <td style="background-color: #ffc107; padding: 5px;">Lo sentimos; esto no asegura que estés a salvo</td> <td style="background-color: #20c997; color: white; padding: 5px;">Felicidades; sigues los estándares mundiales para combatir el coronavirus</td> </tr> </table>	NO se lava las manos	Se lava las manos pero menos de 20 segundos	Sí se lava las manos por 20 segundos	Tu vida corre peligro	Lo sentimos; esto no asegura que estés a salvo	Felicidades; sigues los estándares mundiales para combatir el coronavirus
NO se lava las manos	Se lava las manos pero menos de 20 segundos	Sí se lava las manos por 20 segundos						
Tu vida corre peligro	Lo sentimos; esto no asegura que estés a salvo	Felicidades; sigues los estándares mundiales para combatir el coronavirus						

Nota: visita www.iadb.org/behavioral para bajar versión compatible con redes sociales.

Recomendación de la OMS: limpiar superficies/objetos que tocamos frecuentemente

Definición del problema: Las personas no limpian las superficies y objetos que tocan constantemente y que pueden estar infectados.

Objetivo: Lograr que las personas limpien superficies y objetos.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no tienen el hábito o la prioridad de limpiar sus objetos frecuentemente, y por eso se les olvida hacerlo.</p>	<p>Agregar recordatorios a las comunicaciones y enviarlos durante el día.</p>	<p>Y tú, ¿ya limpiaste tus llaves?</p>  <p>NoalCOVID19</p>
<p>Las personas no creen que sus objetos estén sucios y por eso no los limpian.</p>	<p>Agregar información y gráficos como punto de referencia que ayude a cuantificar el nivel de suciedad de las cosas.</p>	<p>¿Sabías que tu celular está más sucio que la suela de tu zapato?</p>  <p>Límpialo frecuentemente y di NoalCOVID19</p>

10

Nota: visita www.iadb.org/behavioral para bajar infografías compatibles con redes sociales relacionadas con mantener superficies limpias.

10. Véase <https://www.thehealthsite.com/diseases-conditions/how-dirty-is-your-phone-305672/>

Recomendación de la OMS: no tocarse la cara

Definición del problema: Las personas se tocan continuamente la cara con las manos sucias.

Objetivo: Lograr que las personas se toquen menos la cara.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no tienen conciencia de cuando se tocan la cara (lo hacen automáticamente en promedio 20 veces por hora).</p>	<p>Pulseras, curitas o bandas elásticas de color en los dedos sirven de recordatorio prominente para crear conciencia en el cerebro de frenar el hábito de meter los dedos en tus ojos, tu nariz o tu boca.</p>	<p>Estrategia para no tocarte la cara:</p>  <p>Ponte curitas o bandas elásticas en los dedos. Ya verás que te darás cuenta y será más fácil frenar el impulso.</p>
	<p>Usar jabón o alcohol en gel con olor fuerte que le sirva al cerebro como recordatorio de que las manos se están acercando al área de la nariz.</p> <p>Incluir normas sociales descriptivas y aprovechar la aversión a las pérdidas en las comunicaciones para cambiar la percepción del lavado de manos.</p>	 <p>Usa jabón o alcohol en gel con olor fuerte.</p> <p>Cada vez que te vayas a tocar la cara, olerás el jabón y recordarás que no tienes que tocarte la cara.</p>  <p>No te toques la cara.</p> <p>10:00am Piensas que no te vas a tocar la cara</p> <p>10:03am Te tocas la cara por primera vez</p> <p>10:06am Te tocas la cara por segunda vez</p> <p>10:09am Te tocas la cara por tercera vez</p> <p>...1hr</p>  <p>En promedio, las personas se tocan la cara 20 veces por hora.</p> <p>Tocarse la cara es un comportamiento humano normal, pero estos no son tiempos normales. NO TE TOQUES LA CARA.</p>

Nota: visita www.iadb.org/behavioral para bajar versión compatible con redes sociales.



Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas saben que no deben tocarse la cara, pero sufren de exceso de confianza sobre qué tan limpios tienen sus dedos.</p>	<p>Usar víctimas identificables para ilustrar riesgos, por ejemplo en segmentos de la población fáciles de visualizar como pueden ser las personas mayores o los jóvenes profesionales.</p>	 <p>Jóvenes en todo el mundo están en riesgo de contraer coronavirus por tocarse la cara constantemente.</p>

Recomendación de la OMS: toser o estornudar en el antebrazo o en un pañuelo facial

Definición del problema: Las personas no estornudan y/o tosen en el antebrazo.

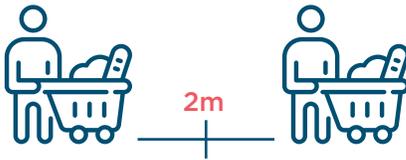
Objetivo: Lograr que las personas estornuden y/o tosan en el antebrazo.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Antes del COVID-19, no existía una norma social generalizada sobre cómo estornudar. Dado que no se sabe que lo adecuado es estornudar en el antebrazo, no se hace.</p>	<p>Incluir normas prescriptivas y mencionar entidades oficiales en las comunicaciones para crear expectativas sobre un deber.</p>	<p>La Organización Mundial de la Salud recomienda estornudar en el antebrazo.</p>  <p>Tu familia y seres queridos estarán más seguros si todos lo hacemos.</p> <p style="text-align: center;">NoalCOVID19</p>
<p>Las personas no creen en la efectividad de estornudar en el antebrazo, y como suponen que otras personas no cumplen con esta directriz, tampoco lo hacen.</p>	<p>Incluir normas sociales descriptivas en las comunicaciones para cambiar la percepción de normalidad sobre un comportamiento.</p>	<p>Un gran porcentaje de la población ha entendido la importancia de estornudar en el antebrazo.</p>  <p style="text-align: center;">NoalCOVID19</p>
<p>Incrementar la prominencia de la norma social por medio de ejemplos claros acerca de lo que es aceptado (norma prescriptiva).</p>	<p>Incrementar la prominencia de la norma social por medio de ejemplos claros acerca de lo que es aceptado (norma prescriptiva).</p>	<p>¡No te olvides de estornudar en el antebrazo!</p>  <p style="text-align: center;">NoalCOVID19</p>
<p>Usar influenciadores famosos tosiendo y estornudando en el antebrazo en los mensajes de comunicación para imponer modelos de comportamiento deseados.</p>	<p>Usar influenciadores famosos tosiendo y estornudando en el antebrazo en los mensajes de comunicación para imponer modelos de comportamiento deseados.</p>	

Recomendación de la OMS: distanciamiento social

Definición del problema: Las personas interactúan comúnmente a una distancia de menos de dos metros.

Objetivo: Lograr que las personas mantengan una distancia de dos metros en sus interacciones personales.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Los establecimientos pequeños y medianos como cafés o tiendas de barrio no cuentan con el espacio suficiente para mantener a sus clientes regulares separados a dos metros de distancia. Es por ello que no practican esta directriz.</p>	<p>Comunicar recomendaciones de fácil implementación con reglas prácticas y opciones predeterminadas para los negocios.</p>	<p>Si tu establecimiento puede ser un foco de contagio, limita el número de personas que puede entrar a la vez.</p>  <p>Ayuda a tus clientes a mantener su distancia poniendo marcas en el piso cada dos metros dentro de tu establecimiento.</p> 
<p>Las personas no logran visualizar dos metros de separación y por lo tanto siguen manteniendo distancias reducidas en sus interacciones.</p>	<p>Agregar imágenes a los mensajes para crear un punto de referencia fácil de recordar cuando se esté rodeado de personas.</p>	<p>Cuando vayas por la calle, imágnate una cama de distancia entre la persona más cercana y tú.</p> 
<p>Las personas buscan beneficiarse de las buenas acciones de los demás sin poner de su parte.</p>	<p>Agregar mensajes de persuasión moral y reciprocidad en las comunicaciones para aumentar la contribución personal a la causa.</p>	<p>La batalla en contra del coronavirus requiere que actuemos como comunidad. Tu familia y tu país necesitan tu ayuda ¡hoy!</p> 

Nota: visita www.iadb.org/behavioral para bajar versión compatible con redes sociales.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas subestiman la probabilidad de enfermarse y sufrir los efectos del coronavirus, y por lo tanto no siguen la directriz de distanciamiento social para evitar el contagio.</p>	<p>Agregar ejemplos de víctimas identificables y prominentes a las comunicaciones para que la gente tome conciencia sobre el riesgo generalizado del virus.</p>	 <p>Los jóvenes entre 20 y 44 años representan el 20% de las hospitalizaciones por coronavirus en Estados Unidos.</p> <p style="text-align: right;">11</p>
	<p>Agregar a las comunicaciones contenido sobre las consecuencias de haber tenido coronavirus usando el encuadre de pérdida para aprovechar la aversión a ellas.</p>	<p>Se ha encontrado una disminución en la capacidad pulmonar de algunos pacientes recuperados de coronavirus.</p>  <p>¡No te arriesgues! Mejor quédate en casa.</p>  <p>Es más fácil ver una serie de televisión que usar un respirador.</p>  <p>Quédate en casa.</p>

11. Véase https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/69/wr/mm6912e2.htm?s_cid=mm6912e2_w

Recomendación de la OMS: buscar consejo médico si tienes los síntomas del coronavirus (aunque sin asistir a centros médicos sin previo aviso)

Definición del problema: Las personas no buscan consejo médico cuando tienen síntomas del coronavirus (y si lo hacen, van directamente a los hospitales).

Objetivo: Lograr que las personas busquen un primer consejo médico con expertos de la salud antes de acudir a los hospitales.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no saben qué hacer ni a quién acudir cuando creen tener coronavirus --mucho menos si los síntomas son leves--, por lo cual no buscan consejo médico.</p>	<p>Agregar a las comunicaciones información prominente sobre líneas de atención y de ayuda.</p>	<p>¿Te sientes mal y no sabes si es coronavirus?</p>  <p>Llama o manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p> <p>SIEMPRE RECUERDA LLAMAR ANTES DE PRESENTARTE EN EL CENTRO DE SALUD.</p>
<p>Las personas no saben cuáles son los síntomas que aconsejan quedarse en casa y cuáles los que indican que se requiere consultar a un médico.</p>	<p>Facilitar la decisión de ir o no al hospital proporcionando un plan de acción mediante un listado con síntomas del coronavirus que requieren consultar previamente con el médico.</p>	<p>¿Te sientes mal y no sabes si es coronavirus?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Tos <input type="checkbox"/> Fiebre <input checked="" type="checkbox"/> Dificultad para respirar <input checked="" type="checkbox"/> Presión en el pecho <input checked="" type="checkbox"/> Confusión y dificultad para levantarte <input checked="" type="checkbox"/> Labios o cara azulados <p>SI TIENES ALGUNOS DE LOS SÍNTOMAS MARCADOS EN ROJO, DEBES VER A UN DOCTOR.</p> <p>Recuerda siempre llamar o mandar un WhatsApp al centro de salud.</p>

Recomendación de la OMS: dotar de equipos de protección personal a quienes cuidan a los enfermos y manipulan desechos contaminados

Definición del problema: El personal que cuida a los enfermos y manipula desechos contaminados no utiliza el equipo de protección adecuado para minimizar el riesgo de contagio.

Objetivo: Lograr que el personal de la salud utilice el equipo de protección adecuado.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje		
<p>El personal de la salud y recolectores de basura no está acostumbrado a tomar las medidas necesarias para el cuidado de enfermos con coronavirus puesto que no hace parte de sus protocolos habituales de cuidado.</p>	<p>Hacer uso de imágenes sencillas para aumentar la prominencia del nuevo protocolo de protección e información y localizarlas estratégicamente para que sirvan de recordatorios.</p>	<p>Equipo de protección para el personal de salud.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Gafas o mascarilla protectora médica desechable</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 30%;"> <p>Respirador con mascarilla de filtrado aprobado por NIOSH</p> <p>Bata médica</p> <p>Guantes de látex o nitrilo</p> </div> </div> <p>COVID-19</p> <p>Equipo de protección para los recolectores de basura.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Lentes de protección</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 30%;"> <p>Mascarilla con fijador metálico para la nariz</p> <p>Guantes de látex o nitrilo</p> </div> </div> <p>COVID-19</p>		
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; background-color: #008080; color: white; margin: 0;">COVID-19</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>ZONA PELIGROSA</p>  </td> <td style="width: 50%; text-align: center; vertical-align: middle; background-color: #d62728; color: white;"> <p>PROHIBIDA LA ENTRADA SIN EQUIPO DE PROTECCIÓN</p> </td> </tr> </table> </div>	<p>ZONA PELIGROSA</p> 	<p>PROHIBIDA LA ENTRADA SIN EQUIPO DE PROTECCIÓN</p>
<p>ZONA PELIGROSA</p> 	<p>PROHIBIDA LA ENTRADA SIN EQUIPO DE PROTECCIÓN</p>			
<p>Desarrollar anagramas (heurística) para que la gente recuerde cómo y dónde usar el equipo de protección.</p>		<p>Recuerda usar el VGT</p> <p>Vestido Gorro y guantes Tapabocas para salvar a un “vejete”</p>		

Recomendación de la OMS: disposición segura de residuos sólidos

Definición del problema: Las personas con enfermos de COVID19 en sus hogares desechan de manera incorrecta sus residuos contaminados.

Objetivo: Mejorar el manejo y la disposición de residuos.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>La manera usual en que la gente desecha la basura no incorpora el alto riesgo de contagio por coronavirus.</p>	<p>Comunicar de manera sencilla y clara un nuevo protocolo de disposición de residuos sólidos en el hogar que sea fácil de recordar.</p>	<p>Disposición Segura de Residuos con COVID19.</p>  <p>Bota tus pañuelos faciales en una bolsa aparte.</p>  <p>Cierra bien la bolsa y mantenla separada del resto de la basura por 72 horas.</p>  <p>Deposita esa bolsa dentro de otra.</p>  <p>Ya es seguro sacar la basura afuera.</p> <p>¡No olvides lavarte las manos!</p>
<p>Las personas no están pensando en el riesgo que corren los recolectores de basura al hacer su trabajo, y no disponen de sus residuos de una forma segura.</p>	<p>Usar mensajes de empatía para proteger al personal a cargo de la recolección de la basura, y comunicar de manera sencilla y clara un nuevo protocolo de disposición de residuos sólidos en el hogar que sea fácil de recordar.</p>	<p>La labor de mantener nuestra ciudad limpia puede poner en riesgo a los recolectores de basura.</p> <p>Cuidémoslos siguiendo el siguiente protocolo:</p>  <p>Bota tus pañuelos faciales en una bolsa aparte.</p>  <p>Cierra bien la bolsa y mantenla separada del resto de la basura por 72 horas.</p>  <p>Deposita esa bolsa dentro de otra.</p>  <p>Ya es seguro sacar la basura afuera.</p> <p>¡No olvides lavarte las manos!</p>

Nota: visita www.iadb.org/behavioral para bajar versión compatible con redes sociales.

EFFECTOS COLATERALES DEL COVID-19



EFECTOS COLATERALES DEL COVID-19

Esta crisis exige políticas e intervenciones con mensajes claros, apropiados y efectivos. Tales mensajes son una parte fundamental del esfuerzo tanto para contener la transmisión del virus y disminuir la sobrecarga del sistema de salud, como para evitar el pánico natural que generan estas circunstancias y manejar las expectativas de la gente¹². Una de las medidas tomadas por los gobiernos en forma generalizada es el aislamiento obligatorio en casa, salvo para salidas esenciales.

Desde el aislamiento, las personas están afrontando el desafío de acostumbrarse a un nuevo orden. Este incluye la convivencia continua con familiares, así como el manejo del tiempo y del espacio familiar, de aprendizaje y laboral, y la falta de espacios sociales y para hacer ejercicio, entre muchos otros.

La literatura especializada en psicología y salud pública muestra que el aislamiento puede representar un alto riesgo para la salud. Una reseña de 24 estudios sobre este tema describe efectos como irritabilidad y estrés durante la cuarentena, y otros de largo plazo como depresión y abuso de sustancias hasta tres años después del confinamiento¹³. También hay evidencia que muestra que trabajar desde la casa puede tener efectos adversos en el manejo del tiempo a distribuir entre el trabajo y la familia. La duración del aislamiento es un factor clave, ya que periodos más largos se han asociado con peores niveles de bienestar mental¹⁴.

12. WHO. "Who for behavioral insights on COVID-19". Consultado el 21/03/2020. <http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov-technical-guidance/who-tool-for-behavioural-insights-on-covid-19>

13. Lunn, Pete et al. "Using behavioral science to help fight the coronavirus". ESRI. March 2020. <https://www.esri.ie/system/files/publications/WP656.pdf>

14. Idem

Además, durante el aislamiento las personas están consumiendo un exceso de noticias e información impactante y/o negativa sobre la crisis, lo cual desencadena estrés adicional al generado por el cambio de rutina.

Es probable que el aislamiento produzca una pérdida de bienestar mental y físico en las personas. Esto disminuye aún más la productividad generada por el aislamiento en sí mismo, en casos críticos, hasta podría aumentar la carga sobre los sistemas de salud. Así pues, es imperativo que los gobiernos también transmitan mensajes a la población sobre buenas prácticas para mantenerse saludable y para manejar el estrés y la ansiedad del día a día.

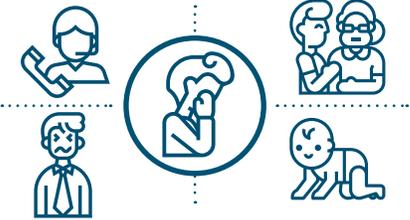
CÓMO APLICAR LOS PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO PARA REDUCIR LOS EFECTOS COLATERALES EN LA SALUD Y EN LA ECONOMÍA DEL HOGAR DEL COVID-19

En el siguiente gráfico se observa la metodología empleada en el Grupo de Economía del Comportamiento en el BID. Con esta metodología se han diagnosticado y diseñado decenas de intervenciones que el Grupo, en conjunto con formuladores de política, han implementado para mejorar los resultados de las políticas públicas en la región. Puede encontrar más información sobre algunos de estos proyectos en www.iadb.org/behavioral.

Salud mental: manejo de soledad, irritabilidad, estrés, ansiedad y depresión

Definición del problema: A las personas les resulta difícil cuidar de su salud mental durante el aislamiento.

Objetivo: Lograr que las personas mantengan su salud mental durante el aislamiento.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas prefieren ignorar las señales que determinan cambios negativos en su salud mental.</p>	<p>Usar el encuadre de pérdida y consecuencias negativas relacionadas con el deterioro de la salud mental durante el aislamiento.</p>	<p>El mal manejo de tu salud mental puede afectar tu trabajo y tus relaciones familiares.</p>  <ul style="list-style-type: none"> • La irritabilidad • La depresión • El estrés • La ansiedad <p>Pueden deteriorar significativamente tus relaciones familiares y profesionales.</p> <p>Si tu o algún ser querido se sienten abrumados y están teniendo alguna de estas sensaciones (listado en infográfico) obtén ayuda de expertos en salud mental. Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p>
<p>Las personas no están acostumbradas a hablar de temas de salud mental.</p>	<p>Usar normas sociales que hagan ver los cambios en la salud mental durante el aislamiento como algo corriente, y que además proporcionen herramientas para afrontarlos.</p>	 <p>Durante el aislamiento: La irritabilidad, la depresión, el estrés y la ansiedad son verdaderos problemas.</p> <p>Obtén ayuda de expertos en salud mental. Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p>

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>A las personas les resulta muy difícil poner en práctica los consejos de los expertos.</p>	<p>Simplificar las recomendaciones de los expertos usando listas, reglas prácticas, anagramas o imágenes prominentes.</p>	<p>En tiempos de coronavirus, combate la irritabilidad, el estrés y la ansiedad.</p> <p> Escucha a tu cuerpo e identifica el sentimiento.</p> <p> Medita/respira cuando sientas algún tipo de molestia.</p> <p> Haz una lista de cosas por las que estés agradecido.</p> <p>Obtén ayuda de expertos en salud mental. Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p>
<p>Las personas no tienen tiempo de llevar a la práctica las recomendaciones de los expertos.</p>	<p>Agregar a las comunicaciones recomendaciones para seguir un plan de acción sobre cuándo, dónde y cómo llevar a cabo estas recomendaciones.</p>	<p>Tres pasos para cuidar de tu salud mental:</p> <p> 1. Siéntate en un lugar tranquilo. 2. Cierra los ojos 3. Respira profundamente 20 veces.</p> <p>Obtén ayuda de expertos en salud mental. Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p>
<p>La disminución de las interacciones sociales por fuera del hogar contribuye a que las personas desarrollen malos hábitos que afectan la salud mental.</p>	<p>Promover la creación de planes de videollamadas sistemáticas con familia y amigos usando recordatorios como invitaciones recurrentes y calendarios compartidos.</p> <p>A las personas que no cuentan con la opción de hacer videollamadas se les debe dar información sobre actividades lúdicas para realizar en el hogar, como por ejemplo dibujar, pintar, leer, completar rompecabezas y sudokus, cocinar y limpiar la casa, entre otras.</p>	<p>¡Programa una llamada recurrente con tus amigos!</p> <p> Usemos la tecnología para mantenernos juntos en la distancia (social).</p> <p> ¿Alguien está aburrido en casa?</p> <p>Intenta:</p> <p>.....</p> <p>   </p>

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje				
<p>El consumo excesivo de información incrementa los estados de estrés y ansiedad, en detrimento de la salud mental.</p>	<p>Mecanismos de compromiso y herramientas de planificación sobre el uso del teléfono celular inteligente, televisión, etc.</p>	<p>¿Abrumado por la gran cantidad de información en la web y en redes sociales?</p> <p> Opta por leer SOLO fuentes confiables.</p> <p>.....</p> <p> Elige UNO O DOS momentos en el día para leer noticias relacionadas con el coronavirus.</p> <p>.....</p> <p>Por ejemplo:</p> <p> Voy a leer sobre el coronavirus en el sitio más confiable que conozco solo durante la hora del café en la mañana.</p>				
<p>La incertidumbre sobre la situación económica y el estado de salud de la familia y seres queridos puede desencadenar trastornos mentales como la ansiedad, la depresión y/o ataques de pánico.</p>	<p>Crear líneas de atención y apoyo a las personas durante el aislamiento e incluirlas de forma prominente en sus comunicaciones.</p>	<p>¿Abrumado por la bolsa de valores, las noticias sobre la cuarentena y el futuro del país?</p> <p></p> <p>Llama al [teléfono] para recibir apoyo.</p>				
<p>La convivencia intensa con la familia/ compañeros de aislamiento puede producir irritabilidad, lo que a su vez afecta la salud mental.</p>	<p>Promover buenas prácticas de convivencia con normas sociales y herramientas de planificación sobre el uso de los espacios y del tiempo de los miembros del hogar.</p>	<p>Todo el mundo necesita su espacio. Habla con tu familia para dividir el espacio y el tiempo.</p> <p> </p>				
<p>Los niños también están sufriendo daños en su salud mental, pero los padres no tienen información para identificar las señales.</p>	<p>Simplificar información sobre las señales de estrés en los niños y sugerir un plan de acción para contrarrestarlo.</p>	<p>Ayuda a tu hijo a mantener su salud mental.</p> <p></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1062 1667 1263 1703">SI VES ESTO</th> <th data-bbox="1273 1667 1469 1703">INTENTA ESTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1062 1709 1263 1938"> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Excesiva preocupación. ▶ Excesiva tristeza. ▶ Hábitos alimenticios o de sueño poco saludables. ▶ Dificultad para prestar atención o para concentrarse. </td> <td data-bbox="1273 1709 1469 1938"> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Habla abiertamente sobre la pandemia. ▶ Implementa horas de ejercicio dentro de casa. ▶ Ayuda a mantenerlos socialmente conectados por teléfono o videollamadas. </td> </tr> </tbody> </table>	SI VES ESTO	INTENTA ESTO	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Excesiva preocupación. ▶ Excesiva tristeza. ▶ Hábitos alimenticios o de sueño poco saludables. ▶ Dificultad para prestar atención o para concentrarse. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Habla abiertamente sobre la pandemia. ▶ Implementa horas de ejercicio dentro de casa. ▶ Ayuda a mantenerlos socialmente conectados por teléfono o videollamadas.
SI VES ESTO	INTENTA ESTO					
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Excesiva preocupación. ▶ Excesiva tristeza. ▶ Hábitos alimenticios o de sueño poco saludables. ▶ Dificultad para prestar atención o para concentrarse. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Habla abiertamente sobre la pandemia. ▶ Implementa horas de ejercicio dentro de casa. ▶ Ayuda a mantenerlos socialmente conectados por teléfono o videollamadas. 					

Abuso de sustancias

Definición del problema: Las personas recurren a sustancias psicoactivas (p. ej. cigarrillo, alcohol, alucinógenos, etc.) durante el aislamiento.

Objetivo: Lograr que las personas no recurren a sustancias psicoactivas como respuesta al aislamiento.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas recurren a las sustancias psicoactivas cuando se sienten mal y no saben qué hacer al respecto.</p>	<p>Suministrar información prominente con estrategias para contrarrestar pensamientos y sentimientos negativos.</p> <p>Hacer uso de normas sociales para alentar el uso de estrategias alternativas que ayuden a abordar la situación.</p>	<p>¿Alguien está aburrido en casa?</p>  <p>Intenta:</p>  <p>OPTA POR HACER ALGO DIVERTIDO EN LUGAR DE CONSUMIR SUSTANCIAS PELIGROSAS.</p> <p>¿Necesitas ayuda? Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p>
<p>Las personas recurren a las sustancias psicoactivas cuando están aburridas.</p>	<p>Ofrecer alternativas claras (plan de acción) para ocupar el tiempo y no caer en el uso de sustancias psicoactivas.</p> <p>Al igual que con la intervención para disminuir la propensión de las personas a desarrollar trastornos mentales durante del aislamiento, los gobiernos pueden promover videollamadas sistemáticas con familiares y amigos usando recordatorios.</p> <p>Crear líneas de atención y apoyo a las personas durante el aislamiento e incluirlas de forma prominente en sus comunicaciones.</p>	<p>Antes de fumar:</p>  Escucha a tu cuerpo e identifica el sentimiento que te produce deseos de fumar.  Respira profundamente.  Elige una actividad en la que puedas canalizar tu energía. <hr/> <p>Obtén ayuda de expertos en salud mental. Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p> <p>Programa desde hoy todas las llamadas de tu semana.</p>  Agenda desde hoy todas las llamadas de tu semana. ¿Hablarás a la hora del almuerzo o en la noche? Organízate ya.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Dado que las consecuencias de usar sustancias psicoactivas parecerían ser menos graves comparadas con el problema del coronavirus, las personas las consumen.</p>	<p>Ayudar a que las personas visualicen las consecuencias futuras y contrarresten el cortoplacismo.</p>	<p>Mantente saludable un día a la vez.</p>  <p>Los malos hábitos son difíciles de cambiar.</p>
<p>Las personas creen que cuando la cuarentena se acabe, los niveles de consumo bajarán y por lo tanto no se abstienen de hacerlo.</p>	<p>Ayudar a que las personas visualicen las consecuencias futuras y contrarresten el cortoplacismo.</p>	<p>Ten cuidado con lo que haces.</p>  <p>Millones de personas mueren a consecuencia del uso nocivo de alcohol.</p> <p>¿Preocupado por un incremento en tu consumo de alcohol durante el distanciamiento social? Llama o manda un WhatsApp: [tel].</p> <p>Recuerda que el consumo nocivo de alcohol es la causa de miles de muertes.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>28%</p> <p>Lesiones; accidentes de tránsito; autolesiones, y violencia interpersonal.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>21%</p> <p>Trastornos digestivos</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>19%</p> <p>Enfermedades Cardiovasculares</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>32%</p> <p>Enfermedades infecciosas; cánceres; trastornos mentales y otras afecciones.</p> </div> </div> <p>¿Preocupado por un incremento en tu consumo de alcohol durante el distanciamiento social? Llama o manda un WhatsApp: [tel].</p>

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no saben a qué se considera un consumo de alcohol moderado o no pueden recordarlo.</p>	<p>Dar puntos de referencia para facilitar la identificación del momento en que se debe suspender el consumo de bebidas alcohólicas.</p>	<div data-bbox="1062 285 1468 359" style="background-color: #004a7c; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <p>SI ELIGES CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div data-bbox="1149 380 1198 478"> </div> <div data-bbox="1295 380 1398 478"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px; margin-top: 5px;"> Mujer Hombre </div> <div data-bbox="1062 537 1468 611" style="background-color: #004a7c; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> <p>ASEGÚRATE DE HACERLO CON MODERACIÓN</p> </div> <p data-bbox="1062 632 1468 814"> RECUERDA QUE UN BEBEDOR MODERADO CONSUME LO EQUIVALENTE A UNA (MUJER) O DOS (HOMBRE) CERVEZAS O COPAS DE VINO CUANDO TOMA. </p> <p data-bbox="1062 842 1468 995"> ¿Preocupado por un incremento en tu consumo de alcohol durante el distanciamiento social? llama o manda un WhatsApp: [tel]. </p>

Manejo de enfermedades crónicas

Definición del problema: Las personas tienen problemas para cumplir con los tratamientos de sus enfermedades crónicas durante el aislamiento.

Objetivo: Mejorar la adherencia a los tratamientos de las personas con enfermedades crónicas.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>La sobrecarga cognitiva del teletrabajo, más la realización de las actividades diarias de un hogar (cuidar y educar hijos, limpiar, cocinar, hacer ejercicio, etc.), hacen que las personas olviden tomar los medicamentos para sus enfermedades crónicas.</p> <p>El cambio de rutina, tareas y horarios hace que las personas pierdan el hábito de tomar sus medicamentos.</p>	<p>Herramientas de planificación para organizar el tiempo y las actividades diarias y, en el transcurso del día, elegir anticipadamente el/los momentos en que se va a tomar los medicamentos.</p>	<p>¡No te olvides de tus medicamentos!</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Haz una lista de todos los medicamentos que debes tomar y a qué hora. 2. Pon una alarma que te recuerde a qué hora te los debes tomar. 3. Prémiate por haber logrado organizarte.
<p>Las personas están tan inmersas en el tema del coronavirus que descuidan sus enfermedades crónicas y no se toman sus medicamentos.</p>	<p>Ayudar a que las personas visualicen las consecuencias futuras y contrarresten el cortoplacismo.</p>	<p>Mantén el control.</p>  <p>Tómate tus medicinas. ¡Los hospitales están ocupados!</p>

Hábitos alimenticios y control del peso

Definición del problema: Durante el aislamiento, las personas pierden sus hábitos alimenticios.

Objetivo: Lograr que las personas mantengan o mejoren sus hábitos alimenticios durante la cuarentena.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas tienen acceso ilimitado a su alacena y carecen de autocontrol para no comer más que antes del aislamiento.</p>	<p>Comunicaciones que promuevan puntos de referencia sobre el consumo calórico diario recomendado.</p>	<p>¿Estás teniendo problemas para mantener una dieta saludable?</p> <p>Algunas ideas</p> <p> Baja a tu celular una app para contar calorías.</p> <p> Compite con tus amigos para ver quién logra mantener un peso saludable. ¡Elijan un reto y fijen una meta!</p> <p> Compénsate con un premio (¡no comestible!), que te mantenga motivado durante el proceso.</p>
<p>Las personas no tienen una estructura para su día y comen a deshoras.</p>	<p>Herramientas de planificación para hacer seguimiento de los alimentos y/o calorías que se consumen diariamente.</p>	<p>¿Está teniendo problemas para mantener una dieta saludable?</p> <p>Antes de hacer la compra de la semana</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuántas comidas quieres hacer al día? 2. ¿Cuál sería tu dieta ideal? 3. ¿Qué alimentos compras normalmente que no entran en tu dieta ideal? <p>Visualiza tus comidas, compra solo lo necesario y evita las compras impulsivas.</p>

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no tienen una estructura del día y se alimentan a deshoras.</p>	<p>Normas sociales y mecanismos de compromiso familiares sobre el horario de las comidas.</p>	<p>¡No comas solo!</p>  <p>Fija una hora para las comidas. Organiza un grupo virtual. Compáren y comen sus almuerzos.</p> <p>Un grupo virtual es un buen dispositivo de compromiso para mantener un horario de comidas.</p>
<p>Cuando experimentan ansiedad o aburrimiento, algunas personas acuden a la comida para aliviar estas sensaciones.</p>	<p>Validar tales sensaciones y formular un plan de acción en el cual se ofrezcan alternativas a comer por aburrimiento.</p>	<p>Antes de comer a deshoras:</p>  <p>Escucha a tu cuerpo e identifica el sentimiento que te produce deseos de comer.</p>  <p>Respira profundamente.</p>  <p>Elige una actividad en la que puedas canalizar tu energía.</p> <p>Obtén ayuda de expertos en salud mental. Manda un WhatsApp al [centro de salud]: [No. telefónico aquí].</p>

Teletrabajo y hábitos laborales

Definición del problema: La productividad laboral está disminuyendo porque las personas tienen dificultad para trabajar desde casa.

Objetivo: Lograr que las personas mantengan su productividad laboral durante su tiempo en aislamiento.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas no están acostumbradas a trabajar desde la casa, y menos aún a balancear las responsabilidades laborales, familiares y de ocio.</p>	<p>Comunicaciones que promuevan herramientas de planificación prominentes creadas junto con la familia y/o el empleador para separar los diferentes momentos del día.</p>	<p>Trabajar de casa puede ser un gran reto.</p> <div style="text-align: center;"></div> <div style="background-color: #008080; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px 0;">Empieza por:</div> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Definir un horario de trabajo estricto. ▶ Comunicar claramente tus horas de trabajo a tu equipo. ▶ Crear un calendario de actividades junto con tu familia. ▶ Designar diferentes espacios de trabajo y de ocio dentro de tu casa.
<p>Las personas tienen dificultades para organizarse durante el día y llevar a cabo todas las actividades que se proponen, pues tienen nuevas distracciones inherentes al teletrabajo: atender a los hijos, cocinar, ver televisión y las redes sociales e incluso dormir la siesta.</p>	<p>Comunicaciones con infografías prominentes y recordatorios vía correo electrónico o SMS con buenas prácticas para manejar el trabajo desde casa.</p>	<p>Trabajar desde casa puede ser un gran reto.</p> <div style="text-align: center;"></div> <div style="background-color: #008080; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px 0;">Empieza por:</div> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <p>Elegir una hora de “entrada” y una de “salida”.</p> </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <p>Comunicálas claramente a tu equipo.</p> </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <p>Pon alarmas que te recuerden la hora de comenzar y la de dejar de trabajar.</p> </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <p>Programa una actividad divertida justo al final del día que te motive a ser productivo y a acabar a tiempo tu día de trabajo.</p> </div> </div>

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>El hogar no constituye el ambiente laboral al que los trabajadores están acostumbrados.</p>	<p>Comunicaciones que promuevan herramientas de planificación prominentes para separar espacios dentro de casa y promover la clara diferenciación entre el trabajo y el ocio.</p>	<p>¿Aprendiendo a trabajar desde casa?</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p>Define claramente dónde vas a trabajar y dónde vas a descansar. Y respeta tus espacios.</p>

Educación a distancia y hábitos de aprendizaje

Definición del problema: La mayoría de los estudiantes están acostumbrados a aprender en un ambiente escolar distinto al hogar.

Objetivo: Promover en los estudiantes hábitos de aprendizaje a distancia desde el hogar.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Los estudiantes están acostumbrados a tener una persona que los guíe constantemente a lo largo del material de aprendizaje (profesor). Sin esta guía presente, tienen dificultades para navegar el material.</p>	<p>Usar normas sociales que describan cómo y cuánto un estudiante debe estudiar desde casa, y que desapruében la poca dedicación (norma prescriptiva).</p> <p>También se puede usar una norma descriptiva sobre cómo el resto de compañeros de curso están aprendiendo, siempre y cuando el comportamiento de la mayoría sea positivo.</p>	<p>Millones de niños y niñas en el mundo están igual que tú: estudiando desde casa.</p>  <p>¡No te quedes atrás!</p>
<p>Los estudiantes están más dispersos y muestran menos dedicación porque el hogar no proporciona el ambiente de aprendizaje al que están acostumbrados.</p>	<p>Promover espacios asignados específicos para el aprendizaje dentro del hogar.</p> <p>Los microincentivos para premiar --o castigar-- la dedicación y el avance en el material educativo también son una opción para promover mejores hábitos de aprendizaje.</p>	<p>¿Aprendiendo a estudiar desde casa?</p>  <p>Vístete</p> <p>+</p>  <p>Elige un espacio donde te puedas concentrar.</p> <p>Sigue tu misma rutina como si fueras a la escuela.</p>
<p>Los padres no se sienten capacitados para ayudar a sus hijos con la educación a distancia y no saben cómo promover los buenos hábitos de aprendizaje a distancia.</p>	<p>Diseminar de manera prominente las reglas prácticas recomendadas por los expertos.</p>	<p>EDUCACIÓN A DISTANCIA EN TIEMPOS DEL COVID19.</p>  <p>¿Tienes a tu hijo en casa y no sabes cómo empezar a organizarte?</p> <p>CONSIDERA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer comunicación directa con la escuela. 2. Crear una rutina diaria relativamente flexible para el estudio a distancia. 3. Mantener la conexión con los demás niños.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
		 <p>Cuéntale los retos que estás enfrentando.</p> <p>Elige: Hora de despertar. Hora de dormir. Hora de comidas. Hora de ejercicio. Deja espacio para la improvisación; cada día será un poco diferente.</p> <p>Organiza eventos en línea para que tu hijo siga conectado con sus grupos sociales.</p>

Ejercicio físico

Definición del problema: Las personas están haciendo menos ejercicio durante el aislamiento.

Objetivo: Lograr que las personas se ejerciten a niveles previos al aislamiento o empiecen a hacerlo.

Diagnóstico de barreras conductuales	Elementos de la economía del comportamiento	Diseño del mensaje
<p>Las personas están confinadas en sus casas sin lugares para hacer ejercicio.</p>	<p>Comunicaciones que promuevan herramientas de planificación prominentes para separar espacios dentro de casa e identificar uno que por defecto sea el que se dedique al ejercicio.</p>	<p>¿Te quedaste sin gimnasio?</p>  <p>Designa un espacio en tu casa para hacer ejercicio. Es el primer paso para empezar una rutina de entrenamiento.</p>
<p>Las personas no logran organizar su horario y separar tiempo para hacer ejercicio.</p>	<p>Promover la elección de un compañero de ejercicio para competir en torno al número de veces que se ejercitan a la semana o a las calorías quemadas. Estos son dispositivos de compromiso que también generan presión social.</p> <p>Herramientas de planificación para organizar el tiempo.</p>	<p>Durante la cuarentena, el gimnasio se ha mudado a tu casa.</p>  <p>1. Elige un compañero</p> <p>Los compañeros de ejercicio son un excelente dispositivo de compromiso para mantener un régimen de entrenamiento.</p> <p>2. Usa recursos en línea</p> <p>Los mejores entrenadores personales están compartiendo sus rutinas de ejercicio en línea.</p> <p>3. Elige una actividad</p> <p>¡No tiene que ser siempre lo mismo! Hay muchas clases: baile, yoga, pilates, kickboxing, etc.</p> <p>Todos estamos en esto. ¡Juntos podemos!</p>
<p>Las personas no tienen recursos ni conocimientos para hacer ejercicio por sí mismas.</p>	<p>Comunicaciones que incluyan herramientas de planificación y reglas prácticas para disminuir el costo cognitivo en el momento de hacer ejercicio.</p>	<p>¿Quieres mantenerte en forma pero no sabes cómo?</p>  <p>Lagartijas Abdominales Sentadillas</p> <p>¡Hazlo durante una semana y siente la diferencia!</p>

—
**HACIA UN
AISLAMIENTO FLEXIBLE**
—



HACIA UN AISLAMIENTO FLEXIBLE

Hasta ahora nos hemos concentrado en analizar soluciones que permiten disminuir el contagio del COVID-19 y en las consecuencias involuntarias del distanciamiento social de toda la población. Estas medidas de aislamiento de tiempo completo, masivas y obligatorias no se mantendrán indefinidamente. Por un lado, el costo económico sería catastrófico, principalmente para los grupos más vulnerables de la población. Por el otro, el encierro tiene efectos nocivos para la salud. Por ello, muchos países ya están empezando a diseñar los procesos de transición hacia una nueva etapa en la lucha contra la pandemia.

Esta nueva etapa requerirá de varias medidas clave mientras se desarrollan vacunas y tratamientos efectivos contra el virus, a saber: (i) la universalización de la pruebas de detección; (ii) la ampliación de la capacidad de seguimiento adecuado de quienes hayan contraído el virus y de sus contactos para poder identificar y aislar efectivamente a posibles nuevos contagios; y (iii) mantener las recomendaciones de higiene personal y distancia física para reducir la transmisión. En especial:

- Lavarse las manos por 20 segundos y con frecuencia.
- Mantener la distancia física entre las personas.
- Utilizar máscaras, tapabocas y otros elementos que reduzcan la transmisión del virus.
- Mantener limpias las superficies de uso cotidiano.
- Toser en el antebrazo.

En este documento se ha demostrado el funcionamiento de los sesgos en el comportamiento de las personas, así como la manera de contrarrestarlos en las campañas de comunicación de los gobiernos. Algunas de las recomendaciones deberán adecuarse al “nuevo” contexto caracterizado por personas en movimiento, de regreso a sus lugares de trabajo, y probablemente sujetas a regulaciones diferenciadas por segmentos de población, (por ejemplo para circular, dependiendo de la edad o de la condición de inmunidad) ¹⁵.



Esta foto, tomada el 23 de marzo de 2020, muestra a los empleados comiendo durante el almuerzo en una planta automotriz de Dongfeng Honda en Wuhan en China provincia central de Hubei.

15. La aplicación de estas prácticas requerirá que existan instalaciones adecuadas y suficientes, un desafío particularmente difícil en un contexto de espacios de trabajo comunes, comedores comunitarios, etc.

Recomendamos nuevamente que las campañas de comunicación tengan en cuenta los sesgos mencionados en este documento, y en particular la tendencia de las personas a:

- Hacer juicios acerca de la probabilidad de que suceda un evento futuro basándose en la facilidad con la cual les venga a sus mentes una instancia que lo represente (heurística de disponibilidad). Ejemplo: *'mis amigos volvieron a sus trabajos y no se contagiaron, y por eso es seguro volver al trabajo'*.
- Evaluar la probabilidad de que ocurran eventos inciertos basándose, a menudo erróneamente, en la similitud entre eventos o personas (heurística de la representatividad). Ejemplo: *'Las personas de bajos ingresos son más vulnerables al contagio y por eso hay que distanciarse de ellas'*.
- Exagerar (i) su propia capacidad de realizar de manera satisfactoria una tarea determinada (exceso de confianza) y (ii) la probabilidad de que le ocurran eventos positivos y a subestimar los negativos (exceso de optimismo). Ejemplo: *'yo estoy más saludable que el resto de las personas, por eso tengo mayor capacidad de luchar contra la enfermedad'*.

- Ser impacientes y a preferir una gratificación inmediata a un beneficio mayor en el futuro. Ejemplo: *'Ya no aguanto más estar en casa, no me importa si me enfermo'*.
- Valorar una pérdida (descontento que genera) más que una ganancia de la misma magnitud (felicidad que genera) cuando comparan relativamente dos opciones que implican riesgo e incertidumbre. Por esto están más dispuestas a correr riesgos para evitar una pérdida. Ejemplo: *'Prefiero conservar mi trabajo y mi ingreso a mantenerme sano y saludable'*.

Todos estos sesgos influirán en la adherencia de las personas a las buenas prácticas para disminuir el riesgo de contagio cuando se flexibilice la cuarentena. Conocerlos y utilizarlos en las comunicaciones puede en cierta medida determinar la rapidez con que se supere esta crisis.

