

Imagine que los Estados Unidos se está preparando para un brote de una inusual enfermedad asiática, que se prevé matará a 600 personas. Dos programas alternativos para la enfermedad son propuestos. Suponga que la estimación científica exacta de las consecuencias de los programas son los siguientes:

Si el programa **A** es adoptado, se salvarán 200 personas.

Si el programa **B** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que se salven 600 personas y una probabilidad de $2/3$ de que no se salve ninguna.

Si el programa **C** es adoptado, morirán 400 personas.

Si el programa **D** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que no muera nadie y una probabilidad de $2/3$ de que mueran 600 personas.

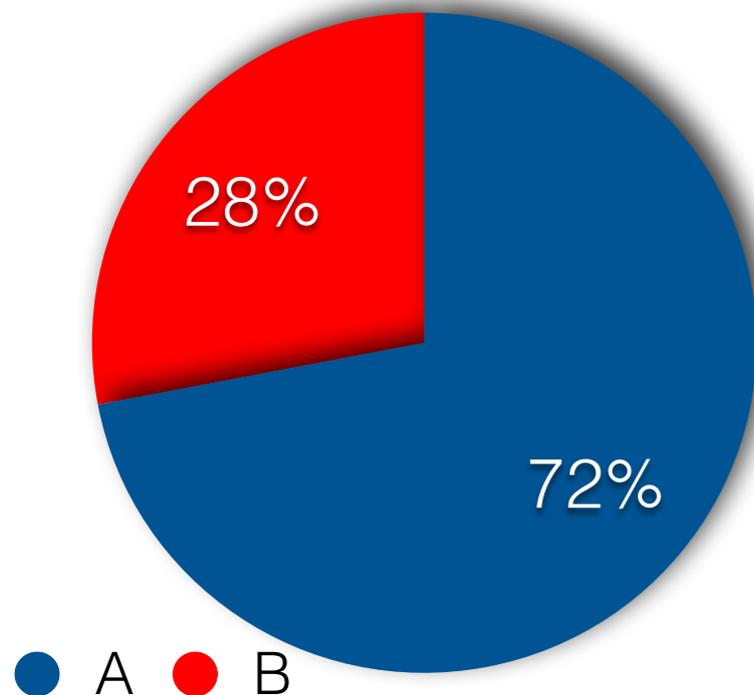
Imagine que los Estados Unidos se está preparando para un brote de una inusual enfermedad asiática, que se prevé matará a 600 personas. Dos programas alternativos para la enfermedad son propuestos. Suponga que la estimación científica exacta de las consecuencias de los programas son los siguientes:

Si el programa **A** es adoptado, se salvarán 200 personas.

Si el programa **B** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que se salven 600 personas y una probabilidad de $2/3$ de que no se salve ninguna.

Si el programa **C** es adoptado, morirán 400 personas.

Si el programa **D** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que no muera nadie y una probabilidad de $2/3$ de que mueran 600 personas.



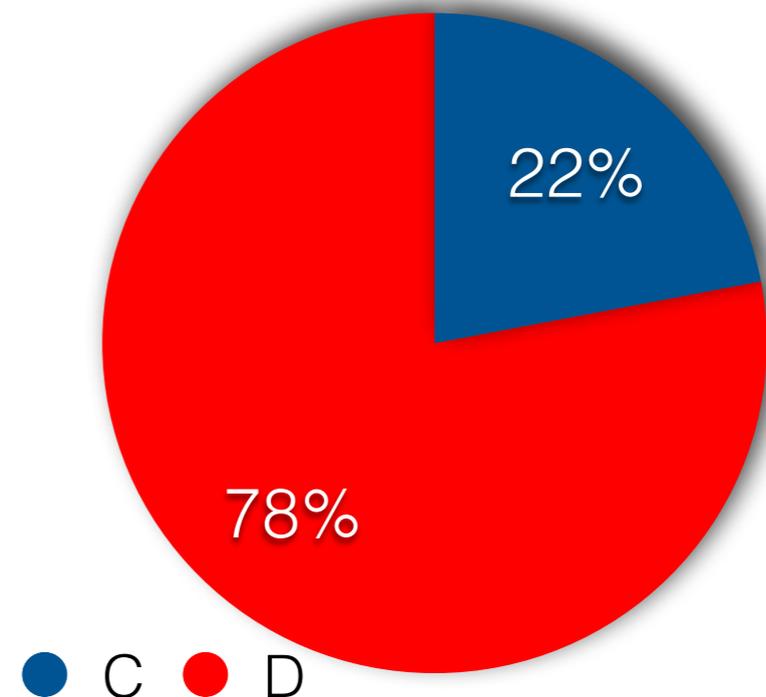
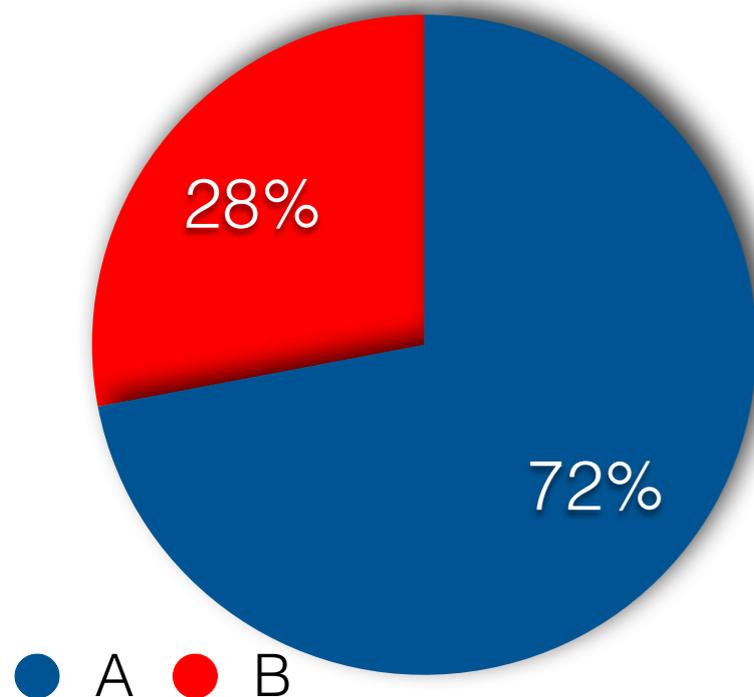
Imagine que los Estados Unidos se está preparando para un brote de una inusual enfermedad asiática, que se prevé matará a 600 personas. Dos programas alternativos para la enfermedad son propuestos. Suponga que la estimación científica exacta de las consecuencias de los programas son los siguientes:

Si el programa **A** es adoptado, se salvarán 200 personas.

Si el programa **B** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que se salven 600 personas y una probabilidad de $2/3$ de que no se salve ninguna.

Si el programa **C** es adoptado, morirán 400 personas.

Si el programa **D** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que no muera nadie y una probabilidad de $2/3$ de que mueran 600 personas.

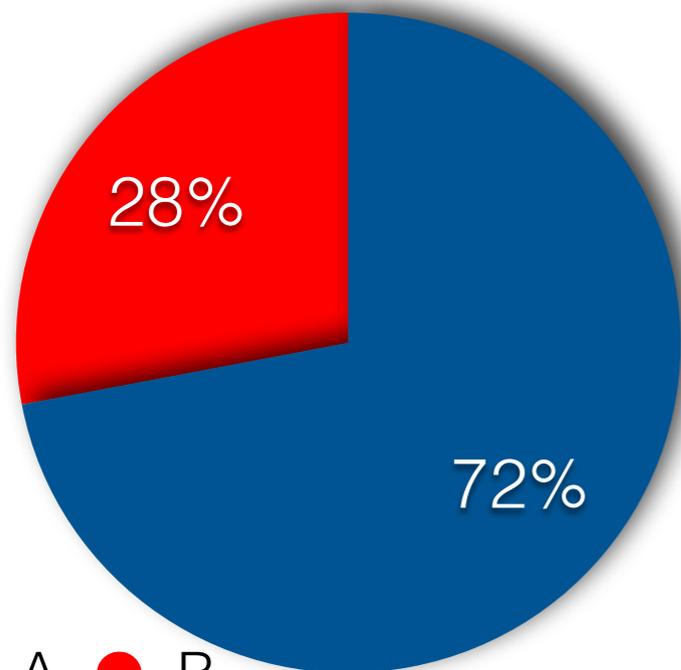


Imagine que los Estados Unidos se está preparando para un brote de una inusual enfermedad asiática, que se prevé matará a 600 personas. Dos programas alternativos para la enfermedad son propuestos. Suponga que la estimación científica exacta de las consecuencias de los programas son los siguientes:

Adverso al riesgo

Si el programa **A** es adoptado, se salvarán 200 personas.

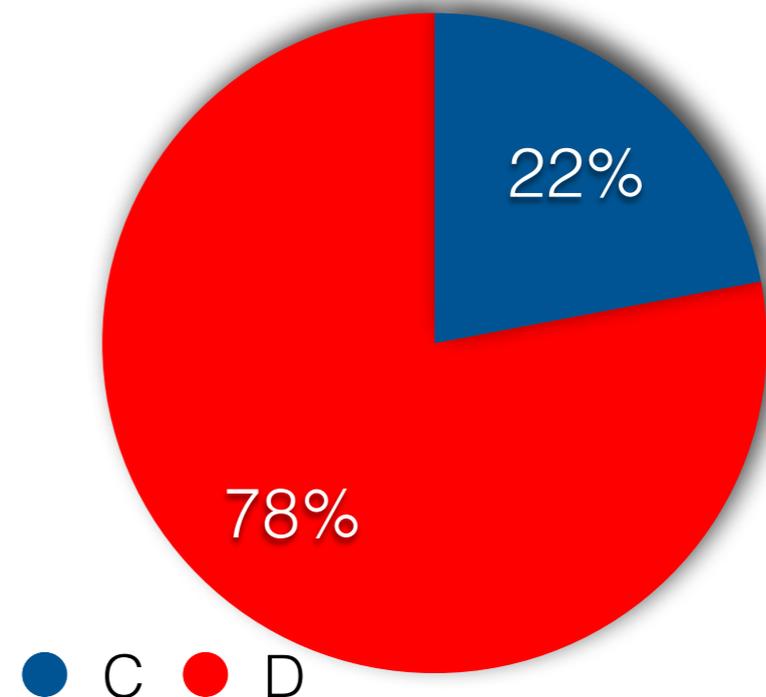
Si el programa **B** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que se salven 600 personas y una probabilidad de $2/3$ de que no se salve ninguna.

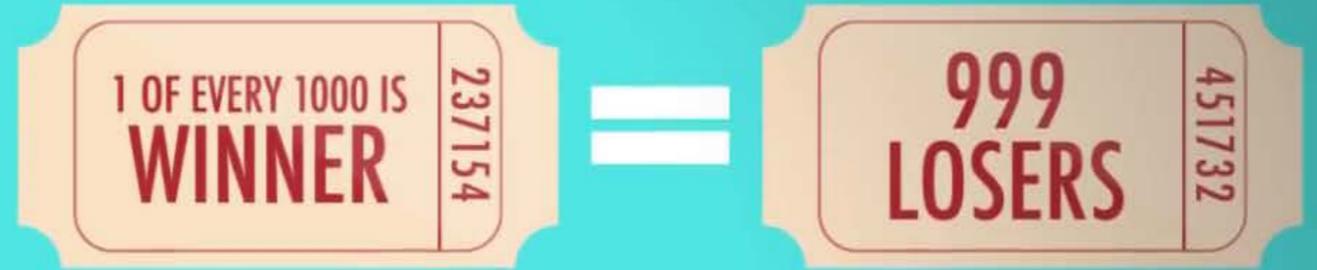
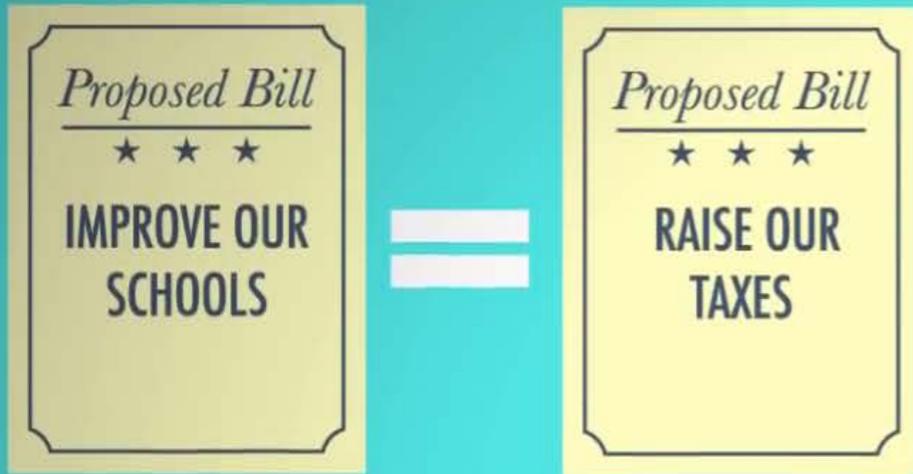


Propenso al riesgo

Si el programa **C** es adoptado, morirán 400 personas.

Si el programa **D** es adoptado, hay una probabilidad de $1/3$ de que no muera nadie y una probabilidad de $2/3$ de que mueran 600 personas.

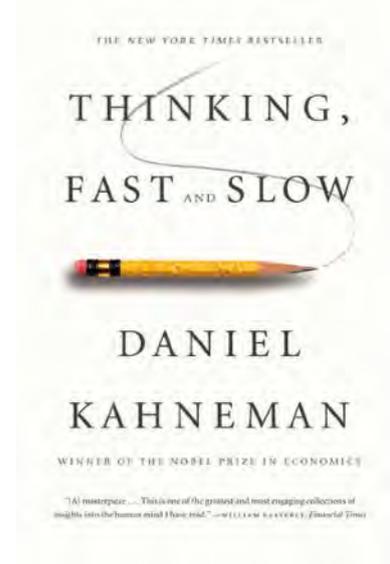






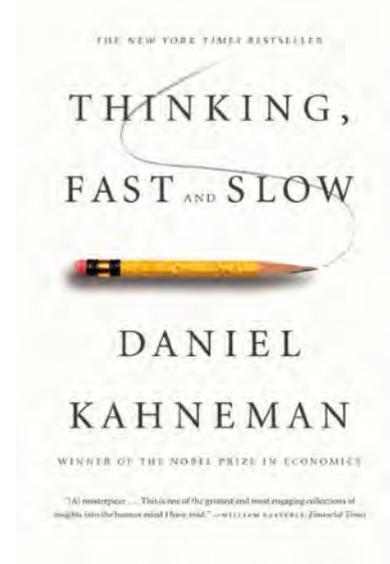
Si las personas fueran **completamente racionales**, tomarían la misma **decisión de forma constante con opciones idénticas**, pero a veces las preferencias de las personas dependen de **cómo se presenten las opciones**. Los psicólogos llaman a este tipo de sesgo cognitivo el **efecto de encuadre**.

Sistema 1 vs Sistema 2



Sistema 1. Genera intuiciones que con frecuencia nos sirven adecuadamente, pero no siempre.

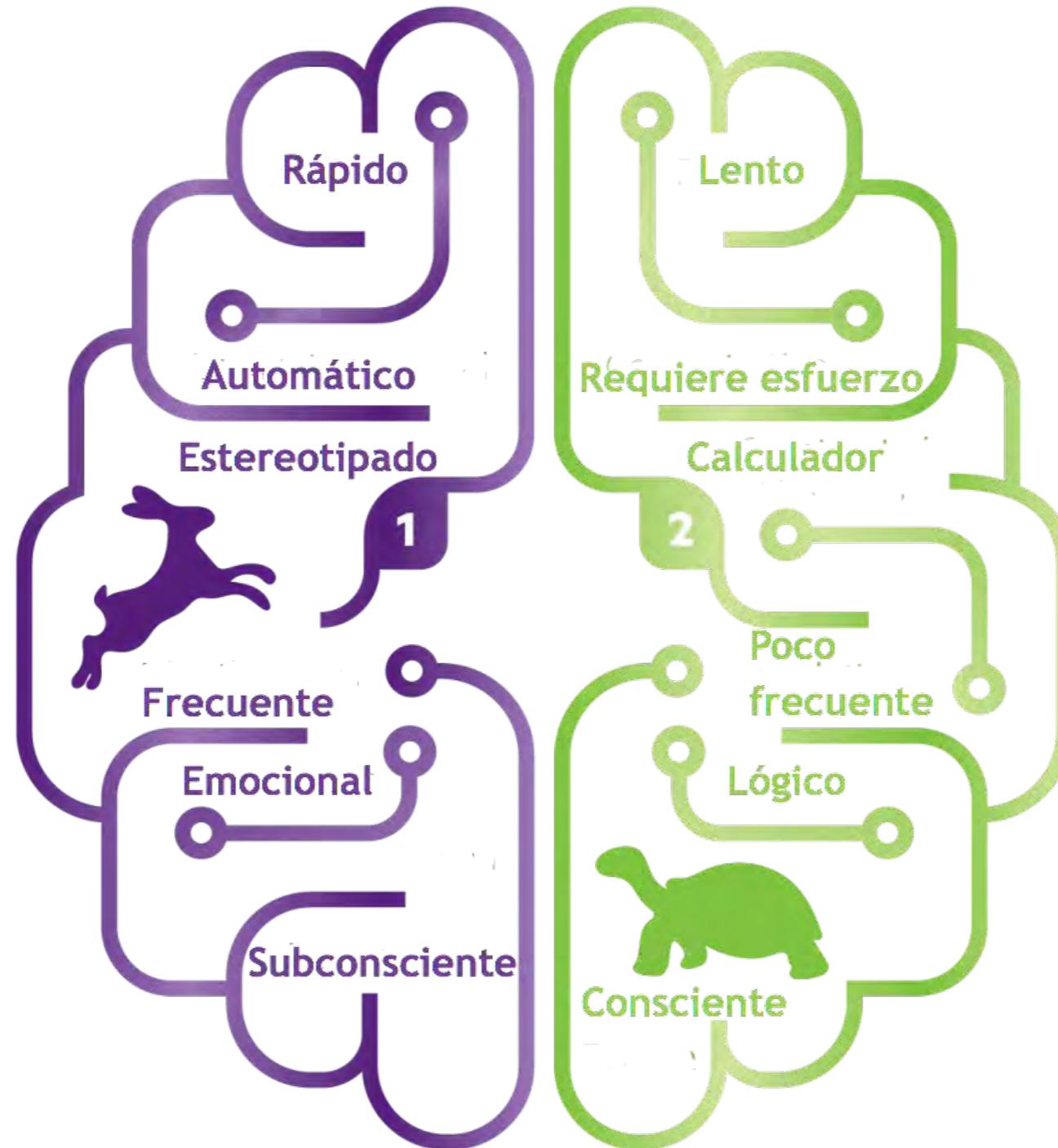
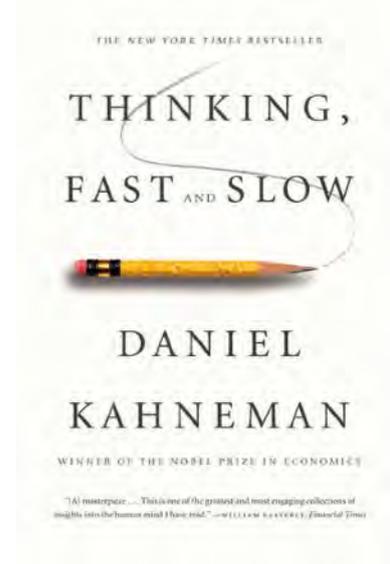
Sistema 1 vs Sistema 2



Sistema 1. Genera intuiciones que con frecuencia nos sirven adecuadamente, pero no siempre.

Sistema 2. Toma las decisiones finales tras observar y controlar las intuiciones del Sistema 1.

Sistema 1 vs Sistema 2



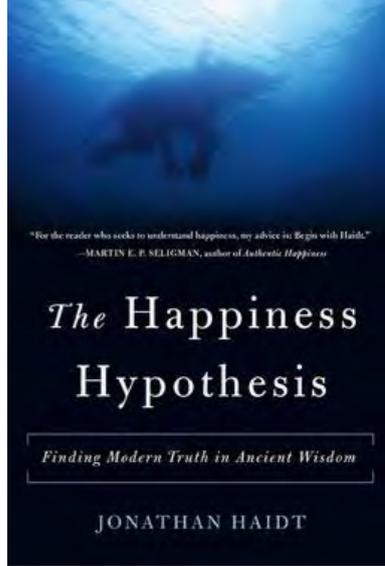
Sistema 1. Genera intuiciones que con frecuencia nos sirven adecuadamente, pero no siempre.

Sistema 2. Toma las decisiones finales tras observar y controlar las intuiciones del Sistema 1.

El Elefante y el Jinete

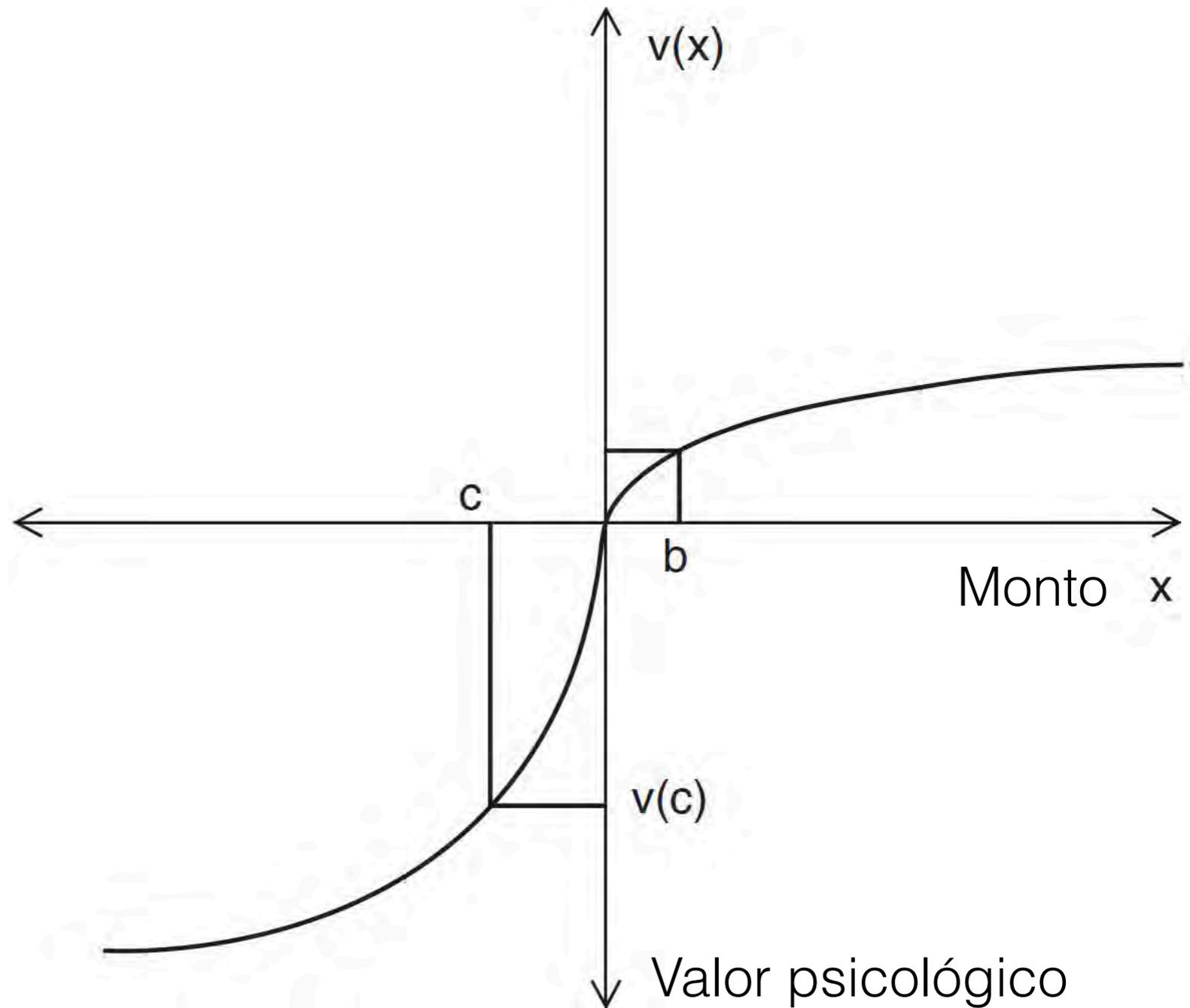
Razonamiento

Intuición



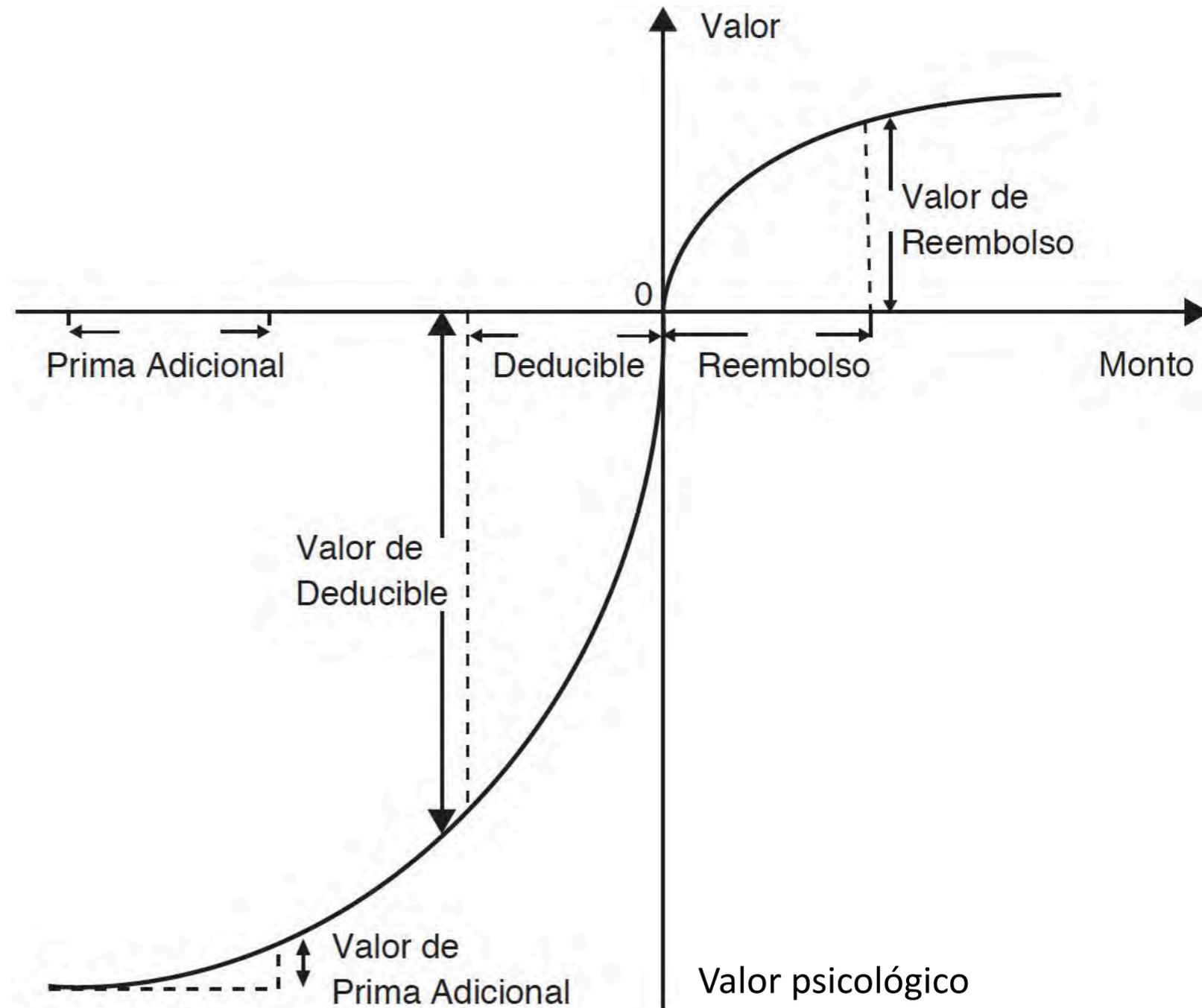
Teoría Prospectiva

- ▶ Aversión a la pérdida. Cuando se ponderan ganancias y pérdidas del mismo calibre, estas últimas “pesan” más. Es decir, la valoración subjetiva de una pérdida es mayor que la de una ganancia objetivamente equivalente.
- ▶ La evaluación de un resultado es relativa a un punto de referencia neutral (puede ser una cantidad de dinero, como el precio de un bien o cualquier otro indicador cuantitativo).
- ▶ La sensibilidad a las pérdidas disminuye a medida que el punto de referencia aumenta.



Teoría Prospectiva – Ejemplo

Un seguro con reembolso puede ser más atractivo que una póliza equivalente menos costosa con deducible, ya que el valor negativo del deducible se percibe como mucho mayor que el valor positivo del reembolso. Las pólizas de seguros con reembolsos pueden satisfacer la necesidad de una persona de recuperar algo cuando no haya sufrido una pérdida.



choice architecture

Es la aplicación de la economía del comportamiento para el diseño de un entorno de toma de decisiones. Un entorno de toma de decisiones es cualquier producto, servicio o lugar donde un cliente interactúa para tomar una decisión (consciente o inconscientemente) y determinar su próxima acción. Hay tres estrategias generales para emplear la arquitectura de elección para los nudges (estímulos): aumentar la información, mejorar la eficiencia y aprovechar las normas sociales.

Iniciativas Contra la Obesidad Infantil



Legisladores. Soluciones desde la **prohibición** de ciertos alimentos en las escuelas hasta la realización de **campañas en los medios** que promueven una alimentación saludable.

Iniciativas Contra la Obesidad Infantil



Legisladores. Soluciones desde la **prohibición** de ciertos alimentos en las escuelas hasta la realización de **campañas en los medios** que promueven una alimentación saludable.

Economistas del comportamiento. **Reorganizar las cafeterías escolares:** poner alimentos saludables como frutas y verduras en estantes a la altura de los ojos y alimentos menos saludables, como postres, en lugares menos convenientes.





Hay que pensar en un **estimulo (nudge)**, como un dispositivo GPS.

Si puede disminuir el costo de la navegabilidad, a menudo puede cambiar vidas. Y el GPS tiene dos virtudes. Primero, **preserva la libertad de elección** y, en segundo lugar, **respeto los propios fines de las personas**. No dice a dónde ir. Cada quién decide eso. Deja claro cómo se puede llegar a donde se quiere ir, aunque si se quiere tomar una ruta diferente, se puede hacerlo perfectamente.

Cass Sunstein

Robert Walmsley University Professor, Harvard Law School

Estrategias para Emplear la Arquitectura de Decisiones

| Incrementando la Información | Mejorando la Eficiencia | Aprovechando las Normas Sociales |
|--|---|--|
| <p>Divulgación: Informar a los clientes sobre los costos económicos asociados con una acción, como el costo total de un seguro.</p> | <p>Valores por omisión: Establecer valores predeterminados de los programas para lograr el resultado deseado: inscripción automática a notificaciones de los seguros.</p> | <p>Usar normas sociales: enfatizar lo que las personas normalmente hacen, por ejemplo la mayoría de las personas pagan sus pólizas a tiempo, la mayoría de las personas no hacen fraude a la aseguradora.</p> |
| <p>Advertencias: Usar imágenes gráficas o fuentes grandes con colores brillantes para advertir sobre el impacto negativo, advertencias en los riesgos de no contar con un seguro.</p> | <p>Simplificación: La complejidad causa confusión: diseñar los seguros para que sean intuitivos y fáciles de usar.</p> | <p>Estrategias de pre-compromiso: Hacer que las personas se comprometan con una determinada acción, como proporcionar información veraz. Esto funciona mejor con un elemento específico y acción.</p> |
| <p>Recordatorios: Proporcionar recordatorios por correo electrónico o mensaje de texto para realizar algún pago.</p> | <p>Aumentar la facilidad y conveniencia: Reducir las barreras y hacer que el resultado deseado sea fácil de lograr: destacar la mejor opción de seguro de acuerdo a las necesidades.</p> | <p>Obtener intenciones de implementación: Preguntar si los clientes planean realizar una determinada acción, como ¿planeas tener un seguro de vida?</p> <p>Informar a las personas sobre las consecuencias de las acciones pasadas: compartir información sobre el costo de las facturas de los seguros.</p> |

Agenda

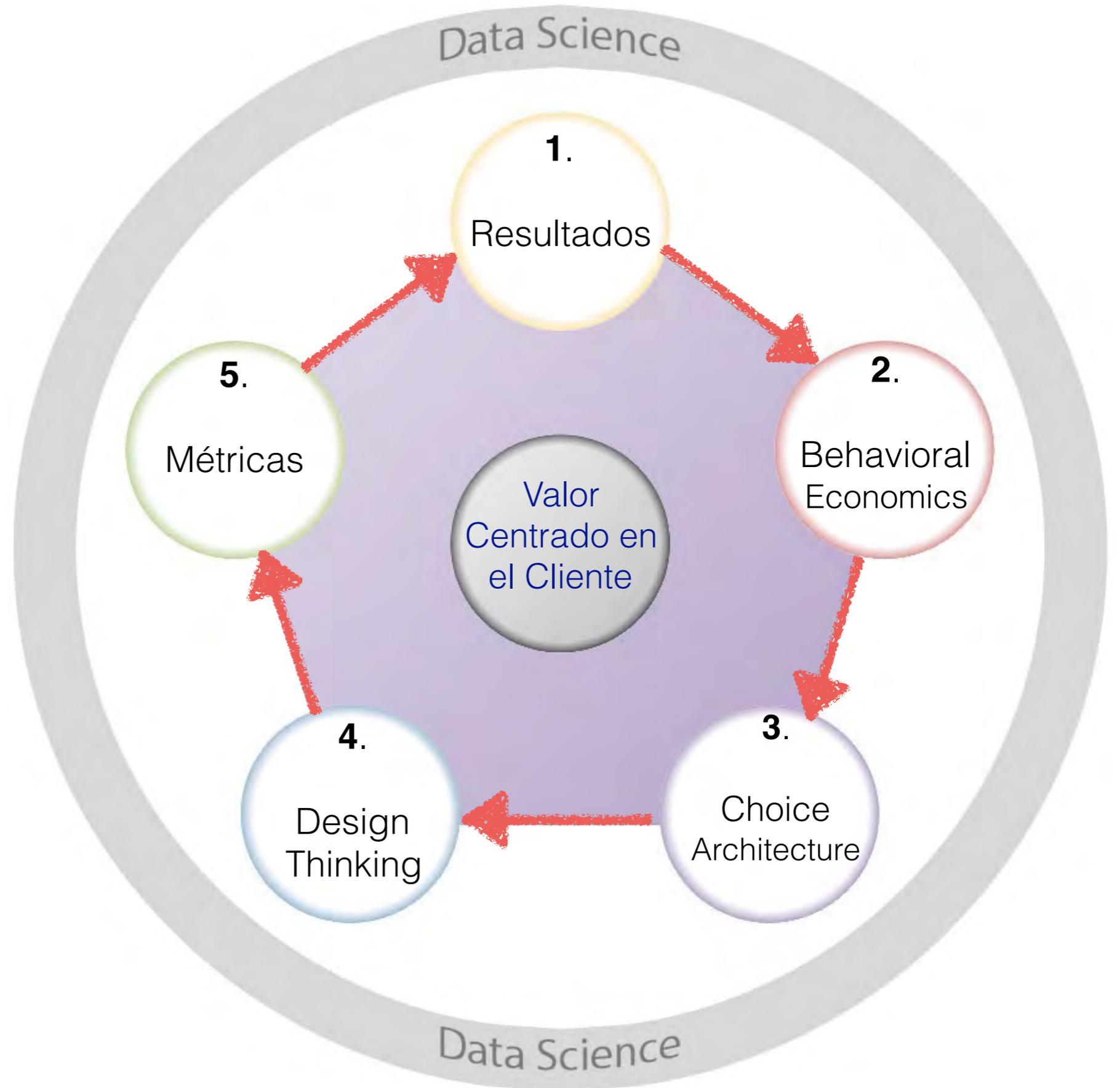
Teoría



Marco de Referencia

Propuesta

Ciclo de Creación de Valor



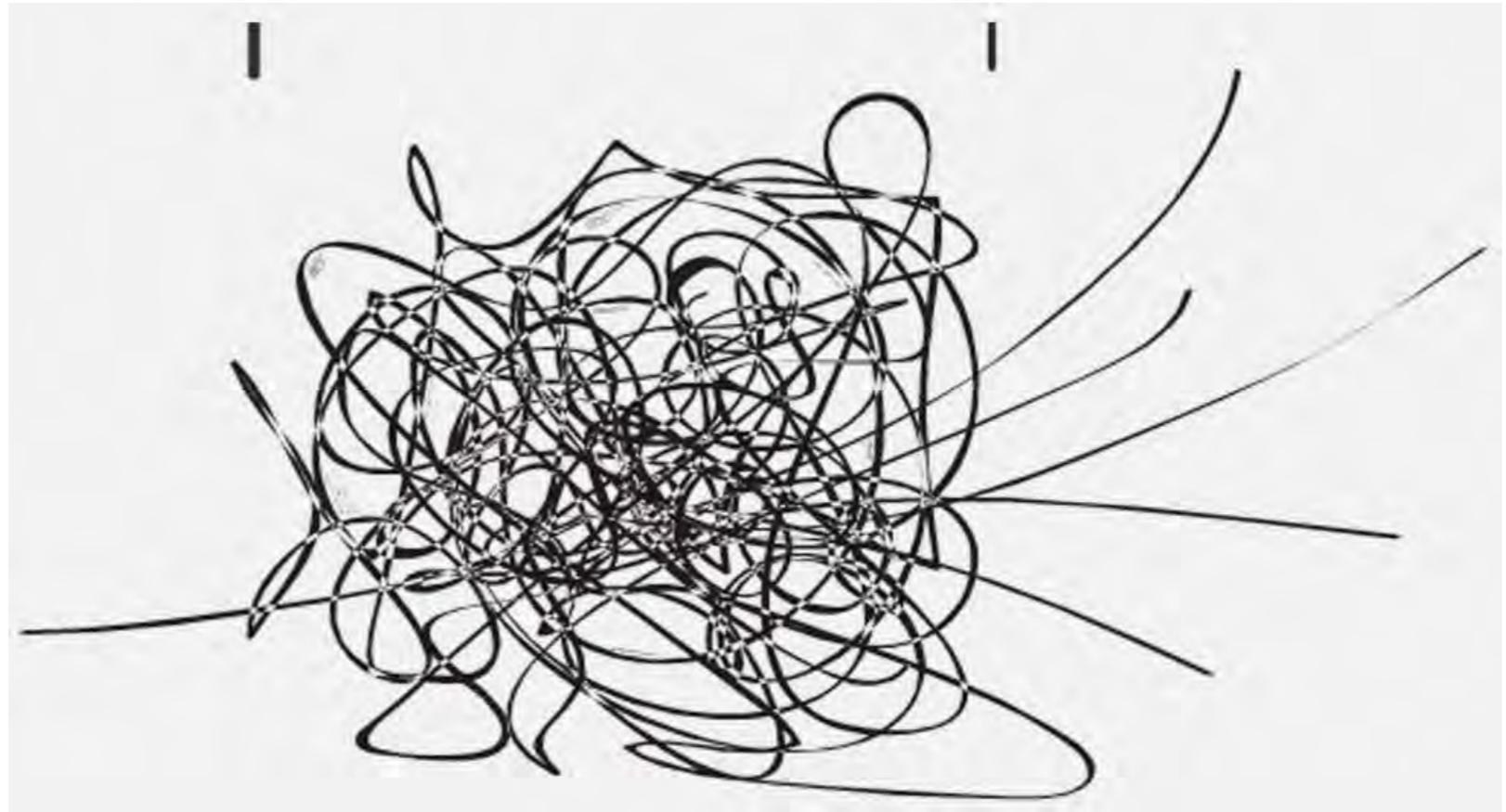
Cinco pasos para mejorar el valor centrado en el cliente y los resultados.

design thinking

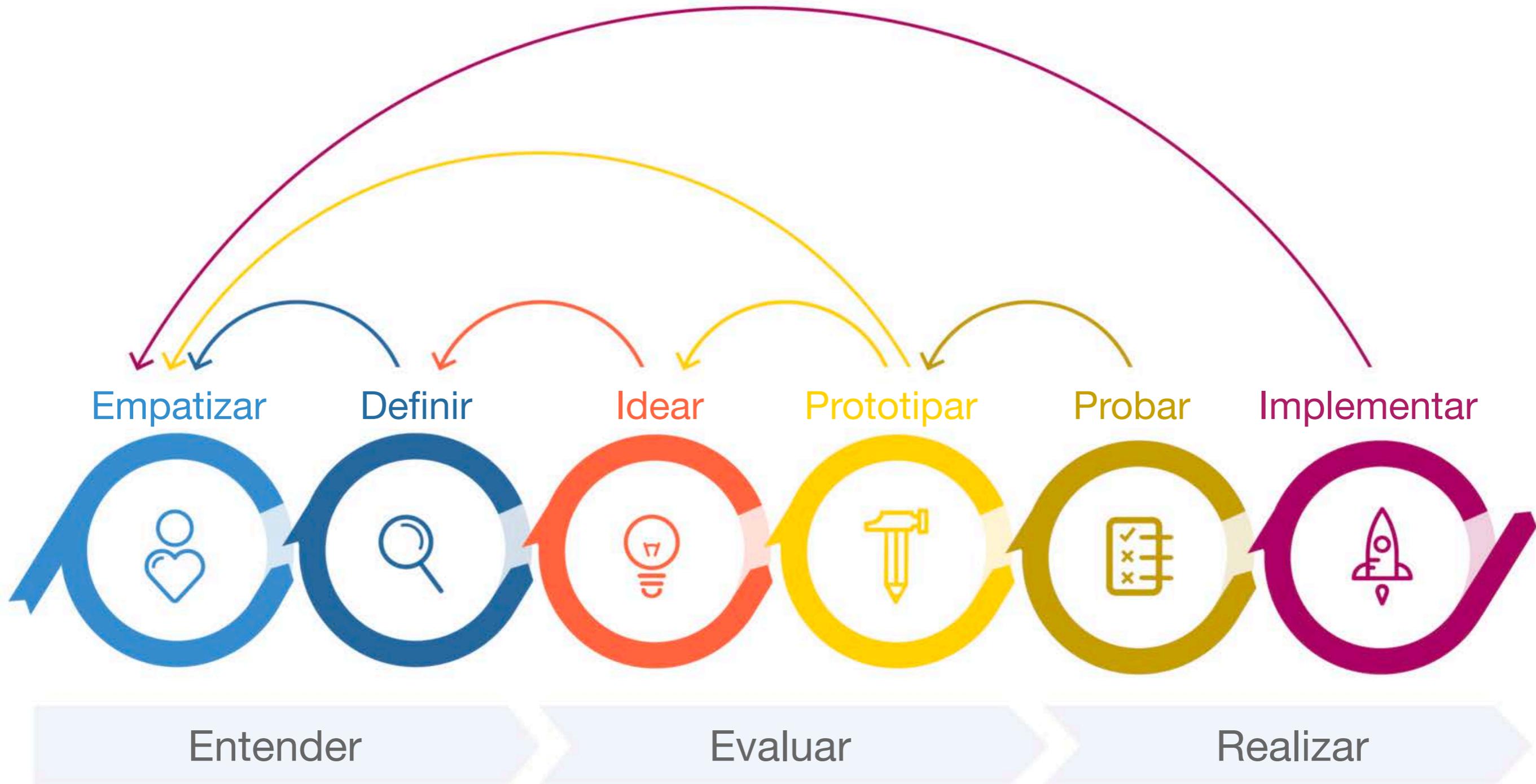
diseño centrado en el cliente para construir soluciones a problemas complejos. Utiliza un enfoque creativo e iterativo para poner la experiencia más amplia del cliente en el centro del desarrollo y la entrega de programas y servicios. Típicamente, incorpora herramientas de diseño y etnografía. Ayuda a replantear problemas difíciles, generar soluciones, desarrollar prototipos y probar rápidamente ideas para lograr innovaciones centradas en el ser humano.

Wicked Problem

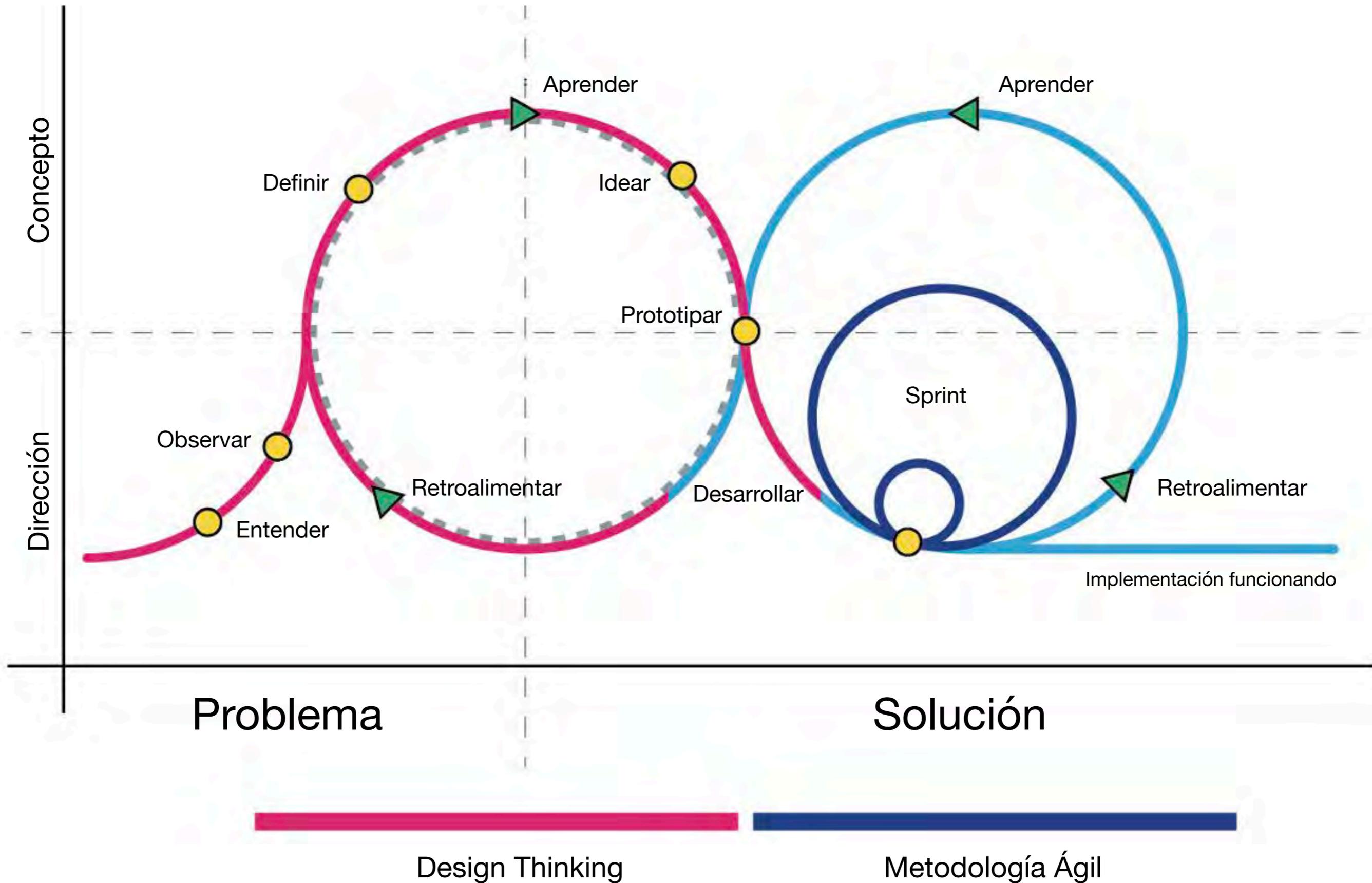
Un “problema retorcido” (en inglés, **wicked problem**) es un problema que es **difícil** o **imposible** de resolver dado que presenta condiciones incompletas, contradictorias y cambiantes que generalmente son difíciles de reconocer. Además, dada la existencia de **complejas** interdependencias en este tipo de problemas, los esfuerzos para resolver un aspecto de este tipo de problemas podría revelar o crear nuevos problemas.



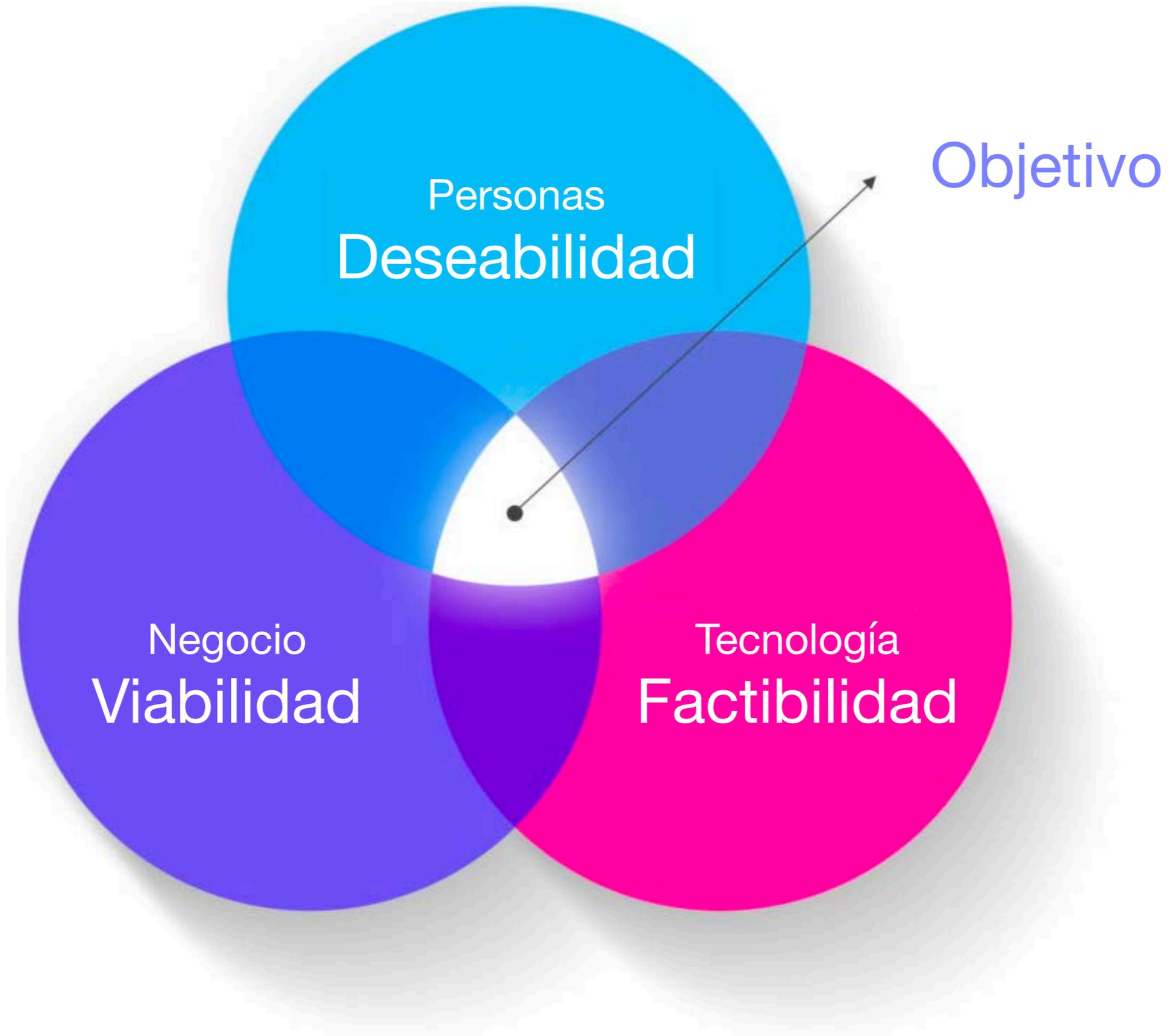
Design Thinking



Design Thinking + Metodologías Ágiles



Design Thinking



user experience (UX)

se refiere a las emociones y actitudes de una persona sobre el uso de un producto, sistema o servicio en particular. Abarca todos los aspectos de la interacción de la persona con la empresa, sus servicios y sus productos.

data science

es un elemento fundamental para diseñar e implementar estímulos. En general, data science es el uso de plataformas tecnológicas, redes sociales, sensores ambientales, almacenamiento de datos y métodos de análisis de datos que permiten una mejor medición de los insumos, productos y resultados.

Reto

Problema, Nuevos Resultados, Intervenciones

1. ¿Qué problema se está tratando de resolver?
2. ¿Cuáles nuevos resultados se esperan obtener?
3. ¿Cuáles intervenciones se aplicarán?

Cliente y/o Institución Optimizada

Anomalías

Principios de Estímulo (Nudge)

¿Qué principios de impulso utiliza este enfoque?

Design Thinking & UX

¿Qué procesos, programas o estructuras deben rediseñarse?

Data Science

¿Qué datos y análisis son necesarios para implementar estos impulsos?

Capital Humano

¿Qué tipo de personal se requiere?

El Primer Paso de una Iniciativa

| | | | | |
|------------------------------------|--|---|---|------------------------------------|
| Reto | Problema, Nuevos Resultados, Intervenciones | | | |
| Cliente y/o Institución Optimizada | Anomalías | | | |
| | Principios de Estímulo (Nudge) | Design Thinking & UX | Data Science | Capital Humano |
| | ¿Qué principios de impulso utiliza este enfoque? | ¿Qué procesos, programas o estructuras deben rediseñarse? | ¿Qué datos y análisis son necesarios para implementar estos impulsos? | ¿Qué tipo de personal se requiere? |

- ▶ Este framework ayuda a generar propuestas de iniciativas.
- ▶ Se necesita validar la hipótesis entendiendo el problema a través de interacciones con los clientes.
- ▶ Requiere diseñar la solución e implementar los prototipos para validarla.
- ▶ Adicionalmente hay que diseñar los estímulos.

Agenda

Teoría



Marco de Referencia



Propuesta

Reto

Problema, Nuevos Resultados, Intervenciones

1. Seguro Caro
2. Proporcionar precio justo y competitivo del costo de la póliza
3. Retroalimentación de clientes potenciales, revisión periódica de precios de la industria, mejora continua a procesos de captación, administración y valuación. Formación de brokers.

Anomalías

Seguro caro.

Institución Optimizada

Principios de Estímulo (Nudge)

- Simplificación
- Advertencias
- Recordatorios
- Informar a las personas de las consecuencias de acciones pasadas
- Divulgación
- Estrategias de pre-compromiso

Design Thinking & UX

- Rediseño y automatización, orientados al cliente
- Procesos de mejora continua
- Diseño de estrategia

Data Science

- Costo de unidades de Negocio
- Análisis de rentabilidad de productos
- Análisis de ventas por brokers
- Análisis de tiempos de atención al proceso

Capital Humano

- Toda la empresa involucrada

Reto

Problema, Nuevos Resultados, Intervenciones

1. Seguro Caro
2. Proporcionar precio justo y competitivo del costo de la póliza
3. Proceso de valuación.

Anomalías

Seguro caro.

Institución Optimizada

Principios de Estímulo (Nudge)

- Valores predeterminados
- Informar a las personas de las consecuencias de acciones pasadas
- Divulgación

Design Thinking & UX

- Optimizar la valuación considerando periodos de más de 1 año
- Diseño de campañas de marketing

Data Science

- Duración y costo de la póliza
- Simulaciones Monte Carlo

Capital Humano

- Personal especializado en valuación
- Marketing

Reto

Problema, Nuevos Resultados, Intervenciones

1. Toma de decisiones en la compra de un seguro.
2. Evitar anomalías de lado de la demanda.
3. Intervención en proceso de compra.

Anomalías

Compra de seguros después de desastres.

Cancelación de seguro si no se ha presentado pérdida.

Preferencias para pólizas con reembolsos.

Preferencia para deducibles bajos.

Cliente
Institución Optimizada

Principios de Estímulo (Nudge)

- Simplificación
- Aumentar la facilidad de conveniencia
- Valores predeterminados
- Divulgación

Design Thinking & UX

- Diseño de la UX usando los procesos de banco, aseguradora y vendedor existentes
- UX vía aplicación móvil
- UX en comparativas

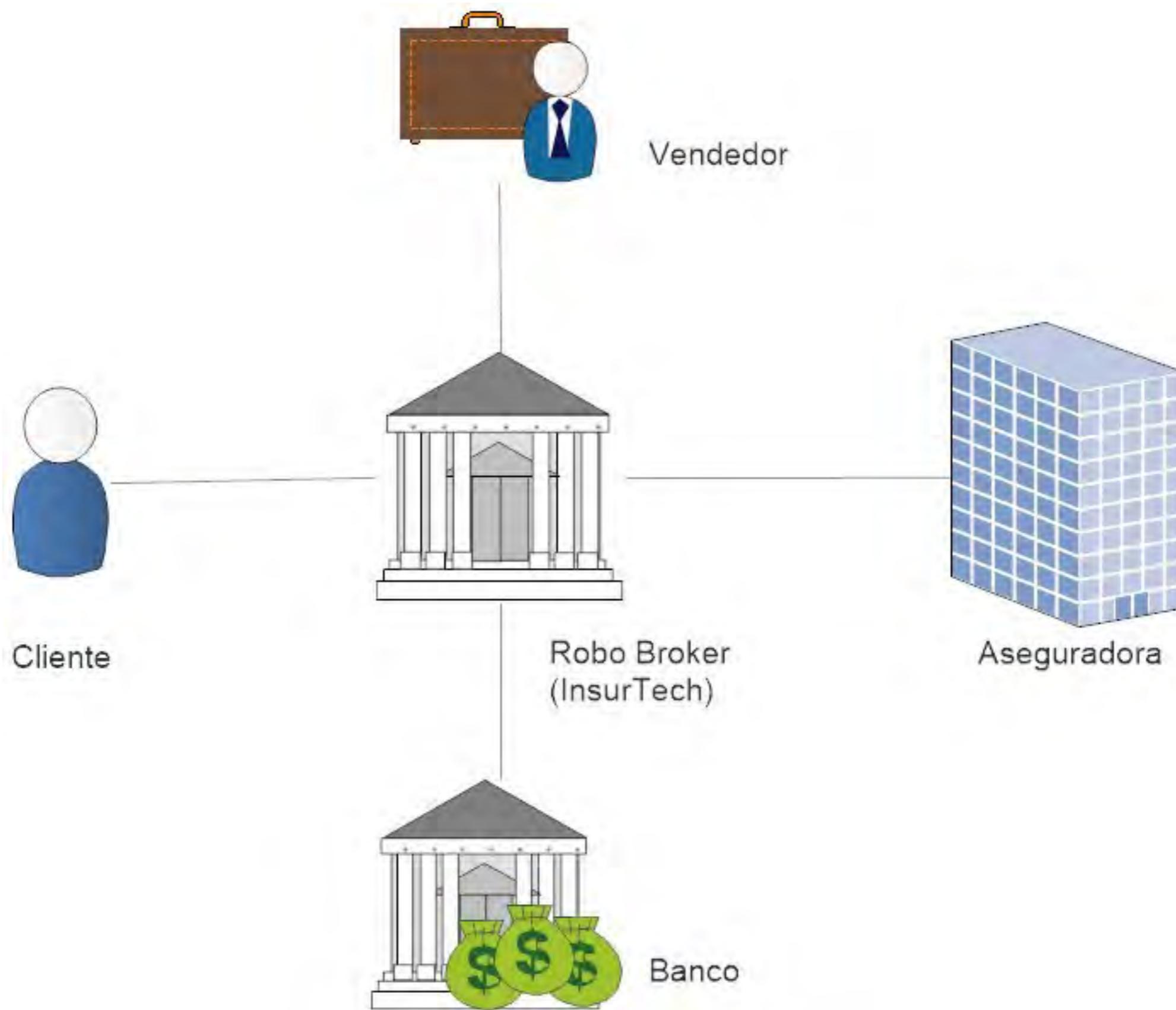
Data Science

- Entendimiento de necesidades del cliente en la toma de decisiones
- Tiempos de respuesta en la toma de decisiones
- Efectividad de la solución en la toma de decisiones

Capital Humano

- Se reduce al mínimo

Intervención en el Proceso de Compra



Reto

Problema, Nuevos Resultados, Intervenciones

1. El proceso de reclamación no es sencillo y es lento
2. Simplificación del proceso de reclamación
3. El broker se encargará del trámite

Anomalías

Falta de voluntad para hacer pequeñas reclamaciones por montos pequeños encima del deducible.

Cliente Institución Optimizada

Principios de Estímulo (Nudge)

- Simplificación
- Aumentar la facilidad de conveniencia
- Informar a las personas de las consecuencias de acciones pasadas
- Divulgación
- Normas sociales

Design Thinking & UX

- Rediseño y automatización, orientados al cliente
- Procesos de mejora continua
- Diseño de estrategia
- Administración completa de la logística.

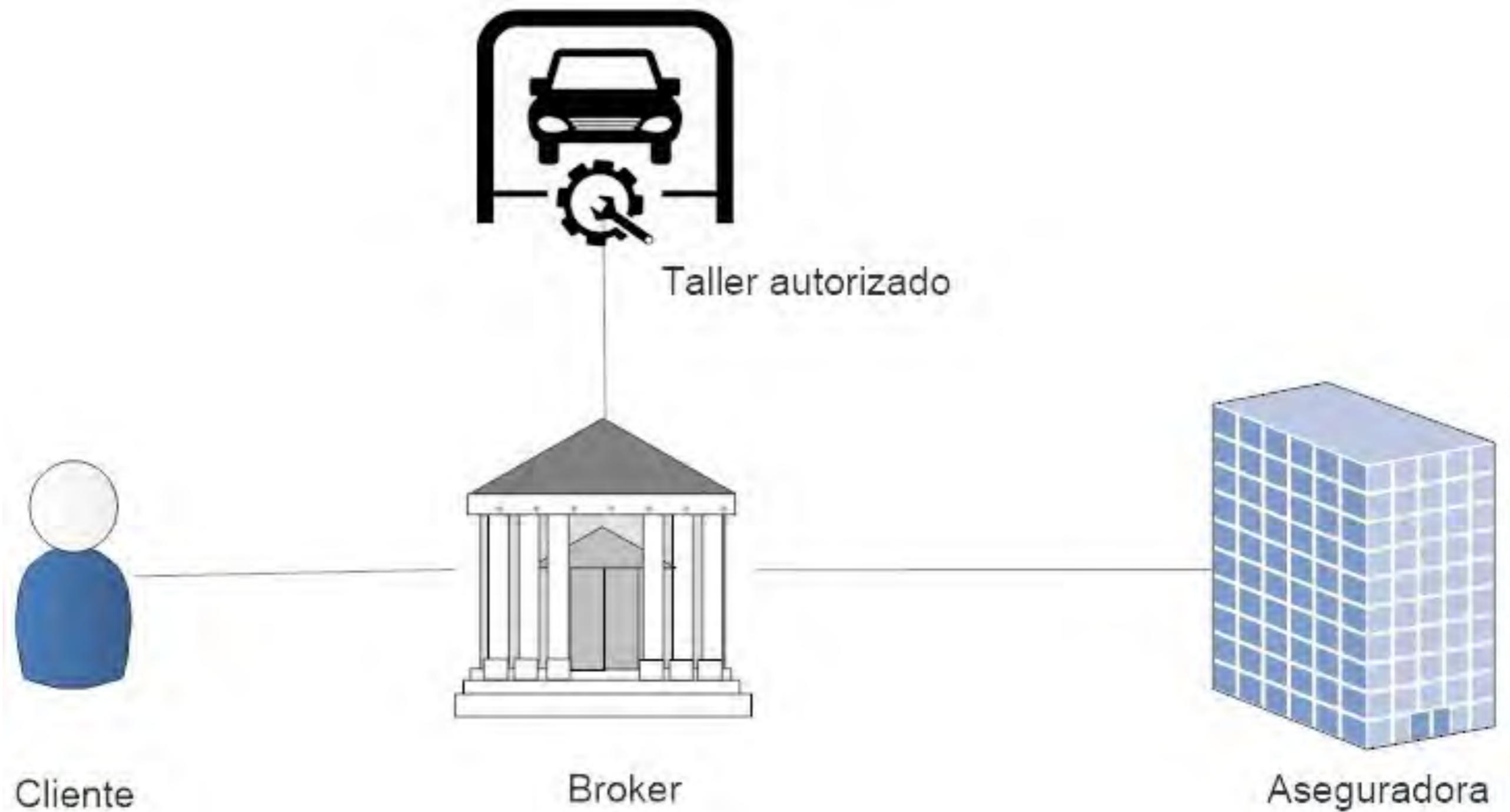
Data Science

- Beneficio económico de haber realizado el proceso (indicadores de reducción de costo y tiempo).

Capital Humano

- Seguimiento a los talleres
- Administración del auto

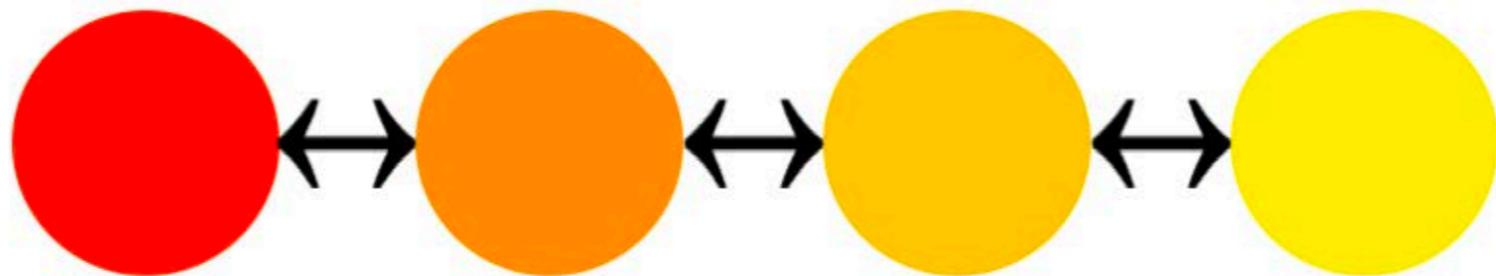
El Broker se Encargará del Trámite



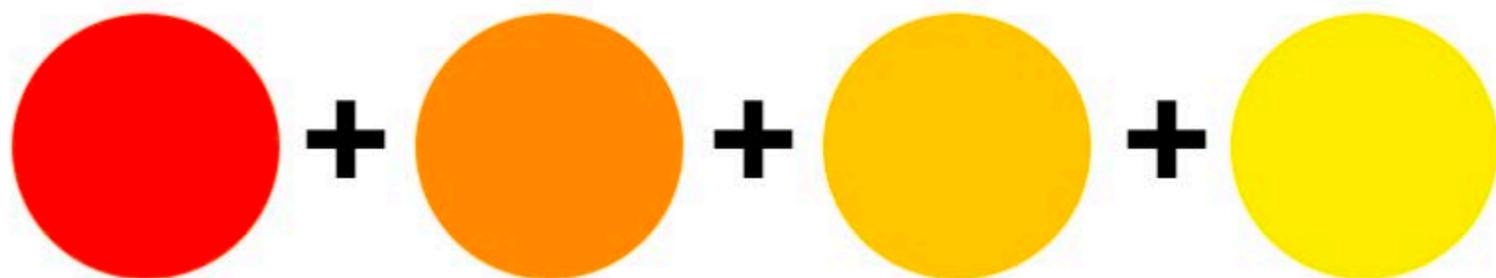
Diferentes Enfoques Colaborativos



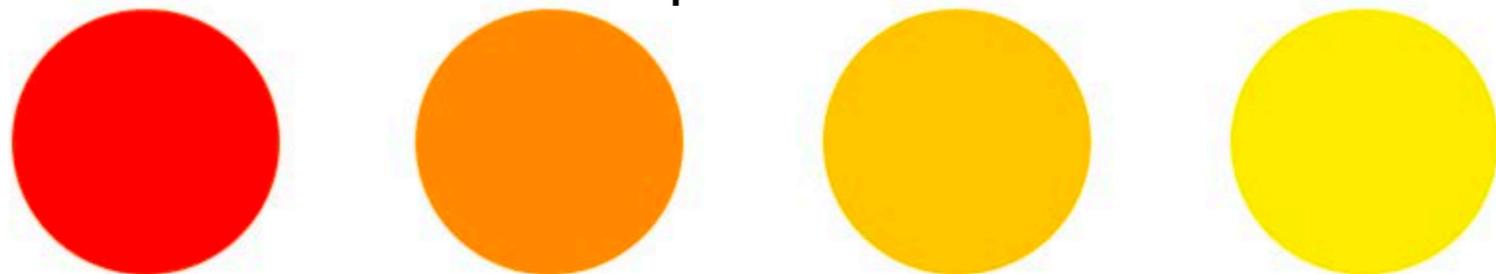
Transdisciplinario - Holístico



Interdisciplinario - Interactivo

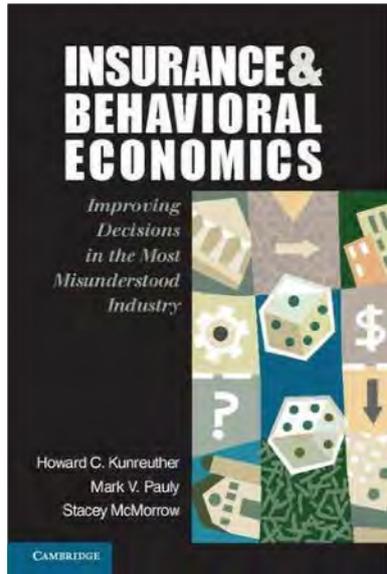


Multidisciplinario - Aditivo

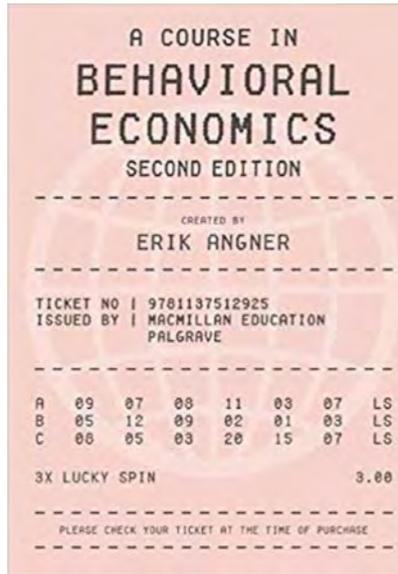


Disciplinario - Silos

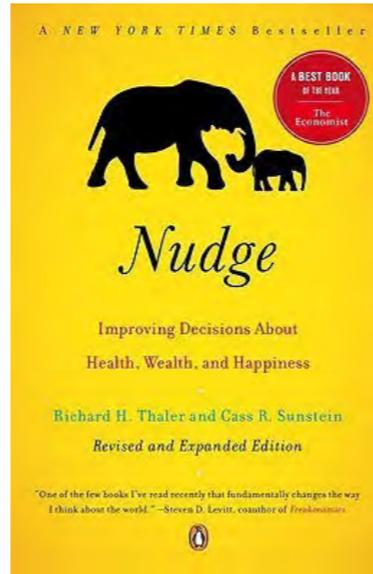
Referencias



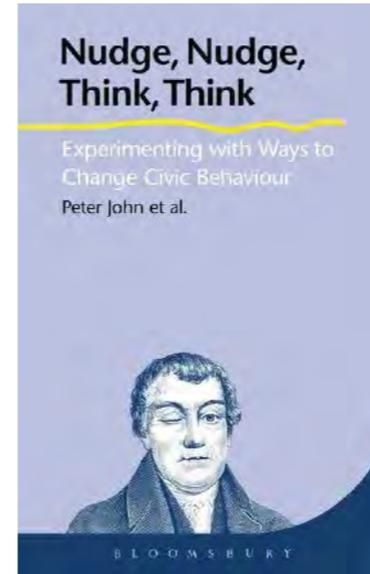
978-0521845724



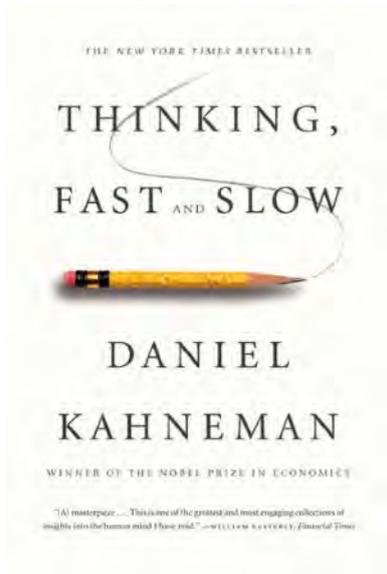
978-1137512925



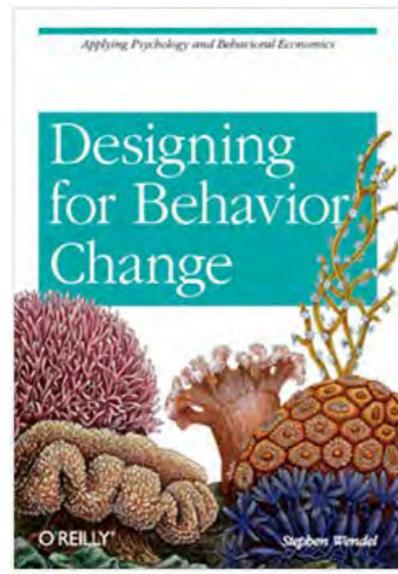
978-0143115267



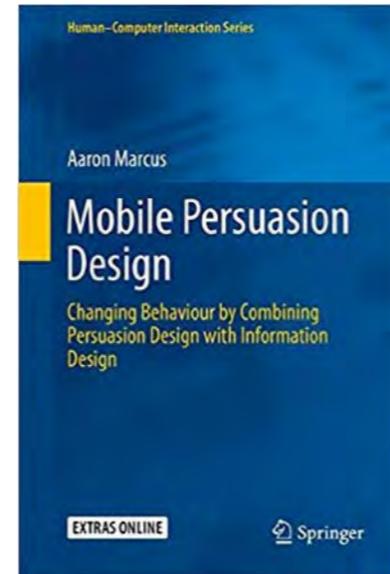
978-1780935553



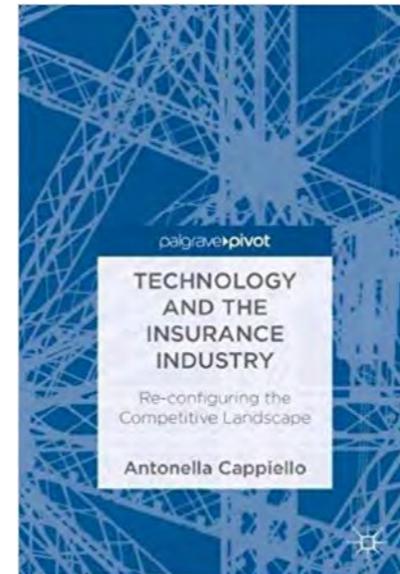
978-0374533557



978-1449367626



978-1447143239



978-3319747118





¿Preguntas? ¿Información adicional?

David Solís

dsolis@apache.org