

**ANÁLISIS DE LOS NUDGE PARA LA CREACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA
CIUDAD DE ARMENIA, QUINDÍO 2019-2024**

WILSON FRANCISCO HERRERA OSORIO

Trabajo de grado como requisito para optar al título de Magister en Derecho

Director

DIEGO ALEJANDRO MUÑOZ CORREA

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

MAESTRÍA EN DERECHO

MANIZALES – CALDAS

2024

TABLA DE CONTENIDO

1.	Resumen ejecutivo _____	5
2.	Pertinencia _____	6
3.	Planteamiento de la pregunta o problema de investigación _____	7
4.	Marco teórico _____	8
4.1	Paternalismo _____	9
4.2	Teoría de los nudge _____	15
4.3	El daño legítimo y los nudge _____	20
5.	Objetivos _____	23
5.1	Objetivo general _____	23
5.2	Objetivos específicos _____	24
6.	Metodología propuesta _____	25
6.1	Enfoque estudio _____	26
7.	Resultados esperados _____	27
8.	Impactos esperados _____	27
9.	Cronograma de actividades _____	28
10.	Objetivo 1. Identificar los nudge <i>más</i> empleados en la población para la toma de decisiones asociadas a la salud, el medio ambiente y la conducta ciudadana _____	32
10.1	Salud (recetas de antibióticos) _____	33
10.2	Nudge y salud (donación de órganos) _____	34
10.3	Nudge y salud (desinformación acerca del COVID-19) _____	34
10.4	Nudge y el ahorro para una pensión _____	36
10.5	Nudge y alimentación _____	36
10.6	Nudge y transporte público _____	38
10.7	Nudges y eficiencia energética _____	39
10.8	Nudge y ética _____	41
10.9	Nudge y comportamiento ciudadano _____	42
10.10	Nudge sociales _____	43
11.	Objetivo 2. Determinar la percepción de los expertos del municipio de armenia, acerca de la implementación de los nudges _____	54
12.	Objetivo 3. Establecer cuáles nudges asociados a las temáticas de ciudadanía, salud y medio ambiente que pueden ser considerados como herramientas en las políticas públicas _____	63

12.1	Combatir la obesidad	63
12.2	Medioambiente	65
12.3	Salud pública	67
12.4	Infancia	69
13.	Conclusiones	72
	Referencias	74

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de Actividades _____	29
Tabla 2. Taxonomía de técnicas de arquitectura de elección con ejemplos de implementación. _____	33
Tabla 3. Matriz de categorización de nudge _____	44
Tabla 4. Perfil de encuestados por grado de escolaridad y estado civil _____	54
Tabla 5. Perfil de encuestados por grado de género y si tiene hijos _____	55
Tabla 6. ¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? - Gustavo Francisco Petro Urrego _____	55
Tabla 7. ¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Paloma Susana Valencia Laserna _____	56
Tabla 8. ¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Luvi Katherine Miranda Peña _____	57
Tabla 9. ¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – María Fernanda Cabal _____	58
Tabla 10. ¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Ariel Ávila _____	58
Tabla 11. ¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Roy Barreras _____	59
Tabla 12. Comparaciones entre grupos de encuestados _____	60
Tabla 13. Percepción del término Nudge según el grupo de escolaridad} _____	61

1. RESUMEN EJECUTIVO

La investigación pretende exponer la teoría de los *nudge* como un factor relevante desde la perspectiva de la filosofía del derecho y la filosofía política. Actualmente, la temática se ha presentado como facilitadora en la construcción de la política pública mediante la aplicación de la economía del comportamiento, una discusión centrada en cuestiones empíricas y conceptuales. Las interposiciones presentadas mediante los *nudge*, inquietan en primera instancia por la libertad de elección, pero desde otra perspectiva, conducen a los individuos a ciertas consideraciones; controversial para algunos, que exponen una transgresión hacia el individuo ya que se impone un elemento de decisión que socava la capacidad de deliberación o que por este mecanismo pueda existir una manipulación.

Por lo anterior, el trabajo desarrollará un proceso sistémico que conlleva a una interpretación eficaz de la aplicación de la teoría de los *nudge* hacia la construcción de la política pública concerniente a la economía del comportamiento. En su fase inicial, la investigación realizará una búsqueda en bases de datos *Taylor & Francis*, *Science Direct* y *Scopus*, así como otro tipo de documentos (información secundaria) que hayan sido usados en problemáticas similares. Posteriormente, se realizará una selección de los representantes a nivel de institución de Armenia, es decir, personas que se puedan clasificar como expertos debido al conocimiento en políticas públicas y experiencia sobre toma de decisiones a nivel de planeación; finalmente, se pretende establecer dónde podrían ser empleados los *nudges*, con base en la información planteada en el Plan de desarrollo municipal de Armenia y según sean los cambios asociados a la forma de presentar la información, el entorno físico y las opciones ofrecidas por defecto y su relevancia, además, del uso de las normas sociales.

Así que, la investigación presenta un enfoque de estudio mixto donde la recolección de datos servirá en la comprobación de hipótesis con base en la medición numérica; con método descriptivo ya que este intenta recopilar información cuantificable para ser empleada en el análisis estadístico de la muestra; la población estará determinada por personas con incidencia en la toma de decisiones de las políticas públicas de Armenia, Quindío; las técnicas de recolección de información suscitan de encuestas, revisión de literatura académica, reportes gubernamentales y plan de desarrollo. Finalmente, la técnica de análisis estará sometida a estadísticas Excel y Statgraphics.

Por último, la investigación desea obtener como resultado un instrumento que exhiba la interpretación de la aplicación de la teoría de los *nudge* en el consumo de la población seleccionada y como esta puede construir políticas públicas mediante la concepción de la economía del consumo.

2. PERTINENCIA

Teniendo en cuenta la prospectiva de la universidad de Manizales en cuanto a la investigación en el área de postgrados, es importante resaltar que el análisis de los *nudge* como instrumento para la creación de políticas públicas en la ciudad de Armenia, Quindío, es innovador y responde a necesidades de la sociedad en términos de elección del individuo. Por consiguiente, la presente investigación se encuentra articulada al subprograma de investigación (Sistemas jurídicos) ya que esta deriva desde la perspectiva de la filosofía del derecho con direccionamiento a la generación de política pública; además, este trabajo, podría vincularse al grupo de investigación (Derecho y sociedad).

3. PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA O PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Pregunta de investigación: ¿Cuál es la pertinencia de la implementación de los *nudge* para la creación de políticas públicas en el municipio de Armenia (Quindío) 2019-2024?

En los últimos años se ha debatido sobre los usos de la economía del comportamiento para su aplicación en políticas públicas, la discusión se ha centrado en cuestiones empíricas, conceptuales y éticas, pero ¿Qué piensan realmente los ciudadanos acerca de las políticas basadas en el comportamiento? actualmente, muchos gobiernos han implementado políticas basadas en el comportamiento, enfocándose en los *nudge*; estos, han sido aplicados en especial en gobiernos del ámbito anglosajón.

Las intervenciones que se hacen por medio de los *nudge* se preocupan primero por la libertad de elección, pero, por otro lado, guían a las personas en ciertas direcciones; algo controversial para algunos teóricos que manifiestan que se está vulnerando la dignidad del individuo porque se le está constriñendo su capacidad de deliberación o que por medio de este tipo de herramientas puede existir un tipo de manipulación. Sin embargo, los que se encuentran de acuerdo con los *nudge* exponen la ventaja de esta teoría en ejemplos tan sencillos como: un recordatorio en un calendario es un *nudge*, una advertencia a los ciudadanos es un *nudge*, información acerca de productos altos en sodio es un *nudge*, entre otros. Por tanto, la intención de los creadores del *nudge* (Cass Sustein y Richard Thaler) es hacer que la vida sea más simple para los ciudadanos.

Así que, como existe evidencia de que en otros países los *nudge* han recibido una percepción más favorable (Sunstein, 2016), es importante conocer más acerca de cómo son esas percepciones en Colombia. Teniendo presente que hay pocos estudios sobre este tema en el ámbito nacional y local. Por ello, pensando en el contexto colombiano, es fundamental conocer lo que consideran algunas personas que pueden incidir en la creación de políticas públicas y si ven como una buena opción la utilización de los *nudge* en Colombia.

4. MARCO TEÓRICO

Lo que se encontrará en esta investigación es una dilucidación acerca de la teoría de los *nudge*, algunas controversias respecto de la teoría y mostrar que esas preocupaciones no son tan fuertes para desestimar la propuesta de Cass Sunstein y Richard Thaler. Añadiendo la relevancia de trabajar un tema actual de filosofía del derecho y filosofía política, pues es uno de los temas que más se están trabajando y publicando en las revistas anglosajonas (Scimagojr, 2022). La investigación parte de una rama de la filosofía del derecho como lo es el pragmatismo jurídico norteamericano, el cual propone que las propuestas metodológicas jurídicas puedan ser llevadas a la práctica y no solo queden en un ámbito teórico como ha sucedido con algunas corrientes jurídicas. Así que, los norteamericanos proponen que la filosofía y el derecho deben apoyarse de otras ramas del saber para poder dar cuenta de los fenómenos de un modo más preciso, eficaz y útil, para el caso de la teoría del *nudge* hay una influencia clara de la psicología conductual y la economía.

De acuerdo con lo enunciado en el anterior párrafo, el proyecto está al tanto de discusiones actuales en el saber de la filosofía del derecho, ya que en muchos casos la academia local está preocupada

por temas superados en el ámbito internacional. De este modo, se encontrará el lector primero, con una exposición acerca del paternalismo porque es un concepto base para la teoría de los nudge.

Segundo, se presenta la propuesta de Cass Sunstein y Richard Thaler. Tercero, se indaga un poco en la preocupación de autores como Stuart Mill acerca de la intromisión de las propuestas políticas paternalistas, debido a que hay autores que consideran que la intromisión del Estado en temas como las decisiones de los individuos son un poco dañinas debido a que vulneran la libertad de los ciudadanos.

4.1 Paternalismo

El paternalismo libertario influye en las decisiones que afectan el bienestar de los individuos. Como llamado de atención al lector se resalta que este tipo de teorías anglosajonas buscan la necesidad de llevarlas a la práctica, por tanto, la intención no es proponer una teoría universal sino todo lo contrario, una propuesta a particularidades como son los Estados democráticos y liberales. El Estado orienta las decisiones de las personas con el fin de que mejoren su bienestar. De este modo, se entiende por paternalismo la injerencia en la libertad de acción de una persona justificada por razones referidas exclusivamente al bienestar, bien, felicidad, necesidades, intereses o valores de la persona coaccionada.

El paternalismo debido a sus propiedades normativas, más típicamente la afirmación de que el paternalismo es siempre incorrecto o, de manera muy similar, que el hecho de que una acción involucre paternalismo es siempre una razón de juzgarlo como malo. Sin embargo, se puede o no definir el paternalismo en términos normativos; es decir, las definiciones normativas pueden

permitir que estos términos se especifiquen por lo que es exactamente, supuestamente, incorrecto con el paternalismo.

La ciencia cognitiva ha demostrado que los individuos toman decisiones muy malas; decisiones que se hubieran tomado si hubieran dispuesto de toda la información, capacidades cognitivas y un autocontrol absoluto. Por ello, se intenta orientar a decisiones que mejoran sus vidas y esos son los nudges (Tafur, 2021). Cass Sunstein, en su libro *Paternalismo Libertario* (2017), manifiesta que el paternalismo provoca ciertas emociones, en especial por aquellos seguidores de Mill de su principio de libertad, ya que consideran que los individuos deben tener la libertad de actuar como les parezca, e incluso a costa de que esas decisiones les genere un perjuicio. Aunque se puede considerar que se están refiriendo a un tipo de paternalismo que es más agresivo (en los siguientes párrafos se aclara esto).

El principio de libertad es tomado porque consideran que cada ser humano es el único que conoce sus propios gustos y por ende tomará las mejores decisiones para satisfacerlos. Pero, esto parece ser una simple intuición, ya que datos empíricos que demuestren que en realidad lo anterior suceda son pocos. La propuesta contemporánea de filósofos anglosajones es documentarse en datos para así dar propuestas teóricas porque lo que han percibido es que la filosofía especula demasiado y sus premisas en muchos casos, no corresponden con la realidad. Es decir, la filosofía propone algo, pero el mundo no se comporta de esa manera: una cosa son los hechos y otra la teoría.

Otros autores, como George Herbert en su libro *la conducta humana*, plantea que los individuos dan forma a su comportamiento en pro de los significados que presentan los objetos y no de manera

específica, a responder a estímulos. Es decir, el ser humano es un actor y para su perspectiva de acción, toda actividad significativa es una actividad social (Herbert, 2004). Por tanto, esta visión de desarrollo social se fundamenta en la importancia del rol desempeñado en la interpretación, que genera una condición de autoreflexión que permite al individuo considerarse un objeto de sus propios actos.

Adicionalmente, Herbert estima que el ser humano plantea varios escenarios que observa y de allí, estructura un comportamiento sobre cómo interpreta las situaciones; en consideración, mientras que la actividad humana se edifica en un marco temporal y espacial concreto, este se lleva a cabo mediante la autorreflexión y atención a los puntos de vista y prácticas de otros. Esta dinámica se manifiesta en todas las esferas de la acción humana, ya sea al tomar un sorbo de agua de un dispensador en presencia de otras personas (como uno de sus ejemplos paradigmáticos) o al involucrarse en la creación de un acuerdo de paz de alcance internacional (Herbert, 2004).

Por lo general, la libertad se entiende como la disponibilidad de una gama adecuada de opciones. La limitación de la libertad puede entenderse entonces como la restricción de este rango mediante la exclusión de algunas alternativas. Esta visión encaja bien con casos típicos de paternalismo como la prohibición de ciertas actividades, por ejemplo, el uso recreativo de drogas o conducir sin cinturón de seguridad. Sin embargo, el punto de vista parecería excluir otros casos típicos, como el asesinato misericordioso y el tratamiento de una persona inconsciente en conflicto con sus preferencias o valores, por ejemplo, por transfusión de sangre a un testigo de Jehová inconsciente (cuya religión prohíbe tales procedimientos). Si se entiende la limitación de la libertad como una

disminución de las opciones, se debe aceptar que tales acciones no son paternalistas o acomodarlas ampliando de alguna manera el significado de elección.

Para este caso, el paternalismo es pertinente porque lo que evidencia la psicología y la economía conductual es que los ciudadanos son impulsivos y precisamente por esos impulsos toman decisiones que afectan su salud y su vida social (esto lo explica Daniel Kahneman en *Pensar rápido, pensar despacio*). Ejemplo, comer demasiadas calorías, fumar, ingerir mucho licor, endeudarse por artefactos innecesarios, etc. Por tanto, la necesidad del Estado paternalista y agregando que los estudios conductuales aumentan la necesidad de un Estado que intervenga en las decisiones con el fin de garantizar el bienestar de los ciudadanos.

Lo que plantea el paternalismo libertario es que las malas decisiones se dan porque los individuos han asumido un contexto social que cuestiona poco: tan sencillo como comprar comida en la cafetería, elegir una hipoteca o solicitar un crédito para un vehículo. Aunque se debe matizar que hay variedades del paternalismo: uno respetará los fines de los individuos (paternalismo libertario) y el otro altera la elección de los fines de los individuos (paternalismo agresivo). Esto se explica que para los primeros el Estado brindará medios para que la gente tome buenas decisiones, como podría ser ahorrar el dinero. En el otro, el Estado prohibiría ciertas cosas como poder solo sacar un préstamo por ciudadano.

Este es un tema especialmente importante para valorar el paternalismo porque a los empleados del gobierno con frecuencia les preocupa el hecho de que la gente disfruta de beneficios a corto plazo (fumar, gastar o comer en exceso) a costa de un daño a largo plazo. Los econs dan la debida

consideración al largo plazo, pero los humanos bien pueden ignorarla y, cuando lo hacen, quizá tengamos una oportunidad para el paternalismo. [...] las personas podrían preferir comer una gran cena, fumar, enfadarse, gastar, beber, procrastinar o apostar. El resultado de esas elecciones podría tener efectos dañinos graves en un tiempo 2 haciendo que su vida fuese peor. (Sunstein, p. 35).

Gerald Dworkin (1971) enumera varios ejemplos de legislación paternalistas, argumenta que Mill utilizó implícitamente dos tipos de argumentos: uno utilitario y el otro basado en el valor absoluto de la libre elección. El argumento utilitarista, sin embargo, puede establecer solo una presunción, pero no una prohibición absoluta contra la interferencia con la elección personal. E incluso, el segundo tipo de argumento permite ciertos tipos de paternalismo. Por ejemplo, la siguiente es una lista que considera Dworkin (1971) como tipos de interferencias paternalistas:

- Leyes que exigen que los motociclistas usen cascos de seguridad.
- Leyes que prohíben nadar en una playa pública cuando los salvavidas no están de servicio.
- Leyes que hacen ilegal que mujeres y niños trabajen en ciertos tipos de trabajos.
- Leyes que regulan el uso de ciertas drogas que pueden tener consecuencias nocivas para el usuario, pero que no dan lugar a conductas antisociales.
- Leyes que exigen una licencia para ejercer ciertas profesiones con aquellos que no reciben una licencia sujetos a una multa o pena de cárcel si se dedican a la práctica.

- Leyes que obligan a las personas a gastar una fracción específica de sus ingresos en la compra de anualidades de jubilación (Seguro Social).
- Leyes que prohíben diversas formas de juego (a menudo justificadas con el argumento de que es más probable que los pobres desperdicien su dinero en tales actividades que los ricos que pueden permitírselo).
- Leyes que regulan las tasas máximas de interés para los préstamos.

En todos los casos de legislación paternalista debe haber pruebas para demostrar la naturaleza exacta de los efectos nocivos (o consecuencias beneficiosas) a evitar (o lograr) y la probabilidad de que ocurran. Que las autoridades prueben significa que les corresponde a ellas plantear la cuestión y aportar evidencias de los males a evitar. A diferencia del caso de las drogas nuevas, donde el fabricante debe presentar alguna evidencia de que la droga ha sido probada y se ha encontrado que no es dañina, ningún ciudadano tiene que demostrar con respecto a la conducta egoísta que no es dañina o promueve su mejor interés. Además, la naturaleza y contundencia de la evidencia de la nocividad del curso de acción debe establecerse en un nivel alto. Parafraseando una formulación de la carga de la prueba en los procesos penales, es mejor que diez hombres se arruinen a que uno sea privado injustamente de la libertad (Dworkin, 1971).

Varios filósofos afirman que el paternalismo tiene más que ver con las razones que con las acciones. Señalan el hecho de que puede haber múltiples fundamentos para cualquier acción dada, lo que dificulta decir cuándo una acción está motivada o justificada por la protección o promoción del bien de una persona. Por ejemplo, una razón para prohibir conducir ebrio es que reducirá los riesgos

para los conductores ebrios, una lógica típicamente paternalista. Sin embargo, otra razón importante para esa política es que reducirá los riesgos para otros usuarios de la vía, una lógica típicamente no paternalista. Por lo tanto, puede ser difícil saber si la política como tal es paternalista (Grill, 2017).

4.2 Teoría de los nudge

Richard Thaler y Cass Sunstein (2009) en su propuesta del Nudge ofrecen una solución al dilema del autocontrol, así como a los problemas causados por sus parientes cercanos, los sesgos en la toma de decisiones y la influencia social. Argumentan que en realidad se pueden utilizar estos peligros potenciales, fomentando así mejores decisiones individuales y mejorando el bienestar de la sociedad en su conjunto. Sunstein y Thaler (2009) primero introducen el concepto de arquitecto de las elecciones, esto quiere decir que es una persona responsable de organizar el contexto en el que la sociedad toma decisiones; por ejemplo, un médico que describe diferentes tratamientos para un paciente. El contexto de la decisión es la arquitectura de elección y resulta que aspectos aparentemente menores, como el orden en que se ofrecen las opciones, pueden tener un gran impacto en el comportamiento de las personas. Los autores argumentan que los arquitectos de elección deberían, por lo tanto, diseñar el contexto de elección de manera inteligente e incorporar nudge para ayudar a las personas a tomar la mejor decisión. Su propuesta, el paternalismo libertario, busca aumentar la libertad de elección, pero al mismo tiempo reconocer la legitimidad de influir en el comportamiento de las personas para mejorar sus vidas.

En todo el mundo, las naciones se han interesado mucho en los nudge. Para tomar dos ejemplos, el Reino Unido tiene un Equipo de Perspectivas del Comportamiento (a veces llamado "Unidad de Nudge"), y los Estados Unidos tienen un Equipo de Ciencias Sociales y del Comportamiento de la

Casa Blanca. El creciente interés en los nudges se deriva del hecho de que generalmente imponen costos bajos (o nulos), porque a veces brindan resultados rápidos (incluidos ahorros económicos significativos), porque mantienen la libertad y porque pueden ser altamente efectivos. En algunos casos, los nudges tienen un mayor impacto que las herramientas más costosas y coercitivas. Por ejemplo, las reglas predeterminadas (Sunstein, 2014).

La arquitectura de la decisión trata de crear nudges (empujones) que tienen más probabilidades de beneficiar a las personas y menos probabilidades de dañarlas. El arquitecto de la decisión diseña los entornos de elección y luego diseña los nudges que, de modo sutil, o no tan sutil, lo empujan hacia la elección que es buena para el individuo. Un empujón debe ayudar a tomar la decisión correcta cuando tomar una decisión es difícil para la mayoría de las personas. Para hacerlo, un arquitecto de decisiones debe tener una buena comprensión de cómo se comportan las personas. Los humanos cometen errores y cometen errores todo el tiempo. Un arquitecto de la decisión debe tener en cuenta este hecho y asegurarse de que se construyan nudges para ayudar a las personas a evitar cometer tales errores. Desde una perspectiva pragmática, John Dewey, manifiesta que:

La deliberación es un experimento para averiguar cómo son en realidad las diversas líneas de acción posibles, y también para hacer diversas combinaciones entre elementos seleccionados de los hábitos e impulsos, con objeto de ver cómo sería la acción resultante si se la emprendiera. Pero la prueba se hace en la imaginación, no en el hecho real. Se continúa el experimento con ensayos tentativos mentales que no afectan a las realidades físicas externas al cuerpo. (Dewey, 2014, p. 141 - 142).

Algunas políticas adoptan la forma de mandatos y prohibiciones. Por ejemplo, la ley penal prohíbe el robo y el asalto. Otras políticas adoptan la forma de incentivos económicos (incluidos los desincentivos), como subsidios para combustibles renovables, tarifas por participar en ciertas actividades o impuestos sobre la gasolina y los productos del tabaco. Otras políticas más toman la forma de nudge: enfoques de preservación de la libertad que dirigen a las personas en direcciones particulares, pero que también les permiten seguir su propio camino. En los últimos años, tanto las instituciones públicas como las privadas han mostrado un interés creciente en el uso de los nudge porque, por lo general, cuestan poco y tienen el potencial de promover objetivos económicos y de otro tipo (incluida la salud pública) (Sunstein, 2014).

Los nudge cambian ciertos contextos para que los ciudadanos sean persuadidos y tomen decisiones en algunos comportamientos (Thaler & Sunstein, 2009). Esta teoría ha sido implementada por los países anglosajones, incluso Cass Sunstein fue asesor de Barack Obama e implementó esta teoría en varios contextos para modificar la decisión de los ciudadanos; todo esto apoyado de la psicología cognitiva. (Sunstein, 2017). Esto último es relevante, porque los que evidenciaron, con base en los estudios de Daniel Kahneman, es que los individuos no son tan racionales como lo propone la modernidad, sino que es irracional y precisamente eso se evidencia en la toma de sus decisiones cotidianas (alimentación, prestamos, seguros de vida, modo de conducción, entre otros). Por ejemplo, se ha descubierto una tendencia de los seres humanos a escoger la primera opción del menú. Con el fin de lograr un mayor consumo de alimentos sanos, un nudge consistiría en poner deliberadamente opciones saludables en los primeros lugares de las cartas de los restaurantes, antes que obligar a la gente a comer más ensalada por medios coercitivos.

La arquitectura de las decisiones, que proponen Sunstein y Thaler, plantea una mejora en las elecciones, pues explota la capacidad mental y evita sesgos en la toma de decisiones, aunque la preocupación de alguno es si los nudge trata a los individuos como ignorantes y no seres racionales. Pero, lo que se puede argumentar a filósofos como Waldron es que la teoría de los nudge aumenta la capacidad racional por guiar hacia las mejores decisiones y eso no quiere decir que exista un irrespeto con respecto a la racionalidad individual. En síntesis, el repudio al nudge es que consideran como indigno que se perciba a los individuos como irracionales, de hecho, autores como Schmidt (2019) manifiestan que es errónea porque los procedimientos de toma de decisiones de un agente son racionales en algún entorno de toma de decisiones en la medida en que, dado el estado psicológico del agente, capacidades y tendencias, son que procedimientos les ayudan a lograr sus fines de manera confiable en ese entorno.

Para crear los nudge se debe confiar en la evidencia y no en las intuiciones. Estos deben basarse en un trabajo positivo de verificación, como lo ha realizado la ciencia conductual como lo es la economía del comportamiento las pruebas empíricas, incluidos los ensayos controlados aleatorios son indispensables. Lo anterior, es relevante debido a que en algunas ocasiones esa evidencia empírica dilucidará si los cambios en los contextos realizados por el arquitecto funcionan o se deben adaptar de otro modo para que los ciudadanos tomen sus decisiones porque el objetivo de la teoría de los nudge es que la vida de los individuos sea un poco más sencilla o segura. Esto se evidencia en elementos como las señales de tránsito, la divulgación de información relacionada con las finanzas o, por ejemplo, la Ley de la comida chatarra que exige que los alimentos con contenido de azúcar, sodio, grasas saturadas y trans lleven una etiqueta que informe a los ciudadanos el porcentaje de ese contenido (La Salle, 2021).

Considere las señales de tráfico, los topes de velocidad, la divulgación de información relacionada con la salud o las finanzas, las campañas educativas, la reducción del papeleo y las advertencias públicas. Cuando los funcionarios reducen o eliminan los requisitos de papeleo y cuando promueven la simplicidad y la transparencia están reduciendo las cargas de las personas. Algunos productos (como teléfonos móviles y tabletas) son intuitivos y fáciles de usar. De manera similar, muchos nudge están destinados a garantizar que las personas no tengan problemas cuando buscan interactuar con el gobierno o lograr sus objetivos (Sunstein, 2014).

Para Schmidt (2019), la propuesta de Sunstein y Thaler no es una acérrima crítica al sujeto racional, pues precisamente parten que los nudge se realizarán, por medio de arquitecturas, con características de los entornos en el medio habitual. Por ejemplo, se tiende a confiar en el procedimiento de toma de decisiones de preferir las opciones predeterminadas, esta opción se presenta como predeterminada en una función del entorno de toma de decisiones que, cuando se ajusta a través de un nudge para alinearse con los fines individuales, puede hacer que el procedimiento de preferir el predeterminado sea racional. Esto quiere decir que, se convierte en un procedimiento que, dada nuestra estructura mental y el entorno de toma de decisiones, permite lograr los fines de modo confiable. Lo anterior quiere decir que, dada la característica humana racional, se prefiere alterar los entornos de la toma de decisiones para lograr lo más provechoso para sí mismo, por ello la necesidad de los Estados de asumir la tarea de lograr un mayor bienestar de los individuos que lo componen.

Los nudge se clasifican en dos: deliberativo y no deliberativo. Esto depende al sistema al que se refieran, según Kanheman (2012) los seres humanos toman decisiones rápidas (intuitivas) y decisiones lentas (lógicas). Si los nudge buscan persuadir sin que el individuo lo perciba se refiere a las decisiones rápidas (como el ejemplo del menú del restaurante). Por otro lado, si buscan informar y generar una reflexión en el individuo se refiere a las decisiones lentas (como la información que está en la comida chatarra acerca de sus componentes) (Sunstein, 2016a).

Se propende porque los *nudge* apunten a la toma de decisión dos, o sea que sean informativos y conocidos por los ciudadanos. De hecho, la transparencia debería formar parte de la práctica básica. Suponga que un gobierno adopta un programa que inscribe automáticamente a las personas en un programa de pensiones, o suponga que una gran institución decide hacer saludables alimentos más visibles y accesibles. Además, que este tipo de prácticas como los *nudge* deba ser revisada por veedores y por la academia, ya que algunos consideran que burla la dignidad porque se influye en la decisión individual. Una de las principales ventajas de los *nudge*, a diferencia de los mandatos y las prohibiciones, es que evitan la coerción. El público debería poder revisar y analizar los nudge al igual que las acciones gubernamentales de cualquier otro tipo (Sunstein, 2014).

4.3 El daño legítimo y los nudge

Cabe agregar que, una de las preocupaciones de un Estado paternalista es el daño que se hacen sus ciudadanos tanto a otros como a sí mismos. Entendiendo el daño como aquello que perjudica al individuo mismo o al otro. Stuart Mill también se preocupó por el daño como se evidencia en la interferencia que hace el Estado en un nivel individual y social, pues de hecho cuando el Estado limita libertades es porque pretende que no se cause daño a los otros; eso sí para Mill esa

interferencia Estatal debe justificarse. Al hablar Mill del daño como interferencia del Estado se preocupa por lo legítimo. Para el autor hay daños legítimos y daños ilegítimos, si los ilegítimos se dan en una sociedad el Estado debe actuar.

Como manifiesta Castillo (2022), no solo el daño es el limitante que justifica al Estado de interferir, sino que además es el equilibrio entre los intereses individuales y las acciones coactivas. Pero, ¿Qué sucede cuando el daño es hacia sí mismo? Mill concibe que si un individuo se daña a sí mismo puede afectar los intereses y los sentimientos de su cercanos, pues este tipo de comportamiento recibe un reproche moral. Respeto de esto, Castillo (2022) afirma que el daño afecta en términos negativos a los demás e incluso las conductas más ocultas se pueden concebir como malas o nocivas: “Un acto tan estrictamente personal como fumar en un bosque podría resultar reprochable para quien considera que la acción atenta contra su interés de respirar un aire totalmente libre del humo del tabaco y, en esta medida, debería ser prohibido” (Castillo, 2022, p. 30).

Por ello, si se piensa en la concepción de Mill sobre daño, da la razón a la teoría paternalista en la aplicación de los nudge, porque la utilización de los nudge se da por la preocupación del Estado en el bienestar de los individuos, tanto en mayorías como en minorías. La idea de Mill en Sobre la libertad es que las personas deberían ser libres de hacer lo que quieran siempre que su comportamiento no perjudique a los demás. Cabe agregar que, no es solo la acción la que perjudica a las personas, también no realizar la acción podría perjudicar a los ciudadanos. No obstante, los asuntos individuales no le conciernen ni a la sociedad en general ni al Estado, esto ya que a Mill le

inquieta que el paternalismo sea tan fuerte que se entrometa en la vida individual a tal modo que se pierdan ciertas libertades que se pueden catalogar como íntimas.

Por último, el uso de normas sociales y de la relevancia de la información que se presenta implica utilizar información comparativa sobre lo que los demás están haciendo, de manera que, en ausencia de conocimiento sobre cómo uno debe comportarse en cierta situación, termine haciéndolo como indica la norma social o como se ha destacado que se comportan otros. Un ejemplo típico de indicación de norma social es informar a los contribuyentes de impuestos sobre el porcentaje de ciudadanos que en determinada fecha ya han pagado sus impuestos, de manera que el contribuyente que se ha retrasado en pagar, al tener mayor conocimiento sobre que otros ciudadanos ya han pagado, termine haciéndolo.

En el caso típico, individual, limitar la libertad de una persona promueve algún otro valor para ella, como su bienestar físico, económico o moral. Como reconoció Mill (2016), ciertamente se puede tratar de afectar a las personas, para su bien, por medios que no interfieran, como un argumento razonado (en la mayoría de las circunstancias). De hecho, Mill tampoco tuvo problemas con los impuestos al pecado, siempre que los ingresos fueran necesarios para los objetivos esenciales del gobierno. ¿Por qué, entonces, no se puede promover el bien de las personas por medios un poco más entrometidos? Los argumentos de Mill son en parte prácticos. Afirma que cada persona sabe mejor lo que le conviene y está más preocupada por promover ese interés. Argumenta que tomar las propias decisiones tiende a desarrollar el carácter. Respaldo por estos compromisos de valor, el principio de libertad de Mill no se deja de lado fácilmente por las circunstancias prácticas (Mill, 2016).

Así que, una intervención que se preocupa por los ahorros de sus ciudadanos, por reducir índices de accidentes de tránsito, por evitar el consumo de tabaco, por reducir el consumo de azúcar, por bajar el consumo de grasas saturadas para reducir infartos son intervenciones estatales legítimas y necesarias para garantizar una vida buena. Además, Wieland (1996), que la tarea de cualquier ordenamiento jurídico es regular el comportamiento de los individuos, pues el propósito del derecho es determinar modos de comportamiento en ciertas situaciones, las cuales son tipificadas y, si es necesario, debe forzar a aquellos por medio de sanciones y penas a aquellos que irrespetan ese fin. Lo que se quiere mostrar, citando a Wieland (1996) es que el Estado tiene la legitimidad de prohibir, exigir o permitir un comportamiento con la intención de garantizar la convivencia de los individuos y su bienestar.

En conclusión, con base en teóricos clásicos como Mill y contemporáneos como Sunstein, Thaler y Kahneman, se parte de una base teórica argumentativa y clara para darle solución al problema de investigación planteado. Asimismo, con el enfoque cuantitativo que es tan utilizado por los teóricos anglosajones y pretende emular en un ámbito local, se llegará a resultados que permiten, de un modo estadístico, dilucidar respuestas al problema.

5. OBJETIVOS

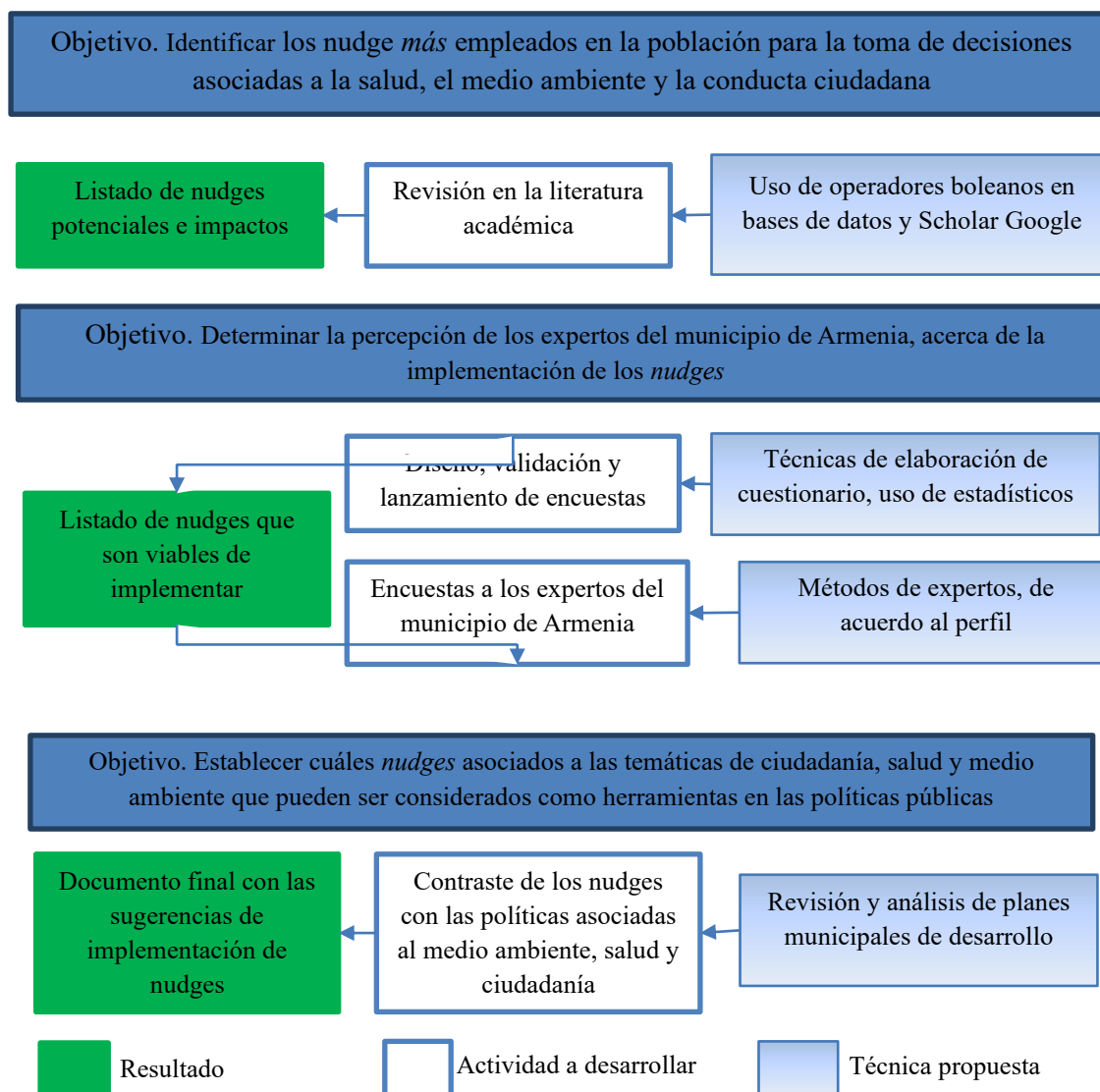
5.1 Objetivo general

Evaluar la pertinencia de la implementación de los *nudges* para la creación de políticas públicas en el municipio de Armenia, Quindío, 2019-2024.

5.2 Objetivos específicos

- Identificar los nudge *más* empleados en la población para la toma de decisiones asociadas a la salud, el medio ambiente y la conducta ciudadana.
- Determinar la percepción de los expertos del municipio de Armenia, acerca de la implementación de los *nudges*.
- Establecer cuáles *nudges* asociados a las temáticas de ciudadanía, salud y medio ambiente que pueden ser considerados como herramientas en las políticas públicas.

6. METODOLOGÍA PROPUESTA



De acuerdo con la figura, para el cumplimiento del primer objetivo es necesario hacer una búsqueda en las bases *Taylor & Francis*, *Science Direct* y *Scopus*, así como en documentos y reportes institucionales a nivel nacional e internacional; con miras a detectar nudges que han sido usados de forma efectiva para dar solución a problemas relacionados con las líneas temáticas: medio ambiente, salud y ciudadanía. Al final de este objetivo se obtendrá un listado con los nudges e impactos más relevantes.

Para el cumplimiento del segundo objetivo, se realizará una selección de los representantes a nivel de institución de Armenia, que pueden ser denominados expertos, ya que son personas que tienen un amplio conocimiento de las políticas públicas y experiencia sobre en la toma de decisiones a nivel de planeación. A estos expertos les será entregado un cuestionario que busca medir, qué tan apropiado sería la implementación de los *nudges* (obtenidos en del objetivo anterior), de acuerdo con las características y contexto de la población de Armenia, alineación de políticas actuales, estrategias de persuasión y educación usadas previamente en medio ambiente, salud y ciudadanía.

Finalmente, se pretende establecer dónde podrían ser empleados los *nudges*, según la información planteada en el Plan de desarrollo municipal de Armenia y según sean de cambios asociados a la forma de presentar la información, cambios en el entorno físico, y cambios en las opciones ofrecidas por defecto y el uso de las normas sociales y de la relevancia de las opciones ofrecidas por defecto.

6.1 Enfoque estudio

Mixto: Comprendido como un proceso soporte de la metodología que adquiere, analiza e interpreta datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio.

Método: descriptivo porque es un método que intenta recopilar información cuantificable para ser utilizada en el análisis estadístico de la muestra de población.

Población: personas con incidencia en la toma de decisiones de las políticas públicas de la ciudad de Armenia

Técnicas de recolección: encuesta y revisión de la literatura académica, así como reportes gubernamentales y planes de desarrollo municipales.

Técnica de Análisis: estadísticas Excel y Statgraphics

7. RESULTADOS ESPERADOS

Instrumento de apoyo para la generación de políticas públicas que se fundamenta en factores de medio ambiente, salud y ciudadanía. Es decir, esta investigación se considera como apropiación social/pública del conocimiento; y sus productos pueden estar inmersos en estrategias de comunicación del conocimiento y participación en evento nacional.

8. IMPACTOS ESPERADOS

En un primer lugar, con el proyecto de investigación se pretende que la herramienta de los *nudge* sea contemplada para su utilización en políticas públicas nacionales, departamentales y municipales que se refieren al bienestar del ciudadano como son los temas de: salud, economía doméstica, comportamiento ciudadano y a la protección del medio ambiente. A esto se puede agregar que países desarrollados han utilizado la herramienta y se ha evidenciado su utilidad.

En segundo lugar, el proyecto de investigación es relevante debido que está tratando un tema de importancia académica y está trasladando la discusión a un departamento o región. También, se

debe señalar que en el ámbito nacional son pocos los trabajos que se han elaborado acerca de la herramienta de los *nudge*.

En tercer lugar, es un imperativo que los programas de la región vayan superando discursos que se han trabajado de un modo exagerado, esto debido a el desfase en las discusiones de actualidad que se evidencian en las revistas internacionales de países anglosajones y europeos.

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para el cumplimiento de los objetivos se propone el cronograma de actividades

<p>ambiente que pueden ser considerados como herramientas en las políticas públicas</p>	<p>Redactar el documento final</p>	
---	------------------------------------	--

10. OBJETIVO 1. IDENTIFICAR LOS NUDGE MÁS EMPLEADOS EN LA POBLACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES ASOCIADAS A LA SALUD, EL MEDIO AMBIENTE Y LA CONDUCTA CIUDADANA

Desde su introducción hace más de diez años, el uso del nudge como instrumento político para influir de manera suave en las decisiones de los ciudadanos ha generado tanto entusiasmo como críticas extensas. Este entusiasmo ha sido más evidente entre los responsables de formular políticas, quienes mostraron interés en aplicar conocimientos psicológicos para fomentar cambios en el comportamiento, después de observar el éxito limitado de las campañas educativas públicas. La positividad aumentó aún más debido a los informes de éxitos en intervenciones en diversas situaciones de políticas públicas cruciales, como los esquemas de pensiones, acciones sostenibles y comportamientos relacionados con la salud (De Ridder, et al. 2022).

Es crucial analizar el tipo de nudge porque muchos estudios que evalúan las condiciones de eficacia de este enfoque se han llevado a cabo utilizando valores predefinidos, considerados como los que ejercen la mayor influencia en la toma de decisiones y, por ende, proporcionan una prueba crítica de la capacidad del nudge. A pesar de la conclusión de que los efectos del incumplimiento persisten después de la divulgación y disminuyen cuando no coinciden con las preferencias, persisten las inquietudes acerca de la naturaleza engañosa de estas intervenciones (De Ridder, et al. 2022). Asimismo, se puede complementar con lo que manifiesta Camerer et al. (2003), que las medidas de nudge son necesarias para ayudar a personas menos educadas o que no son conscientes del daño que se hacen así mismos o a los demás.

10.1 Salud (recetas de antibióticos)

La emisión de recetas de antibióticos en la atención primaria contribuye de manera significativa al uso excesivo de estos medicamentos. Las intervenciones por medio del nudge buscan modificar el entorno de toma de decisiones para inducir un cambio de comportamiento sin imponer restricciones directas a las opciones disponibles. El objetivo de la investigación de Raban et al. (2023) consistió en llevar a cabo una revisión sistemática para describir los diversos tipos de intervenciones utilizadas con el propósito de reducir la prescripción innecesaria de antibióticos en la atención primaria, examinando sus características clave y evaluando sus efectos generales sobre la prescripción de antibióticos. Para lo anterior utilizaron la siguiente taxonomía propuesta por Münscher, R., Vetter M. & Scheuerle, T. (2016) para cambiar contextos, implementar nudges e influir en las decisiones:

Tabla 2.

Taxonomía de técnicas de arquitectura de elección con ejemplos de implementación.

Category	Technique	Technique examples
A. Decision information	A1. Translate information	▶ Reframe information ▶ Simplify information
	A2. Make information visible	▶ Provide real-time feedback ▶ Make external information visible
	A3. Provide social reference point	▶ Refer to descriptive norm (social norm feedback) ▶ Refer to opinion leader
B. Decision structure	B1. Change choice defaults	▶ Set no-action default ▶ Use prompted choice
	B2. Change option-related effort	▶ Increase/decrease physical effort ▶ Increase/decrease financial effort
	B3. Change range or composition of options	▶ Change categories of options ▶ Change grouping of options
	B4. Change option consequences	▶ Connect decision to benefit or cost ▶ Change social consequences
C. Decision assistance	C1. Provide reminders	▶ Make information more or less salient
	C2. Facilitate commitment	▶ Support self-commitment/public commitment

Nota. Fuente: Münscher, R., Vetter M. & Scheuerle, T. (2016)

La justificación de su investigación surge porque en los sistemas de salud de todo el mundo continúan enfrentando desafíos para ofrecer de manera consistente una atención basada en la evidencia. Los nudge pueden ser empleados en sustitución de, o en conjunto con, enfoques más convencionales como la educación (dirigida tanto a los médicos como al público), incentivos financieros, la promoción de directrices y cambios en los modelos de atención. La evaluación de los nudge aplicados en el ámbito de la atención sanitaria desempeñará un papel fundamental en la identificación de intervenciones adecuadas para su implementación en diversos contextos, incluida la atención primaria, así como en el desarrollo de estrategias efectivas de aplicación de nudges (Raban et al. 2023).

10.2 Nudge y salud (donación de órganos)

En el año 2008, en el Estado de Illinois adoptó una política pública interesante, cada vez que los ciudadanos van a realizarse la foto para el carnet de conducción se les pregunta si quieren ser donantes de órganos, si responden de modo afirmativo también se les informa que la familia no tendrá derecho a contradecir la decisión de donar, esto ha generado un aumento considerable (Sunstein y Thaler, 2018).

10.3 Nudge y salud (desinformación acerca del COVID-19)

En el contexto de la COVID-19, la desinformación toma diversas formas, desde teorías conspirativas que sugieren que el virus fue creado como un arma biológica en China hasta afirmaciones de que el aceite de coco tiene la capacidad de matar el virus. En situaciones extremas, este tipo de desinformación puede llevar a las personas a buscar remedios ineficaces (o que pueden ser perjudiciales), así como a reacciones exageradas, como el acaparamiento de bienes, o, lo que

es más peligroso, a respuestas insuficientes, como adoptar comportamientos riesgosos y propagar el virus sin darse cuenta. Como resultado, es fundamental comprender las razones por las cuales las personas creen y comparten información falsa (y verdadera) relacionada con la COVID-19 y desarrollar intervenciones para mejorar la calidad de la información que las personas comparten en línea (Pennycook et al., 2020).

Pennycook et al. (2020) implementaron un nudge de precisión (accuracy nudge) en el grupo de tratamiento del estudio. Este nudge consistió en pedir a los participantes que evaluaran la precisión de un titular en términos políticos neutral y no relacionado con COVID-19 antes de comenzar la tarea de compartir noticias. El objetivo de este nudge era hacer que los participantes prestaran más atención a la precisión de la información antes de decidir si compartirían o no una noticia en las redes sociales. Los autores encontraron que este nudge de precisión tuvo un efecto significativo en la reducción de la propagación de noticias falsas sobre COVID-19 en comparación con el grupo de control que no recibió el nudge. El nudge de precisión implementado en el estudio se diseñó para influir en el comportamiento de los participantes al hacer que prestaran más atención a la precisión de la información antes de decidir si compartirían o no una noticia en las redes sociales.

Este nudge consistió en pedir a los participantes que evaluaran la precisión de un titular neutral y no relacionado con COVID-19 antes de comenzar la tarea de compartir noticias sobre COVID-19. Al pedir a los participantes que evaluaran la precisión de un titular no relacionado con COVID-19, se pretendía activar la consideración consciente de la precisión de la información. Al hacer que los participantes reflexionaran sobre la precisión de un titular neutral, se esperaba que esta activación de la consideración consciente se trasladara a la tarea principal de evaluar y compartir noticias sobre COVID-19.

10.4 Nudge y el ahorro para una pensión

Una de las propuestas para generar un ahorro para la jubilación en Estados Unidos fue implementar la suscripción de modo automático, pues en ese país tienen la autonomía de ahorrar o no, la suscripción automática genero un aumento del 90 %, cuando no se implementaba tan solo estaba en un 20 % (Madrian y Shea, 2001). Otro nudge son los incentivos, en Nueva Zelanda promocionaron la suscripción pensional generando un subsidio inicial de 1000 dólares, el cual resultó siendo un éxito de casi el 100 % de trabajadores inscritos (Ministerio de Desarrollo Económico de Nueva Zelanda, 2008). Con respecto de los créditos con los bancos que los ciudadanos pueden solicitar, Sunstein y Thaler (2018) manifiestan que una buena opción sería que el banco sea obligado por el gobierno a que siempre debe dar la mejor opción de pago al usuario y no que esa opción sea la última en enunciarle, pues si bien el ciudadano tiene la libertad de elegir lo que quiera, pensando en un Estado paternalista se debe subir la probabilidad de mejorar la elección de los clientes.

10.5 Nudge y alimentación

Ensaiff (2021) en su investigación expone qué tipo de estrategias han sido útiles para mejorar la alimentación de la población. Una, manipulaciones de ubicación: cambios simples en la ubicación de las opciones de alimentos, como colocarlos más cerca del consumidor, cerca de la caja registradora o a la altura de los ojos. Dos, cambios en el orden de las opciones de alimentos: por ejemplo, colocar la opción de alimentos saludables primero en una línea de buffet o en un menú. Tres, cambios en la disponibilidad: por ejemplo, aumentar el número de opciones de alimentos saludables disponibles. Cuatro, destacar opciones de alimentos específicas: por ejemplo, resaltar opciones de alimentos saludables en un menú. Quinto, cambios en la presentación o formato de los

alimentos: por ejemplo, ofrecer opciones de alimentos en porciones pequeñas o en platos más pequeños. Seis, incorporación de símbolos o iconos: por ejemplo, etiquetas de corazón saludable o pegatinas de emoticonos. Siete, utilización de nombres descriptivos para los alimentos: por ejemplo, batata asada a fuego lento. Ocho, utilización de opciones predeterminadas: por ejemplo, cambiar la opción de comida estándar a un plato basado en plantas.

En conclusión, Ensaff (2021), expresa que las estrategias de nudge tienen un potencial prometedor para mejorar la elección de alimentos y, por lo tanto, la dieta de la población. Sin embargo, también señala que la efectividad de las estrategias de nudge varía y que se necesitan más investigaciones para comprender mejor cómo funcionan estas estrategias y cómo se pueden mejorar. Además, el autor destaca la importancia de implementar estrategias de nudge de manera ética y transparente, sin eliminar opciones de alimentos o cambiar los incentivos económicos.

En otra investigación, desarrollada por Álvarez y Godinho (2015) se exploran enfoques de nudge como una forma complementaria de intervención para cambiar comportamientos de salud, destacando la influencia del contexto en el comportamiento. También presenta ejemplos de estrategias de intervención para una variedad de comportamientos y discute la importancia del encuadre de los mensajes en la promoción de la alimentación saludable. La investigación presenta varios ejemplos de estrategias de intervención basadas en el enfoque nudge que pueden aplicarse en diferentes contextos de salud. Algunos de estos ejemplos incluyen:

- Cambiar la configuración predeterminada de las opciones de alimentos en las máquinas expendedoras para que las opciones más saludables sean más accesibles y visibles.
- Colocar carteles en las escaleras que animen a las personas a usarlas en lugar del ascensor.

- Proporcionar información en tiempo real sobre los tiempos de espera y el número de pacientes atendidos en las salas de espera de los hospitales para reducir la frustración y la agresión.
- Utilizar mensajes de enmarcado positivo o negativo para promover comportamientos saludables, como comer más frutas y verduras.
- Proporcionar asientos cómodos y agradables en las áreas de espera para reducir la ansiedad y el estrés.

Estas estrategias pueden aplicarse en diferentes contextos de salud, como escuelas, hospitales, lugares de trabajo y comunidades. La idea es que pequeños cambios en el entorno pueden tener un gran impacto en los comportamientos de las personas y, por lo tanto, en su salud. Cabe añadir que, Álvarez y Godinho (2015), destacan que el enfoque nudge puede ser una herramienta útil para promover comportamientos saludables en diferentes contextos. Además, se enfatiza la importancia de considerar los mecanismos de acción y las consideraciones éticas al diseñar e implementar nudges. En general, la investigación sugiere que el enfoque nudge puede ser una estrategia efectiva y ética para mejorar la salud y los comportamientos saludables en diferentes contextos.

10.6 Nudge y transporte público

Hauslbauer et al. (2022) en su investigación expone cómo por medio de los nudge se puede predecir y motivar a las personas a suscribirse a un boleto de transporte público. También, expone el papel de la preocupación ambiental y la efectividad de los nudges en la promoción del transporte sostenible. La preocupación ambiental afecta la decisión de una persona de suscribirse a un boleto de transporte público de varias maneras. En el estudio, se encontró que la preocupación ambiental

tiene un efecto indirecto en el comportamiento de suscripción al boleto de transporte público, y este efecto está mediado por otros factores. Esto sugiere que, si bien la preocupación ambiental no influye en la decisión de compra del boleto, puede influir en otros factores que a su vez afectan la intención de suscribirse.

En el estudio se utilizaron dos tipos de nudges": el nudge por defecto y el nudge social. El nudge por defecto consiste en que se le presentó a los participantes la opción de suscribirse al boleto de transporte público como la opción predeterminada. Los participantes tuvieron que desmarcar la opción predeterminada si no querían suscribirse al boleto. El nudge social se presentó a los participantes un banner amarillo brillante que indicaba que el 73 % de los empleados ya habían comprado el boleto de transporte público. El objetivo era crear una norma social percibida que sugiriera que la mayoría de los empleados ya habían comprado el boleto y que, por lo tanto, era una opción popular (Hauslbauer et al., 2022).

10.7 Nudges y eficiencia energética

Lim (2020) expone la importancia de considerar el cambio de comportamiento en las políticas de eficiencia energética y sugiere que se necesita un nuevo enfoque para cambiar los comportamientos de las personas y lograr un uso sostenible de la energía. Se enfatiza la aplicación de la economía del comportamiento en la formulación de políticas como un punto de partida clave para lograr estos objetivos. Lim (2020) destaca la importancia de los nudges sociales en el comportamiento humano y cómo estas pueden influir en las decisiones de consumo de energía. Se menciona que las personas pueden ser influenciadas por las acciones de quienes los rodean y que las normas sociales y culturales pueden resultar en expectativas de comportamiento. Se enfatiza que las personas pueden

responder más a las normas sociales que a la conciencia ambiental y que los mensajes directos que indican a las personas que la mayoría de las demás personas se comportan de cierta manera pueden promover la conformidad con ese comportamiento. En el contexto de la política energética, se sugiere que si el gobierno muestra a las personas cómo su consumo de energía residencial se compara con el de sus vecinos, el resultado del ahorro de consumo de energía puede mejorar.

Por otro lado, hace referencia a la idea de que las personas a menudo tienen preferencias múltiples al tomar decisiones, lo que significa que sus elecciones no siempre se basan solo en la maximización de la utilidad o el beneficio económico. Se sugiere que las personas pueden tener juicios subjetivos y preferencias variadas al tomar decisiones, y que estas preferencias pueden incluir consideraciones más allá de la simple maximización de la utilidad. Además, se mencionan conceptos como la aversión a la pérdida, el efecto de pertenencia y el sesgo de la situación actual como ejemplos de cómo las preferencias múltiples pueden influir en el comportamiento de las personas en relación con la eficiencia energética (Lim, 2020).

Otro aspecto relevante de la investigación de Lim (2020), es cuando menciona el autocontrol limitado en el contexto de la toma de decisiones y el comportamiento humano, pues sugiere que las personas a menudo experimentan dificultades para ejercer un autocontrol completo al tomar decisiones, lo que puede llevar a elecciones que no maximizan su bienestar a largo plazo. En el contexto de la eficiencia energética, se menciona que las personas pueden ser tentadas por precios bajos de productos menos eficientes en energía, a pesar de que no cumplan con los estándares de eficiencia energética. Esto sugiere que las personas pueden tener dificultades para resistir la tentación de elecciones inmediatas que no son óptimas a largo plazo en términos de eficiencia energética.

10.8 Nudge y ética

Zhao et al. (2022), se preocupa por la honestidad en la educación de los niños, en su estudio explora cómo cambios sutiles en el entorno físico pueden influir en que los niños pequeños hagan menos trampa cuando se les evalúa o en un simple juego. La investigación fue realizada por un equipo de expertos de varias prestigiosas instituciones en China, Estados Unidos y Canadá. En el estudio, se utilizaron dos tipos de nudge para reducir el comportamiento de hacer trampa en los niños pequeños: la proximidad y la visibilidad. La proximidad se refiere a la distancia física entre el material de respuesta y los niños, mientras que la visibilidad se refiere a la facilidad con la que los niños pueden ver el material de respuesta. En el estudio, se manipuló la proximidad y la visibilidad del material de respuesta para ver cómo afectaba el comportamiento de hacer trampa de los niños. Los resultados mostraron que la visibilidad del material de respuesta era un factor más importante que la proximidad para reducir el comportamiento de hacer trampa en los niños pequeños.

Los hallazgos tienen importantes implicaciones para comprender el comportamiento y el desarrollo moral de los niños. El estudio encontró que la visibilidad del material de respuesta es una alteración específica del entorno físico que puede reducir el comportamiento de hacer trampa en los niños pequeños. En otras palabras, cuando el material de respuesta está menos visible, los niños son menos propensos a hacer trampa. Además, el estudio también encontró que la proximidad del material de respuesta también puede influir en el comportamiento de hacer trampa, aunque en menor medida que la visibilidad (Zhao et al., 2022).

Los hallazgos del estudio sugieren que los padres y educadores pueden utilizar estrategias para reducir la visibilidad del material de respuesta y aumentar la distancia entre los niños y el material

de respuesta para reducir el comportamiento de hacer trampa en los niños pequeños. Por ejemplo, los educadores pueden colocar el material de respuesta en un lugar menos visible o en una ubicación más alejada de los niños durante los exámenes. Los padres también pueden aplicar estas estrategias en el hogar, como colocar los juegos de mesa en un lugar menos visible o alejado de los niños. Además, los padres y educadores pueden enseñar a los niños la importancia de la honestidad y la integridad, con el fin de fomentar un ambiente de confianza y respeto mutuo (Zhao et al., 2022).

10.9 Nudge y comportamiento ciudadano

Oe y Yamaoka (2022) centraron su investigación en el cambio de comportamiento ciudadano utilizando el nudge, con el objetivo de promover la creación de valor entre ciudadanos y responsables políticos. Desarrollaron un modelo de comunicación para fortalecer las habilidades de comunicación de los responsables políticos y acelerar el cambio de comportamiento de los ciudadanos, centrándose en la sensibilidad y empatía de los receptores de información. El estudio plantea un marco conceptual para explicar la estructura de incentivos espontánea de los ciudadanos y aborda preguntas clave sobre los mecanismos para promover el cambio de comportamiento, la viabilidad del efecto del nudge.

Si bien en esta investigación no se proporcionan casos específicos de éxito en la aplicación del nudge para promover el cambio de comportamiento ciudadano. Sí se centra en la discusión teórica y su aplicación en la comunicación entre ciudadanos y responsables políticos. Sin embargo, hay varios estudios y ejemplos de éxito en la aplicación del efecto de nudge en diferentes contextos, como la reducción del consumo de energía, la promoción de hábitos saludables y la mejora de la

eficiencia en la toma de decisiones. Estos casos de éxito sugieren que el efecto de nudge puede ser una herramienta efectiva para promover el cambio de comportamiento ciudadano en diferentes contextos (Oe y Yamaoka, 2022)

10.10 Nudge sociales

Sunstein y Thaler (2018) exponen una serie de conclusiones a las que han llegado por medio de investigaciones sociales que utilizan los nudge. Han demostrado sobre la influencia que tienes los demás sobre uno mismo o lo que denominan *seguir al rebaño*, por ejemplo: las adolescentes que ven a otras adolescentes tener hijos están más proclives a quedar en embarazo; el riesgo de obesidad aumenta cuando se tienen amistades que engordan, esto quiere decir que si los amigos contagian a los otros a engordar; los esfuerzos académicos influyen en los compañeros más cercanos, por tanto es importante rodearse de estudiantes académicos y no dejarlo al azar; en los juzgados estadounidenses cuando se integran por paneles de tres jueces se evidencia que las decisiones de los jueces influyen en los colegas, sentencias de jueces conservadores o demócratas se vuelven más moderadas cuando al menos hay un juez de partido opuesto.

Otros ejemplos en los cambios de los contextos, por medio de seguir al rebaño, para modificar decisiones son los siguientes. Primero, para mejorar el recaudo de impuestos se les informa a los ciudadanos que más del 90 % ya han cumplido las obligaciones tributarias, esto hace que el deudor por vergüenza o siguiendo lo que hacen los demás cumpla con sus obligaciones. Segundo, en los recibos de energía de California se implementaron emoticones de caras felices de acuerdo con el consumo de energía de los hogares, esto generó que se consumiera menos energía para así evitar que el vecino o el cartero viera que está contribuyendo con el cuidado del medio ambiente.

Tabla 3.*Matriz de categorización de nudge*

Autor	Artículo	Eje	Problema	Nudge Aporte	Aporte
<p>Raban MZ, Gonzalez G, Nguyen AD, Newell BR, Li L, Seaman KL, Westbrook JI. (2023)</p>	<p>Nudge interventions to reduce unnecessary antibiotic prescribing in primary care: a systematic review</p>	<p>Salud</p>	<p>Prescripción innecesaria de antibióticos. La emisión de recetas de antibióticos en la atención primaria contribuye de manera significativa al uso excesivo de estos medicamentos.</p>	<p>Las intervenciones por medio del nudge buscan modificar el entorno de toma de decisiones para inducir un cambio de comportamiento sin imponer restricciones directas a las opciones disponibles.</p>	<p>La investigación se fundamenta sobre los desafíos presentado por los sistemas de salud en el mundo, para ofrecer de manera consistente una atención basada en la evidencia. Por ello, el aporte de esta investigación hace referencia a describir los diversos tipos de intervenciones utilizadas con el propósito de reducir la prescripción innecesaria de antibióticos en la atención primaria, examinando sus características clave y evaluando sus efectos generales sobre la prescripción de antibióticos.</p>

Sunstein y Thaler, 2018	Un pequeño empujón	Salud	Donación de órganos. Ante la desvirtuada información que presenta la sociedad respecto al tema, es evidente la escasez de órganos que existe y que, de cierto modo, tener otra percepción sobre la donación, brindaría una oportunidad de prolongar la vida de otra persona.	Cuando los ciudadanos van a realizarse la foto para el carnet de conducción se les pregunta si quieren ser donantes de órganos, si responden de modo afirmativo también se les informa que la familia no tendrá derecho a contradecir la decisión de donar.	Se induce a la persona a tomar una decisión trascendental bajo un estado de regocijo o felicidad relativa. Aumento en la donación de órganos.
Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020)	Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention	Salud	Desinformación acerca del COVID-19. Este tipo de prácticas puede llevar a las personas a buscar remedios ineficaces (o que pueden ser perjudiciales), así como a reacciones exageradas, tales como el acaparamiento de bienes, o lo que es más	Nudge de precisión (accuracy nudge). Se solicita a las personas evaluar la precisión de un titular en términos políticos neutral y no relacionado con COVID-19 antes de comenzar la tarea de compartir noticias;	El nudge de precisión implementado en el estudio se diseñó para influir en el comportamiento de los participantes al hacer que prestaran más atención a la precisión de la información antes de decidir si compartirían o no una noticia en las redes sociales.

			<p>peligroso, a respuestas insuficientes, como adoptar comportamientos riesgosos y propagar el virus sin darse cuenta.</p>	<p>El objetivo de este nudge era hacer que los participantes prestaran más atención a la precisión de la información antes de decidir si compartirían o no una noticia en las redes sociales.</p>	<p>Por ello, este mecanismo tuvo un efecto significativo en la reducción de la propagación de noticias falsas sobre COVID-19 en comparación con grupos que no recibieron el nudge.</p>
<p>Madrian y Shea (2001)</p>	<p>The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior</p>	<p>Conducta ciudadana</p>	<p>Ahorro para la pensión (estudio de caso, USA).</p>	<p>Suscripción de ahorro automático.</p>	<p>Generó un aumento del 90 %, cuando no se implementaba tan solo estaba en un 20 %.</p>
<p>Ministerio de Desarrollo Económico de Nueva Zelanda, (2008)</p>	<p>Inland Revenue, KiwiSaver evaluation</p>	<p>Conducta ciudadana</p>	<p>Ahorro para la pensión (estudio de caso, New Zeland).</p>	<p>Estrategias de nudge de manera ética y transparente, sin eliminar opciones de alimentos o cambiar los incentivos económicos.</p>	<p>Cambios simples en la ubicación de las opciones de alimentos, cambios en el orden de las opciones de alimentos, cambios en la disponibilidad, destacar opciones de alimentos específicas, cambios en la presentación o formato de los</p>

					alimentos, incorporación de símbolos o iconos, utilización de nombres descriptivos para los alimentos, utilización de opciones predeterminadas o cambiar la opción de comida estándar a un plato basado en plantas.
Ensaff (2021)	A nudge in the right direction: the role of food choice architecture in changing populations' diets	Salud	Alimentación de la población.	Estrategias de nudge de manera ética y transparente, sin eliminar opciones de alimentos o cambiar los incentivos económicos.	Cambios simples en la ubicación de las opciones de alimentos, cambios en el orden de las opciones de alimentos, cambios en la disponibilidad, destacar opciones de alimentos específicas, cambios en la presentación o formato de los alimentos, incorporación de símbolos o iconos, utilización de nombres descriptivos para los alimentos, utilización de

					opciones predeterminadas o cambiar la opción de comida estándar a un plato basado en plantas.
Álvarez y Godinho (2015)	With a little help of a nudge: environmental health regulation	Salud	Alimentación de la población.	Encuadre de los mensajes en la promoción de la alimentación saludable.	Cambiar la configuración predeterminada de las opciones de alimentos en las máquinas expendedoras para que las opciones más saludables sean más accesibles y visibles, colocar carteles en las escaleras que animen a las personas a usarlas en lugar del ascensor, proporcionar información en tiempo real sobre los tiempos de espera y el número de pacientes atendidos en las salas de espera de los hospitales para reducir la frustración y la agresión, utilizar mensajes de enmarcado positivo

					o negativo para promover comportamientos saludables, como comer más frutas y verduras.
Hauslbauer, A.L., Schade, J., Drexler, C.E. (2022)	Extending the theory of planned behavior to predict and nudge toward the subscription to a public transport ticket	Medio ambiente	Suscribirse a un boleto de transporte público.	Nudge por defecto y el nudge social, promoción del transporte sostenible.	El nudge por defecto consiste en que se le presentó a los participantes la opción de suscribirse al boleto de transporte público como la opción predeterminada. Los participantes tuvieron que desmarcar la opción. El objetivo era crear una norma social percibida que sugiriera que la mayoría de los empleados ya habían comprado el boleto y que, por lo tanto, era una opción popular predeterminada si no querían suscribirse al boleto. El nudge social se presentó a los participantes un banner amarillo

					brillante que indicaba que el 73 % de los empleados ya habían comprado el boleto de transporte público.
Lim (2020)	Using of Nudge Approaches for Sustainable Energy	Medio ambiente	Comportamiento en las políticas de eficiencia energética.	Nudges sociales en el comportamiento humano.	<p>Se menciona que las personas pueden ser influenciadas por las acciones de quienes los rodean y que las normas sociales y culturales pueden resultar en expectativas de comportamiento.</p> <p>Se enfatiza que las personas pueden responder más a las normas sociales que a la conciencia ambiental y que los mensajes directos que indican a las personas que la mayoría de las demás personas se comportan de cierta manera pueden promover la conformidad con ese comportamiento.</p>

<p>Zhao, L., Zheng, Y., Compton, B. J., Qin, W., Sun, W., Fang, F., Fu, G., Heyman, G. D., & Lee, K. (2022)</p>	<p>Subtle alterations of the physical environment can nudge young children to cheat less</p>	<p>Conducta ciudadana</p>	<p>Honestidad en la educación de los niños.</p>	<p>Nudge de la proximidad y la visibilidad.</p>	<p>La proximidad se refiere a la distancia física entre el material de respuesta y los niños, mientras que la visibilidad se refiere a la facilidad con la que los niños pueden ver el material de respuesta. En el estudio, se manipuló la proximidad y la visibilidad del material de respuesta para ver cómo afectaba el comportamiento de hacer trampa de los niños. Los resultados mostraron que la visibilidad del material de respuesta era un factor más importante que la proximidad para reducir el comportamiento de hacer trampa en los niños pequeños. En otras palabras, cuando el material de respuesta</p>
---	--	---------------------------	---	---	--

					<p>está menos visible, los niños son menos propensos a hacer trampa.</p> <p>Los hallazgos del estudio sugieren que los padres y educadores pueden utilizar estrategias para reducir la visibilidad del material de respuesta y aumentar la distancia entre los niños y el material de respuesta para reducir el comportamiento de hacer trampa en los niños pequeños.</p>
Oe y Yamaoka (2022)	Discussion of citizen behavioural change using the nudge effect: a perspective based on social policy interventions	Conducta ciudadana	Carencia de valores en la sociedad.	Nudge social.	Modelo de comunicación para fortalecer las habilidades de comunicación de los responsables políticos y acelerar el cambio de comportamiento de los ciudadanos, centrándose en la

					sensibilidad y empatía de los receptores de información.
Sunstein y Thaler (2018)	Un pequeño empujón	Conducta ciudadana	La influencia que tienes los demás sobre uno mismo.	Nudge social	La influencia que tienen los demás sobre uno mismo o lo que denominan seguir al rebaño.

11. OBJETIVO 2. DETERMINAR LA PERCEPCIÓN DE LOS EXPERTOS DEL MUNICIPIO DE ARMENIA, ACERCA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS NUDGES

Se realiza un cuestionario enfocado en validar la percepción de personas relacionadas con la gestión y diseño de políticas públicas de medioambiente, salud, uso racional de energía, bienestar infantil, entre otros. Se lanzó el cuestionario en modelo aleatorio simple estratificado. La encuesta fue respondida por un total de 117 personas¹, lo que garantiza representatividad.

El perfil de los encuestados, se presenta a continuación. Se tiene una clasificación por género de 65% masculino y 35% femenino. A su vez, el estado civil, según el grado de escolaridad, se clasifica en:

Tabla 4.

Perfil de encuestados por grado de escolaridad y estado civil

Grado de escolaridad/ estado civil	Casado	Divorciado	Soltero	Unión libre	Total general
Bachiller	2	2	6	3	13
Doctor	1				1
Especialista	10	1	7	5	23
Magíster	10		4	1	15
Pregrado	13		18	13	44
Primaria	1				1
Técnico	4	1	5	3	13

¹ La población escogida en esta muestra forma parte del grupo de profesionales que se encuentran vinculadas de manera directa e indirecta en las dependencias gubernamentales donde se llevan a cabo las decisiones de política pública para el municipio de Armenia.

Tecnólogo	2		5		7
Total general	43	4	45	25	117

Puesto que hay preguntas asociadas a las políticas de bienestar infantil, se busca determinar las opiniones de madres y padres, así como de contribuyentes que no tienen hijos.

Tabla 5.

Perfil de encuestados por grado de género y si tiene hijos

Género/¿Tiene hijos?	No	Sí	Total general
Femenino	15	26	41
Masculino	22	54	76
Total general	37	80	117

Al evaluar las posturas políticas de los encuestados clasificados por su edad, se tienen los resultados desglosados por cada uno de los personajes públicos actuales, para determinar si hay algún patrón de aprobación.

Tabla 6.

¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? - Gustavo Francisco Petro Urrego

Edad	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Proporción de aprobación
15 a 20 años				1	3	0,20
21 a 29 años	3	2	4	3	7	0,23
30 a 59 años	14	23	5	17	28	0,36

Mayor de 60 años	0	1	2	2	2	0,29
Total general	17	26	11	23	40	0,34

El grupo de 30 a 59 años, tiene mayor afinidad a las posturas de Gustavo Petro Urrego debido a que su posición se encuentra desde una perspectiva productiva además de las responsabilidades familiares que pudieran presentar. Esto implica su afinidad a las políticas económicas y sociales que promueve el señor Petro. Adicionalmente, el grupo etario que se encuentra en segunda posición con el grado de afinidad (Mayores de 60 años) pueden estar relacionados con las políticas que vinculan las pensiones y el bienestar social.

Tabla 7.

¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Paloma Susana Valencia Laserna

Edad	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Proporción de aprobación
15 a 20 años					4	0,000
21 a 29 años	1	3		4	11	0,053
30 a 59 años	9	25	4	16	33	0,149
Mayor de 60 años	1	1	1	1	3	0,286
Total general	11	29	5	21	51	0,137

Para el caso de Paloma Valencia, el grupo con mayor afinidad a sus posturas es el de mayores de 60 años que pueden discrepar con los del mismo grupo etario que tienen aproximación con el señor

Gustavo Petro; pues estas son personas que conservan su tendencia a la promulgación de políticas conservadoras o de centro-derecha. Es decir, aunque su grupo etario es igual, la construcción social y de formación académica puede ser diferente ya que las personas afines a esta perspectiva se fundamentan en la política tradicional y de estabilidad, contrario a los individuos más jóvenes que direccionan una visión más liberal.

Tabla 8.

¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Luvi Katherine Miranda Peña

Edad	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Proporción de aprobación
15 a 20 años					4	0
21 a 29 años	3	1		2	13	0,16
30 a 59 años	11	18	2	9	47	0,15
Mayor de 60 años		2		1	4	0
Total general	14	21	2	12	68	0,14

El grupo de 21 a 29 años, tiene mayor afinidad a las posturas de Luvi Katherine Miranda Peña. Este grupo enmarcado por jóvenes adultos pueden tener mayor identificación con este tipo de personajes que promueven cambios sociales y políticas progresistas. Por su parte, los grupos en mayor grado de edad pueden mostrarse menos afines debido a diferencias en prioridades y preocupaciones.

Tabla 9.

¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – María Fernanda Cabal

Edad	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Proporción de aprobación
15 a 20 años					4	0,00
21 a 29 años		3		6	10	0,00
30 a 59 años	10	25	3	17	32	0,15
Mayor de 60 años	2	2	1	1	1	0,43
Total general	12	30	4	24	47	0,14

Con relación a las posturas de María Fernanda Cabal, se podría inferir que al igual de lo que pasa con Paloma Valencia, el grupo de mayores de 60 años que tienen mayor afinidad con ella, tienden a la visión y diseño de la política tradicional. Por ello, su postura de confrontación puede estar más alineada con los mayores que con personas jóvenes debido a la diferencia de fundamentos económicos, sociales y políticos.

Tabla 10.

¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Ariel Ávila

Edad	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Proporción de aprobación
15 a 20 años					4	0,000
21 a 29 años	4	1	1	1	12	0,263

30 a 59 años	10	15	2	11	48	0,140
Mayor de 60 años		3			4	0,000
Total general	14	19	3	12	68	0,147

Sigue la tendencia de los jóvenes; para el grupo entre los 21 y 29 años se percibe la afinidad con aquellos personajes quienes tienen prospectivas de política progresistas. Para el caso de Ariel Ávila, asociado con políticas de centro-izquierda son los jóvenes que se alinean a su visión donde su objetivo radica en estructura de cambios sociales.

Tabla 11.

¿Qué tan de acuerdo está con las posturas políticas de los siguientes personajes de la vida nacional? – Roy Barreras

Edad	De acuerdo	En desacuerdo	Muy de acuerdo	Muy en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Proporción de aprobación
15 a 20 años					4	0,00
21 a 29 años	4	3	1	3	8	0,26
30 a 59 años	6	24	1	19	36	0,08
Mayor de 60 años	1	1		2	3	0,14
Total general	11	28	2	24	51	0,11

Por su parte y teniendo en cuenta el grupo etario afines a los candidatos de perfil progresista o con tendencia de centro-izquierda, el señor Roy Barreras adquiere el mismo análisis.

En general, no hay una tendencia clara de aprobación para ninguna de las figuras que se usaron como base de comparación. En todos los casos la respuesta: ni de acuerdo ni en desacuerdo fue la que tiene mayor proporción (35% para Gustavo Petro; 43.5% en Paloma Valencia; 58.11% en Luvi Miranda; 40.17% para María Fernanda Cabal; Ariel Ávila con 58.11% y 43.5% para Roy Barreras). Las políticas de Gustavo Petro son las que tienen mayor porcentaje de aprobación (36%) en especial para el grupo de 30 a 59 años.

Adicionalmente, el grupo de 30 a 59 años no estuvo de acuerdo con ninguna de las otras figuras analizadas. Para el rango de 15 a 20 años sólo las políticas de Gustavo Petro tuvieron algo de aprobación con cerca del 20%, en todos los otros casos, se tuvo una aprobación menor del 10%. El grupo de 21 a 29 años tiene mayor participación de aprobación en figuras como Roy Barreras, Ariel Ávila y Luvi Miranda. Figuras que se caracterizan por políticas del centro y centro izquierda en relación con el grupo de mayor de 60 tiene mayor afinidad a las figuras de centro y centro derecha como Paloma Valencia y María Fernanda Cabal.

Tabla 12

Comparaciones entre grupos de encuestados

Grupo escolaridad	¿Conoce el término Nudge?		Total
	sí	no	
Bachiller	2	11	13
Especialista	3	20	23
Magíster	5	10	15
Pregrado	10	34	44
Técnico	5	8	13
Tecnólogo	2	5	7
Doctor	0	1	1
Primaria	0	1	1

Lo inicial es conocer si el término de nudge es más conocido por algún grupo de escolaridad específico. Para ello se plantean las hipótesis:

- Ho: no existe diferencia significativa entre los grupos de escolaridad frente al concepto de nudge.
- Ha: existe diferencia significativa entre los grupos de escolaridad frente al concepto de nudge.

Para identificar si existe diferencia entre grupos se aplica una prueba de chi cuadrado, con un rango de confiabilidad del 0.05.

Tabla 13.

Percepción del término Nudge según el grupo de escolaridad}

SUMMARY		Alpha	0,05		
<i>Count</i>	<i>Rows</i>	<i>Cols</i>	<i>df</i>		
104	7	2	6		
CHI-SQUARE					
	<i>chi-sq</i>	<i>p-value</i>	<i>x-crit</i>	<i>sig</i>	<i>Cramer V</i>
Pearson's	4,46653372	0,6138076	12,5915872	no	0,20723764
Max					
likelihood	4,94607679	0,5507476	12,5915872	no	0,21807896

Se encuentra que independiente del grado de escolaridad, la población encuestada no conoce el término Nudge. Es decir, los nudges no son enseñados hoy día en la academia o discutidos como concepto en el momento de establecer políticas públicas. Sin embargo, de forma empírica los encuestados tienen una percepción favorable de la implementación de los nudges, categorizados en las políticas públicas relacionadas con salud, medioambiente, uso racional de energía, bienestar infantil, entre otros.

12. OBJETIVO 3. ESTABLECER CUÁLES NUDGES ASOCIADOS A LAS TEMÁTICAS DE CIUDADANÍA, SALUD Y MEDIO AMBIENTE QUE PUEDEN SER CONSIDERADOS COMO HERRAMIENTAS EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.

12.1 Combatir la obesidad

La obesidad es una condición de salud que ha alcanzado proporciones epidémicas a nivel global contribuyendo significativamente a la morbilidad y mortalidad prematura. El aumento del consumo de alimentos altamente calóricos y el estilo de vida sedentario son factores clave que agravan esta situación. Políticas públicas como el etiquetado nutricional claro, la regulación de la publicidad de alimentos poco saludables y la promoción de la actividad física son esenciales para mitigar esta problemática. La intervención del Estado en la regulación de la industria alimentaria y la promoción de hábitos saludables son necesarios para revertir las tendencias actuales y mejorar la salud de la población. Las preguntas que se asocian con esta temática son:

1. Para abordar el problema de la obesidad en la población, el Estado requiere que las cadenas de restaurantes, como Presto, Papa Johns, Frisby, El Corral y otros, exhiban una etiqueta que detalle el contenido calórico de sus platos.
2. Con el objetivo de reducir la ingesta de alimentos poco saludables, el Estado requiere la implementación de un sistema de etiquetado de alimentos conocido como semáforo de alimentos, que identifica los productos saludables con un icono verde, los poco saludables con rojo y los neutrales con amarillo.
3. Con el fin de detener el aumento de la obesidad, el Estado impone a los supermercados la prohibición de colocar comestibles con alto grado de azúcar en los puntos de pago.

4. Con el propósito de evitar el consumo de alimentos poco saludables, el Estado establece una normativa que obliga a las grandes cadenas de supermercados a ubicar los alimentos más saludables en lugares destacados para los clientes.
5. Con el fin de combatir la obesidad, el Estado establece la obligación de disminuir el tamaño de los envases para contrarrestar el consumo elevado de alimentos procesados.
6. Para reducir la obesidad infantil, el Estado sugiere que las cafeterías escolares adopten nombres ingeniosos para los vegetales que resalten sus propiedades saludables, como, por ejemplo, referirse a la zanahoria como ‘zanahoria de la vista de ‘súper man’.

Para compararlas se emplea el estadístico de *Cochran's* que evalúa la asociación condicional de dos variables binarias, en este caso: está de acuerdo o no, frente a unos postulados.

- H_0 : los grupos son homogéneos frente a las propuestas de políticas para combatir la obesidad.
- H_a : los grupos no son homogéneos frente a las propuestas de políticas para combatir la obesidad.

Los resultados de las pruebas son:

- *Alpha*; 0,05
- Q-stat; 30,37037037
- Df; 4
- p-value; 4,11411E-06;
- Sig; yes

Puesto que el valor P es menor que 0.05, se tiene que la prueba es positiva, se rechaza H_0 y se acepta H_a . Es decir, la aceptación de las políticas sí es diferente para cada propuesta, ya que, si

bien hay un buen grado de aceptación de implementación de políticas para combatir la obesidad (en promedio 91,2%), hay estrategias con mayor aceptación:

Entre ellas, las estrategias de detallar el contenido calórico de los alimentos por parte de los restaurantes de comida rápida como Presto, Papa Johns, Frisby, El Corral y la implementación de un sistema de etiquetado conocido como semáforo de alimentos y el que el estado establezca una normativa que obliga a las grandes cadenas de supermercados a ubicar los alimentos más saludables en lugares destacados para los clientes. Las anteriores propuestas están categorizadas como nudges informados, ya que los consumidores pueden conocer la información y tomar las decisiones.

12.2 Medioambiente

La degradación ambiental causada principalmente por la explotación insostenible de recursos naturales y la emisión descontrolada de contaminantes, representa una amenaza para la biodiversidad y la salud humana. Las políticas públicas deben enfocarse en la mitigación del cambio climático, la reducción de emisiones de carbono y la promoción de prácticas sostenibles en todos los sectores de la economía. Implementar tarifas de energía verde, imponer tasas sobre emisiones contaminantes y fomentar el uso de energías renovables son estrategias que pueden contribuir significativamente a la protección del medio ambiente.

- Ho: los grupos son homogéneos frente a las propuestas de políticas para combatir la contaminación del medioambiente
- Ha: los grupos no son homogéneos frente a las propuestas de políticas para combatir la contaminación del medioambiente

1. Con el objetivo de combatir el desperdicio energético, el Estado sugiere a las empresas prestadoras del servicio de energía que inscriban automáticamente a sus clientes en una tarifa de energía verde o limpia, aunque más costosa que la convencional, permitiendo a los clientes cancelarla en cualquier momento
2. Con el fin de reducir la contaminación producida por los desplazamientos, el Estado establece que las aerolíneas deben incorporar en sus tarifas una pequeña tasa por emisiones de carbono. Los viajeros tienen la posibilidad de evitarla si lo comunican directamente a la aerolínea
3. Con el propósito de reducir la contaminación ambiental y promover una alimentación más saludable, el Estado requiere que los restaurantes escolares ofrezcan en su menú, un día sin carne a la semana.

Los resultados de las pruebas son:

- *Alpha*; 0,05;
- Q-stat; 0
- df; 1
- p-value; 4,11411E-06;
- Sig; Not

El nivel de aceptación de las propuestas asociadas al medio ambiente es cercano al 65 %. Es decir, estos nudges que incluyen una sanción económica como en el caso de la factura o el pago por las emisiones de carbono generadas, deben ser propuestas de una forma que genere un mayor nivel de

aceptación. También realizar las pruebas de comparación del estadístico de *Cochran's*, se encuentra que no hay diferencias entre el nivel de aceptación.

12.3 Salud pública

La salud pública enfrenta múltiples desafíos, desde enfermedades transmisibles y no transmisibles hasta la seguridad alimentaria y la resistencia a los antibióticos. Las políticas de salud pública deben centrarse en la prevención, promoción de la salud y la equidad en el acceso a servicios sanitarios. Campañas educativas, políticas de vacunación obligatoria y la regulación de productos nocivos como el tabaco y el alcohol son fundamentales para mejorar los indicadores de salud de la población. La colaboración intersectorial y el uso de datos para la toma de decisiones informadas son aspectos relevantes para el éxito de estas políticas.

- Ho: los grupos son homogéneos frente a las propuestas de políticas para mejorar la salud pública.
 - Ha: los grupos no son homogéneos frente a las propuestas de políticas para mejorar la salud pública.
1. Para reducir el número de muertes y accidentes en carretera, el Estado utiliza campañas educativas que presentan imágenes explícitas diseñadas para desincentivar a los conductores a usar sus teléfonos mientras conducen]
 2. Con el fin de desalentar el consumo excesivo de alimentos y tabaco, el Estado impone a las empresas el uso de publicidad persuasiva en cines, como anuncios que se muestran tan brevemente que no son percibidos por el público]

3. Para prevenir muertes por falta de donantes de órganos, el Estado implementa una ley que obliga a las personas a decidir sobre la donación de órganos al obtener la licencia de conducción
4. Con el fin de evitar el exceso de consumo de alimentos y tabaco, el Estado impone a las salas de cine presentar mensajes intuitivos sobre los riesgos asociados con el tabaquismo y la obesidad antes de la proyección de las películas.

El grado de aceptación de estas políticas es del 88.5%, donde con el test de del estadístico de *Cochran's*, se obtiene que existe diferencias entre los grados de aceptación de las políticas:

Los resultados de las pruebas son:

- *Alpha*; 0,05
- Q-stat; 9,31428571
- Df; 2
- p-value; 0,00949355
- Sig; yes

Las propuestas con mayor grado de aceptación se relacionan con la utilización de campañas educativas para desincentivar a los conductores a usar sus teléfonos mientras conducen y la que tiene menor grado de aceptación es en la cual el estado implementa una ley que obliga a las personas a decidir sobre la donación de órganos al obtener la licencia de conducción. Nuevamente, las políticas que son obligatorias.

12.4 Infancia

La protección y el bienestar infantil son prioritarios para el desarrollo sostenible de una sociedad. Las políticas públicas deben garantizar el acceso a la educación, salud, nutrición adecuada y un entorno seguro para los niños. Problemas como la malnutrición, el trabajo infantil y la falta de acceso a servicios de salud y educación requieren intervenciones específicas y sostenidas. Programas de alimentación escolar, campañas de vacunación y políticas de protección contra el abuso y la explotación son esenciales para asegurar un desarrollo integral y saludable de los niños.

- Ho: los grupos son homogéneos frente a las propuestas de políticas para proteger la infancia y el bienestar
 - Ha: los grupos no son homogéneos frente a las propuestas de políticas para para proteger la infancia y el bienestar.
1. Con el fin de detener el aumento de la obesidad, el Estado impone a los supermercados la prohibición de colocar comestibles con alto grado de azúcar en los puntos de pago.
 2. Con el propósito de evitar el consumo de alimentos poco saludables, el Estado establece una normativa que obliga a las grandes cadenas de supermercados a ubicar los alimentos más saludables en lugares destacados para los clientes.
 3. Para reducir la obesidad infantil, el Estado sugiere que las cafeterías escolares adopten nombres ingeniosos para los vegetales que resalten sus propiedades saludables, como, por ejemplo, referirse a la zanahoria como 'zanahoria de la vista de 'súper man'.

4. Con el fin de combatir el consumo de alimentos no saludables, el Estado impone que, en la carta de alimentos de los restaurantes, los productos más saludables siempre estén en primer lugar.

Los resultados de las pruebas son:

- *Alpha*; 0,05
- Q-stat; 16,1714286
- Df; 2
- p-value; 0,00030791
- Sig; yes

El grado de aceptación de las políticas de bienestar infantil es de un 76.4%. Entre las propuestas hay una diferencia significativa, donde las propuestas de ubicación de los alimentos más saludables en las partes más visibles del supermercado y el de menor aceptación es la prohibición de colocar comestibles con alto grado de azúcar en los puntos de pago de los supermercados. Finalmente, desde el concepto de Nudge propuesto, solo el 19.6% afirma conocer que es un nudge. Asimismo, los términos asociados a nudge que expuestos por las personas vinculadas en la investigación son representados en esta nube de palabras:

Figura 1.*Nube de palabras*

13. CONCLUSIONES

En el contexto de la implementación de nudges como herramienta de política pública en el municipio de Armenia Quindío se han obtenido varios hallazgos relevantes que sustentan su pertinencia y efectividad. El uso de nudges se ha consolidado como un enfoque innovador y eficiente para influir en el comportamiento de los ciudadanos sin restringir su libertad de elección. Este enfoque, respaldado por la estructura jurídica y filosófica además de las teorías económicas y psicológicas, han demostrado ser efectivos en diversos contextos internacionales y presentan potencial de adaptación en el ámbito local. La revisión de la literatura y la recopilación de datos empíricos en Armenia Quindío han permitido identificar intervenciones exitosas que pueden ser replicadas o adaptadas a las necesidades específicas de la población.

Los nudges relacionados con la salud han mostrado resultados significativos en la promoción de comportamientos saludables. Ejemplos como la reubicación de alimentos saludables en supermercados, el etiquetado nutricional y la promoción de actividad física mediante campañas visuales han sido efectivos en reducir el consumo de alimentos poco saludables y en aumentar la actividad física. Estas intervenciones no solo mejoran la salud individual, sino que también contribuyen a la sostenibilidad del sistema de salud pública al reducir la incidencia de enfermedades relacionadas con la dieta y el sedentarismo. En el ámbito medioambiental, los nudges han sido utilizados para fomentar prácticas sostenibles como el uso eficiente de la energía y la reducción de residuos. Estrategias como la implementación de informes de consumo energético personalizados y la promoción de transporte público mediante incentivos han demostrado ser efectivas en modificar el comportamiento de los ciudadanos hacia opciones más sostenibles. Estas

intervenciones son cruciales para abordar los desafíos ambientales y promover un desarrollo urbano más sostenible.

La conducta ciudadana también se ha visto beneficiada por la aplicación de nudges. Intervenciones que facilitan la toma de decisiones cívicas, como la inscripción automática en programas de ahorro para la jubilación y la promoción de comportamientos pro-sociales mediante la normativa social, han mostrado una aceptación importante entre los ciudadanos. Estas estrategias mejoran el bienestar individual y colectivo y fortalecen la cohesión social y la participación comunitaria. En conclusión general, la implementación de nudges en el municipio de Armenia es viable y presenta múltiples beneficios. Los ejemplos identificados se alinean con las necesidades y contextos locales además se basan en evidencia empírica y en teorías sólidas. La aplicación de estos nudges puede contribuir a la mejora de la salud pública, la sostenibilidad ambiental y la conducta cívica, creando un impacto positivo y duradero en la comunidad.

Referencias

- Álvarez, M. y Godinho, C. (2015). With a little help of a nudge: environmental health regulation. *Sensos*, 5 (2), 153-168
- Camerer, F. (2003). Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction. Princeton University.
- Castillo, F. (2022). Libertad de expresión: la perspectiva de John Stuart Mill [tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Pereira].
- De Ridder, D., Kroese, F., & van Gestel, L. (2022). Nudgeability: Mapping Conditions of Susceptibility to Nudge Influence. *Perspectives on Psychological Science*, 17(2), 346-359. <https://doi.org/10.1177/1745691621995183>
- Dewey, J. (2014). Naturaleza humana y conducta. Fondo de Cultura Económica.
- Dworkin, G. (1971). *Paternalism*. Wadsworth Publishing Company.
- Ensaff, H. (2021). A nudge in the right direction: the role of food choice architecture in changing populations' diets. *Proceedings of the Nutrition Society*, 80(2), 195–206. doi:10.1017/S0029665120007983
- Hauslbauer, A.L., Schade, J., Drexler, C.E. (2022). Extending the theory of planned behavior to predict and nudge toward the subscription to a public transport ticket. *Eur. Transp. Res.* 14, (5). <https://doi.org/10.1186/s12544-022-00528-3>
- Herbert, G. (2004). The human conduct. New York: AltaMira Press.
- Kanheman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Penguin Random House.

- 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>
- Mill, J. S. (2016). Sobre la libertad. Editorial Verbum.
- Ministerio de Desarrollo Económico de Nueva Zelanda (2007). *Inland Revenue, KiwiSaver evaluation*. Ministerio de Desarrollo Económico,
- Münscher, R., Vetter M. & Scheuerle, T. (2016). A review and taxonomy of choice architecture techniques. *J Behav Decis Mak*, 29 (5), 11–24.
- Lim, T. (2020) Using of Nudge Approaches for Sustainable Energy. *Int J Environ Sci Nat Res*, 25 (3): 556174. DOI:10.19080/IJESNR.2020.26.556174
- Oe, H. & Yamaoka, Y. (2022). Discussion of citizen behavioural change using the nudge effect: a perspective based on social policy interventions. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42 (11-12), 1013-1027. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2021-0210>
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. *Psychological science*, 31(7), 770–780. <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>
- Raban MZ, Gonzalez G, Nguyen AD, Newell BR, Li L, Seaman KL, Westbrook JI. (2023). Nudge interventions to reduce unnecessary antibiotic prescribing in primary care: a systematic review. *BMJ Open*, 13(1):e062688. doi: 10.1136/bmjopen-2022-062688. PMID: 36657758; PMCID: PMC9853249.
- Schmidt, A. (2019) Getting Real on Rationality. *Behavioral Science, Nudging, and Public Policy, Ethics* 129: 511–543.

- Sunstein, C. R. (1997). A Behavioral Approach to Law and Economic. *Stanford Law Review*, 50, 1471–1550. http://www.law.harvard.edu/programs/olin_center/papers/pdf/236.pdf
- Sunstein, C. R. (2016a). Do people like nudges? *Administrative Law Review*, 68(2). <https://www.jstor.org/stable/24800288>
- Sunstein, C. R. (2016b). People prefer system 2 nudges (kind of). *Duke Law Journal*, 66(1). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2731868>
- Sunstein, C. R. (2017). *Paternalismo Libertario*. Herder Editorial.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). *Un pequeño empujón (Nudge)*. Taurus.
- Thaler, R. and Sunstein, C. (2009). Nudge. *supra* note 1, pp. 19–22.
- Waldron, J. (2014). *It's All for Your Own Good*. The New York Review of Books. <https://www.nybooks.com/articles/2014/10/09/cass-sunstein-its-all-your-own-good/>
- Wieland, W. (1996). *La razón y su praxis*. Editorial Bibio.
- Zhao, L., Zheng, Y., Compton, B. J., Qin, W., Sun, W., Fang, F., Fu, G., Heyman, G. D., & Lee, K. (2022). Subtle alterations of the physical environment can nudge young children to cheat less. *Developmental Science*, 25, e13190. <https://doi.org/10.1111/desc.13190>