

INTERVENCIONES NUDGE PARA LA GESTIÓN DE EXPECTATIVAS DEL ALUMNADO

María Victoria Avilés-Blanco; Cinta Rocío Borrero Domínguez; Paula Esperanza Montero Benavides; Manuela Vega-Pascual

Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones (US)

1. INTRODUCCIÓN

Los nudges se definen como “empujoncitos”, ayudas no intervencionistas que ayudan a los individuos a tomar decisiones que mejoran su bienestar, (Thaler and Sunstein, 2009). Los creadores de la Teoría Nudge, Cass Sunstein y el Premio Nobel de Economía, Richard Thaler, definen las políticas que utilizan Nudge como: políticas que alteran el comportamiento individual de manera predecible, sin prohibiciones y sin cambiar de manera significativa los incentivos económicos de cada una de las opciones. Concretamente, en Educación, estos nudges consisten en intervenciones que llevarían a los alumnos a tomar decisiones que mejorarían su rendimiento. En la enseñanza de asignaturas de economía y empresa existe una amplia literatura que sostiene la importancia de la gestión del tiempo para el éxito del proceso (Gleason y Walstad, 1988; Hernández-Pina, García-Sanz, Martínez-Clares, Hervás-Avilés y Maquillón-Sánchez, 2002; García-Ros o Pérez-González, 2011). En este contexto, se creó en 2018 la Red de colaboración “Nudge Unit” para la mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje en asignaturas de Finanzas, que ha realizado diversas intervenciones utilizando herramientas de nudging que han demostrado eficacia en otros países (Damgaard et al, 2018).

2. DIFERENTES EXPERIENCIAS DE LAS INTERVENCIONES

A continuación se describen por separado varias de las intervenciones que se han llevado a cabo para este proyecto. En cada intervención se describe la intervención, grupo de intervención y resultados. Las intervenciones que se plantean en esta propuesta se centran en factores que juegan un papel fundamental en la toma de decisiones sobre la educación de los estudiantes en el corto o en el largo plazo: las preferencias, es decir la aversión al riesgo y la tasa de descuento de eventos futuros, la presencia de puntos de referencia (teoría prospectiva) y/o las políticas que se puedan poner en marcha para ayudar a los estudiantes a tomar decisiones más sencillas, (Koch, Nafziger y Nielsen, 2015), (Lavecchi, Liu y Oreopoulos, 2016), (Levitt et al, 2016). Desde el punto de vista de las políticas públicas estas intervenciones resultan interesantes puesto que producen beneficios y son de muy bajo coste (Madrian y Shea, 2001; Thaler y Benartzi, 2004). Es por esto que las intervenciones de este tipo en el ámbito educativo se han incrementado en los últimos años.

Se han diseñado cuatro tipos de intervenciones:

- 1) intervenciones que pueden inducir a cambios en las tomas de decisiones, de manera activa o pasiva: gamificación, tutoría.
- 2) intervenciones que llevan a cambios en el ambiente decisorio: establecer objetivos, compromiso.
- 3) encuestas sobre expectativas del alumnado.
- 4) encuestas sobre actitud motivacional del alumnado, prevención-promoción.

2.1. Intervención: Fijación de objetivos

Para el grupo único de tercer curso del Doble Grado en Derecho y Finanzas y Contabilidad se estableció como intervención a realizar fijar los objetivos a alcanzar a lo largo del curso en referencia a la asignatura “Planificación Financiera”. El primer día de clase, día de la presentación de la asignatura, la profesora expuso la propuesta que fue recibida con cierta sorpresa por el alumnado. Tal fue la sorpresa que se decidió esperar hasta la siguiente clase para fijar los objetivos, ante la falta de ideas.

Finalmente, los objetivos establecidos fueron:

1. Aprobar la asignatura con una calificación mínima de 6.
2. Hacer ejercicios en clase de la misma dificultad que los ejercicios de examen.
3. Trabajar en clase un amplio número de casos de exámenes de cursos anteriores.
4. Ser proactivos; que las clases sean dinámicas.

Durante todo el curso, estos objetivos estuvieron publicados en el espacio virtual de trabajo del grupo, de manera que cada vez que el alumnado entraba en la plataforma virtual de la asignatura podía verlos.

En dos ocasiones, a lo largo del curso, se pasó un cuestionario al alumnado a través de la herramienta *Google Form*, donde se le planteaban cuestiones relacionadas con el grado de satisfacción de la asignatura y al logro de los objetivos marcados (la intervención nudge). La primera ocasión fue en el mes de noviembre, después de conocerse las calificaciones de la primera prueba parcial del curso, y la segunda en diciembre, coincidiendo con la última semana del curso. En esta fecha, ya se habían realizado las dos pruebas parciales de evaluación del curso y el alumnado conocía su calificación.

La participación en la segunda encuesta es significativamente menor que en la primera como consecuencia de una menor asistencia a clase a final de curso y del abandono de la asignatura por parte del alumnado ante los malos resultados de la primera prueba parcial. El alumnado que más satisfecho se muestra y mejor valora la idoneidad de los objetivos establecidos es aquel que ha asistido con más frecuencia a clase y que ha conseguido superar la asignatura mediante los exámenes parciales.

2.2. Intervención Gamificación

La intervención que se desarrolló en la asignatura Sistemas y Mercados Financieros del segundo curso del Grado Finanzas y Contabilidad estuvo relacionada con la Gamificación, una de las metodologías activas con gran potencial en los últimos años. La experiencia se llevó a cabo en el grupo 2 de dicha asignatura en el curso 2021-2022, tomando como grupo de control el mismo grupo del curso 2022-2023. La propuesta de gamificación consistía en la creación una oficina financiera de una entidad bancaria. La idea principal del juego consistía en formar al alumnado para que desempeñase uno de los cuatro puestos ofrecidos por esa entidad. Para acceder a los diferentes niveles de ocupación, el alumnado debía superar una serie de pruebas sobre los contenidos de la asignatura y cumplir una serie de reglas del juego. Los resultados arrojaron un aumento de la motivación y del rendimiento académico del alumnado. En el grupo experimental aprobaron en la primera convocatoria de examen el 43% de los estudiantes, frente al 36% del grupo de control. Además, los estudiantes participantes pudieron valorar la experiencia de Gamificación a través de un cuestionario final, manifestando en su mayoría una percepción muy positiva de la intervención llevada a cabo.

2.3. Intervención Tutoría por defecto

Esta intervención se ha desarrollado en el Grupo de Finanzas con docencia en inglés del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

El primer día de clase se hizo la presentación de la asignatura y se le indicó al alumnado que tenía asignada una Tutoría “por defecto”. A cada alumno/a de manera aleatoria se le asignó un día, siempre era jueves por la tarde y en la franja horaria de 4 a 7 con intervalos de 15 minutos. Se colgó en el Aula Virtual un listado con el nombre y apellidos del alumno/a y el día y la hora a la que tenía esa tutoría virtual. Se comentó en clase que era una tutoría asignada para que pudieran ir, y que la primera tutoría sería cuando hubiera transcurrido un mes desde el inicio de las clases con el objetivo de que el alumnado tuviera ya un primer contacto con la materia. También se publicó en el Aula Virtual un documento (en inglés) sobre qué es una tutoría con el objetivo de que el alumnado supiera a qué iba a la tutoría. Es decir, no era una reunión donde el profesor va a examinar pero sí se debe estar preparado/a a que la profesora haga preguntas para comprobar el nivel de comprensión de la materia. Una tutoría no es el lugar para contar asuntos personales ni justificar faltas de asistencia o preguntar qué materia entra en el examen o qué tipo de preguntas entraran en el examen. En la tutoría se espera que el alumno/a busque solucionar dudas que se le hayan planteado mientras estudiaba y que no haya sido capaz de resolver por sus propios medios.

Se pidió al alumnado que revisara el documento y se le comunicó que no era necesario confirmar la asistencia a la tutoría, pero sí debían enviar un correo electrónico a la profesora si no iban a hacer uso de la tutoría.

Como resultado se puede destacar que el primer día de tutoría no se conectó nadie. En la siguiente clase se comentó y se recordó, se pidió que cada uno/o revisara la fecha y la hora que tenía asignada. En la siguiente semana, la primera alumna que se conectó me comunicó que tenía varias preguntas y comentarios del resto de alumnos/as que le habían pedido que me las transmitiera de su parte. Me comentó asuntos sobre las clases, tenía que poner más ejemplos, hablar más alto...etc. En ningún momento se hizo referencia a la materia del curso. Sólo se preguntó por el tipo de examen.

A esta alumna se le contestaron esas cuestiones y se le informó, de nuevo, de que el objetivo de la tutoría es otro.

A lo largo del curso pasaron las semanas y no se conectaban muchos alumnos/as, pero al acercarse el primer parcial se incrementó el uso de estas tutorías para aclarar dudas sobre los ejercicios y sobre el temario.

Lo que sí quedó claro es que estas tutorías se tomaron como una oportunidad colectiva, es decir, si alguien tenía alguna duda pedía a quién tuviera tutoría virtual esa semana para que la preguntara. De hecho, sin ningún problema, quien asistía a tutoría solía incluir al final una duda de “un compañero/a que me ha pedido que se la pregunte”. Considero que el resultado no ha sido el esperado porque no ha habido la afluencia necesaria para considerar que haya tenido algún impacto en la adherencia o el desempeño del alumnado. En el futuro se planteará de una manera más visible, quizás enviando un correo electrónico y se hará hincapié en que es una tutoría de uso individual.

2.4. Intervención: Encuesta sobre promoción-prevención del alumnado

Los estudiantes, en función de su orientación, se clasifican en promoción y prevención. Los primeros desarrollan el proceso de aprendizaje guiados por una motivación endógena, mientras que los segundos desarrollan este proceso empujados por las presiones competitivas. Además, la tendencia motivacional condiciona la atención que se dedica a los estímulos de enseñanza recibidos. En esta investigación nos centramos en el papel de la motivación del alumnado en el proceso de aprendizaje. Para ello recurrimos a la Regulatory Focus Theory de Higgins (1998) que aborda el estudio de las tendencias motivacionales que condicionan el comportamiento individual y que resulta de aplicación en una amplia variedad de líneas de investigación, entre ellas las decisiones estratégicas. En esta intervención se propone analizar a través de una encuesta, la base motivacional del alumnado con el objetivo de realizar propuestas de mejora en los procesos de enseñanza y de evaluación adecuados a las características del alumnado.

2.5. Intervención: Encuesta sobre expectativas

En el curso 2022/2023 en la asignatura de Finanzas, de segundo curso y cuatrimestre del Doble Grado en Ade y Derecho, se planteó un breve cuestionario inicial en el que se

trataba de analizar las expectativas previas que tenían los estudiantes respecto a esta asignatura. Para ello, se les solicitó que contestaran de manera anónima 3 cuestiones, pero que marcaran de alguna manera su folio con las respuestas (a través de un símbolo, dibujo, firma...) que les permitiera identificar dicho folio una vez finalizado el cuatrimestre, con objeto de que volvieran a responder las cuestiones una vez impartida la materia. De esta manera el estudiante se sentía libre para responder las cuestiones al inicio y al final del curso, sin ser identificados por el docente.

El objetivo era analizar en qué medida las expectativas que tenían al principio del curso se habían o no cumplido al final de este. Esta sencilla actuación permite llevar a cabo actuaciones de mejora en el enfoque, la organización y el desarrollo de la asignatura para cursos posteriores trabajando con las expectativas del alumnado, tratando en la medida de lo posible, cumplirlas.

CONCLUSIONES

En este estudio se han descrito intervenciones nudges realizadas en el proyecto, como último análisis se podrían identificar estas intervenciones como:

a) No-educativas: Nudges cuyo objetivo es incidir en los sesgos de comportamiento con cambios en el ambiente decisorio. Estos cambios afectarán en la toma de decisiones sin cambiar de forma activa el ámbito de la toma de decisiones.

Una vez que se han marcado los objetivos y/o el compromiso, estos se convierten en puntos de referencia que pueden motivar a los estudiantes para evitar el coste psicológico de no lograrlos. Por lo tanto, pedir a los estudiantes establecer objetivos concretos para la asignatura o para la realización de un trabajo en concreto, o firmar un compromiso, puede ayudar a solventar problemas de autocontrol. Estas intervenciones de nudging buscan llevar a los individuos a comportarse de manera que logren sus objetivos.

Existen efectos a corto plazo del uso de recordatorios y podrían tener el mismo efecto que intervenciones de coaching educacional. Este tipo de intervenciones pretenden variar el comportamiento de los estudiantes en situaciones específicas donde, de otra manera, no lograrían hacerlo de manera efectiva y auto reguladora. Con este tipo de intervenciones se altera el ambiente decisorio al imponer de manera exógena el uso de herramientas de decisión que el estudiante posee, es decir, que ya están disponibles (el alumno puede autorregularse); de manera que se varíe el comportamiento a través de la toma de decisiones, de manera activa o pasiva.

b) Educativas: nudges que se espera mejoren la toma de decisión sobre el uso del tiempo y los recursos por parte de los estudiantes a través de información o asistencia básica en el ambiente decisorio. La falta de atención puede hacer que los estudiantes tomen decisiones sin tener en cuenta la información disponible o sin conocer datos relevantes que

pueden determinar su comportamiento. Incluso si la información es pública y accesible para ellos/as. Por lo tanto, haciendo más visible información o datos relevantes, o motivando la asistencia a tutorías asignando tutorías por defecto, se puede reducir la falta de atención y otras barreras de comportamiento.

REFERENCIAS

- Damgaard, M.T., & Nielsen, H.S. (2018) Nudging in Education. *Economics of Education Review*, 64, 313-342. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2018.03.008>
- Gleason, J.P., & Walstad, W.B. (1988) An Empirical Test of an Inventory Model of Student Study Time. *Journal of Economic Education*, 19 (4) 315-21.
DOI:10.1080/00220485.1988.10845279
- Hernández-Pina, F., García-Sanz, M.P., Martínez-Clares, P., Hervás-Avilés, R. & Maquillón Sánchez, J. (2002). Consistencia entre motivos y estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios. *Revista de Investigación Educativa*, 20(2), 487-510.
<https://revistas.um.es/rie/article/view/99031>
- Higgins, E.T. (1998). Promotion and Prevention: Regulatory Focus as A Motivational Principle. In Zanna, M.P. (Eds.) *Advances in Experimental Social Psychology*, (pp 1-46) Vol. 30, Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60381-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60381-0).
- Koch, A.K., Nafziger, J., & Skyt Nielsen, H. (2015). Behavioral economics of education. *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 115, pp. 3-17.
- Lavecchia, A., Liu, H., & Oreopoulos, P. (2016) Behavioral economics of education: progress and possibilities. In E.A. Hanushek, S. Machin, L. Woessmann (Eds.), *Handbook of the Economics of Education*, (pp. 1-74) Vol. 5, Elsevier. [10.1016/B978-0-444-63459-7.00001-4](https://doi.org/10.1016/B978-0-444-63459-7.00001-4)
- Levitt, S.D., List, J.A., & Sadoff, S. (2016). The effect of performance-based incentives on educational achievement: evidence from a randomized experiment. *NBER Working Paper* 22107. <http://www.nber.org/papers/w22107>
- Madrian, B. C., & Shea, D. F. (2001). The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1149–1187.
<http://www.jstor.org/stable/2696456>
- Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*, 112(S1), S164–S187.
<https://doi.org/10.1086/380085>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. (2009). *Nudging. Improving decisions about health, wealth and happiness*. Londres: Penguin Books.