



Diseñando inclusión con propósito

Reto de Innovación para el sector financiero colombiano
basado en economía conductual y enfoque de género

Del diagnóstico a la acción
24 de septiembre de 2026



CONOCE AL EQUIPO DE EXPERTAS Y EXPERTOS



**Camilo Ordóñez-
Pinilla**

Laboratorio de Ciencias
comportamiento,
Innovación y Desarrollo

Departamento de
Psicología

Universidad de los Andes

Científico del comportamiento y científico cognitivo. Investiga la relación entre cognición, normas y conducta, y diseña nudges e intervenciones para el cambio de comportamiento y el cambio social. PhD y MSc en Psicología (Universidad de los Andes); pregrado y MSc en Filosofía (Universidad Nacional de Colombia)



**“Lo que no se mide no se puede
gestionar ni mejorar”**

“Lo que no se mide no se puede
gestionar ni mejorar”

El producto que diseñé, ¿funcionó?



RETO

Personas en situación de vulnerabilidad económica que pueden acceder a ayudas para ir a la Universidad no llenan las solicitudes de ayuda financiera



Solución (ciencias del comportamiento)

- Capacitación de impuestos
- Formulario pre-cargado
- Información clara: estimados de la ayuda vs. costo de las matrículas



Implementación y resultados

Acompañamientos - Información
Aumenta 8% permanencia en la universidad

THE ROLE OF APPLICATION ASSISTANCE AND
INFORMATION IN COLLEGE DECISIONS: RESULTS FROM
THE H&R BLOCK FAFSA EXPERIMENT¹⁶

ERIC P. BETTINGER
BRIDGET TERRY LONG
PHILIP OREOPOULOS
LISA SANBONMATSU



RETO

Deudores de préstamos se atrasan en sus pagos



Implementación y resultados

Enviar diferentes tipos de mensajes a grupos de clientes (7,029)
Aumenta pago en un 4%



Solución (ciencias del comportamiento)

- Mensajes motivando el pago
 - Atención
 - Reciprocidad
 - Normas morales
 - Normas sociales

Mensajes comportamentales y repago de préstamos*

Giorgia Barboni[†]

Juan Camilo Cárdenas[‡]

Nicolás de Roux[§]

18 de Noviembre de 2022

El producto que diseñé, ¿funcionó?

- Diseñé el producto para ayudar a que mi población objetivo cambie su comportamiento en cierta manera
- Punto de quiebre: exposición-uso de mi producto
- Mido: cómo cambió el comportamiento

El producto que diseñé, ¿funcionó?

- Diseñé el producto para ayudar a que mi población objetivo cambie su comportamiento en cierta manera
- Punto de quiebre: exposición-uso de mi producto
- Mido: cómo cambió el comportamiento (insuficiente)

El producto que diseñé, ¿funcionó?

- Diseñé el producto para ayudar a que mi población objetivo cambie su comportamiento en cierta manera
- Punto de quiebre: exposición-uso de mi producto
- Mido: cómo cambió el comportamiento (insuficiente)
- Si hay cambio, que fue gracias a (a causa de – influenciado por) mi producto

El producto que diseñé, ¿funcionó?

- Si hay cambio, que fue gracias a (a causa de – influenciado por) mi producto
 - HUBO CAMBIO
 - FUE POR MI PRODUCTO Y NO POR OTRA COSA

Enviar diferentes tipos de mensajes a grupos de clientes (7,029)
Aumenta pago en un 4%

Acompañamientos - Información
Aumenta 8% permanencia en la universidad

¡Funcionó!

Enviar diferentes tipos de mensajes a grupos de clientes (7,029)
Aumenta pago en un 4%

Acompañamientos - Información
Aumenta 8% permanencia en la universidad

¿Funcionó?

¿Funcionó?

Enviar diferentes tipos de mensajes a grupos de clientes (7,029)
Aumenta pago en un 4%

Acompañamientos - Información
Aumenta 8% permanencia en la universidad

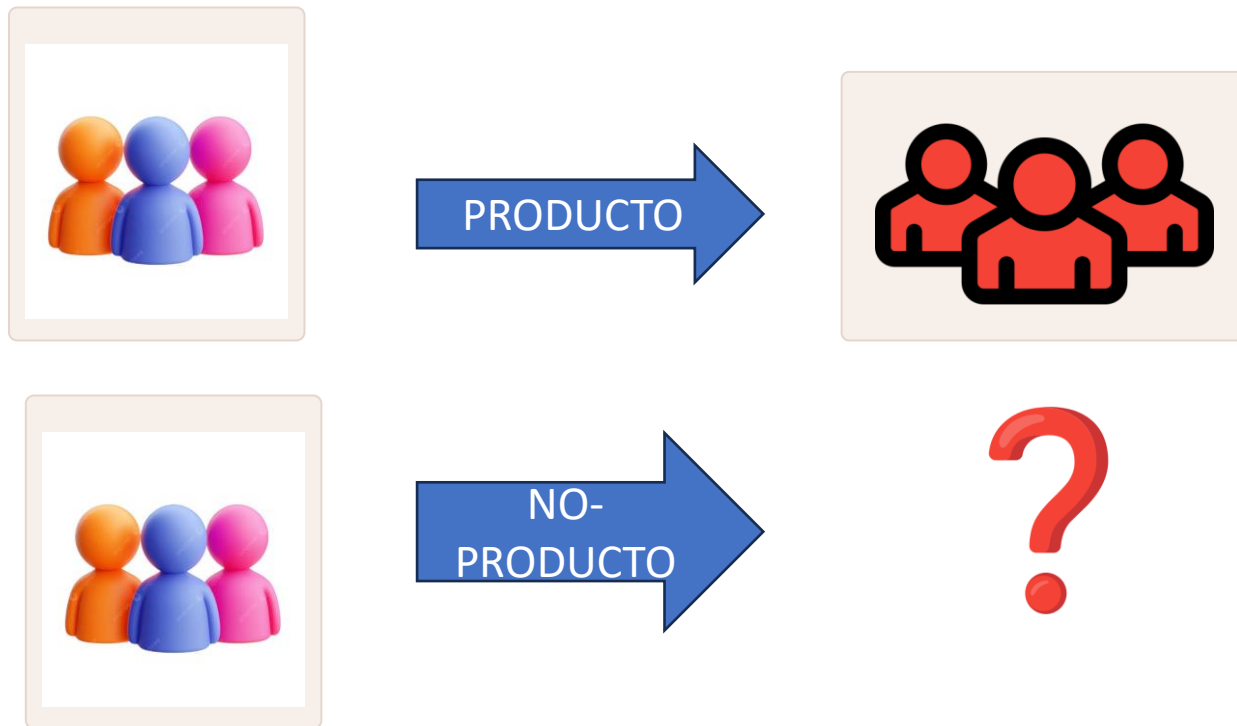
- **Hubo un cambio**
- **¿Fue por mi producto?**
- **¿Qué hubiera pasado si las personas no hubieran sido expuestas o usado mi producto?**

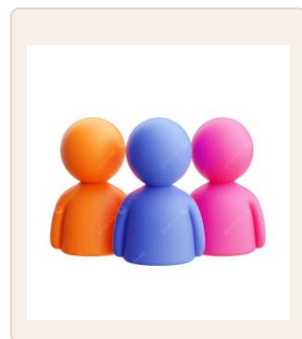
¿Funcionó?

Enviar diferentes tipos de mensajes a grupos de clientes (7,029)
Aumenta pago en un 4%

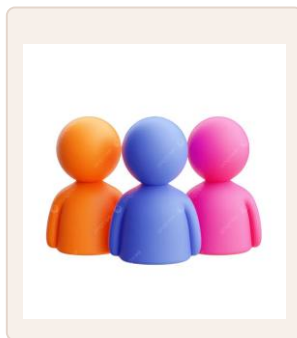
Acompañamientos - Información
Aumenta 8% permanencia en la universidad

- **Hubo un cambio**
- **¿Fue por mi producto?**
- **¿Qué hubiera pasado si las personas no hubieran sido expuestas o usado mi producto? (contrafactual)**





P1-
Gemelos

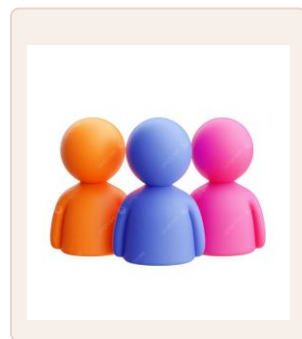


P2 –
Control de
exposición

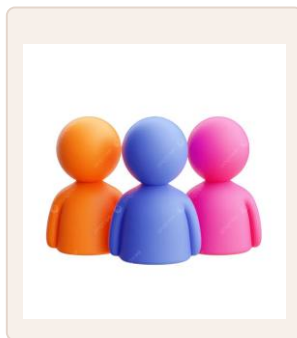


¿cómo?

Test A/B



P1-
Gemelos



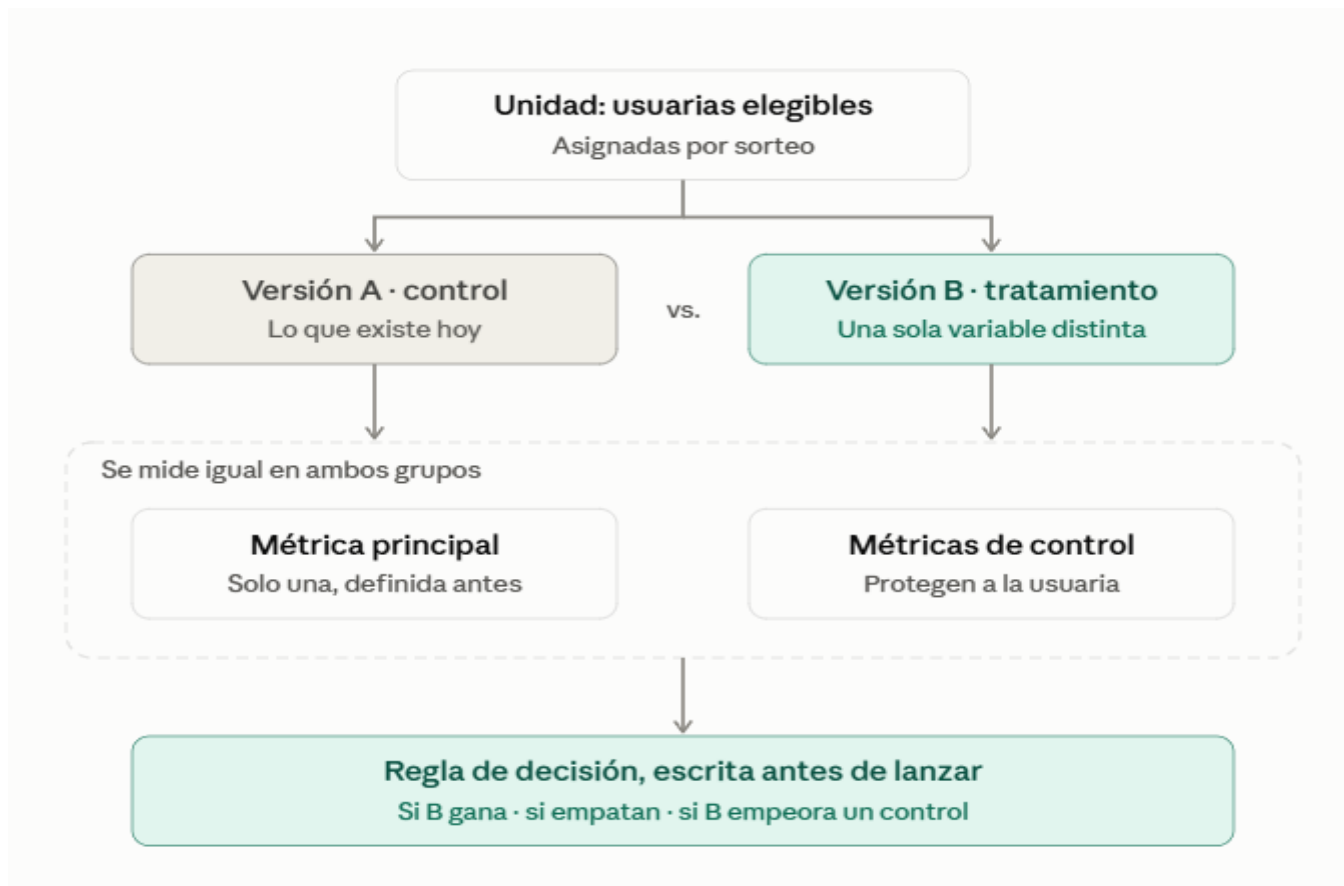
P2 –
Control de
exposición

S2 - Versiones

s1-
Aleatorización

¿cómo?

Test A/B: expongo a grupos aleatorizados a dos versiones de un tratamiento (producto) y mido las diferencias de efecto (comportamiento)



ÉXITO

- Volumen de usuarios alto (y variado)
 - Herramienta de control para dividir los grupos con aleatorización
 - Posibilidad de controlar que los cambios se relacionen solo con los cambios en mi producto (no otras cosas que estén pasando en 'el mundo')
-

ALERTAS

- Poco volumen de usuarios
- Otros cambios concomitantes de mi organización o externos que no puedo controlar
- "Contaminación"
- Aleatorización en los grupos cree condiciones de injusticia (estar en grupo es no recibir la condición de los que están en otros grupos, ¿hasta cuándo eso es justo? COMITÉS DE ÉTICA – REFLEXIÓN ÉTICA)

- "Cooperativa Manos Unidas":
- 35.000 socias, 70% mujeres emprendedoras.
- Quiere cambiar la pantalla de oferta de crédito: mostrar la cuota semanal en pesos y reencuadrar el pago puntual como "cuida tu cupo" (pérdida) en lugar de "gana un cupo mayor" (ganancia).
- La solicitud llega por la app (unas 2.500 al mes) o por asesoras en oficina (unas 1.500). Las asesoras suelen comentar la oferta con las socias.
- Decisión de cuál producto dejar: 6 semanas
- FACTIBILIDAD DEL TEST A/B



Test A/B: tener una hipótesis clara

Test A/B: tener una hipótesis clara

una hipótesis modelo: "Si cambiamos A por B en [población], entonces [métrica] mejorará al menos [X%] porque [mecanismo]"

- "Cooperativa Manos Unidas":
- 35.000 socias, 70% mujeres emprendedoras.
- Quiere cambiar la pantalla de oferta de crédito: mostrar la cuota semanal en pesos y reencuadrar el pago puntual como "cuida tu cupo" (pérdida) en lugar de "gana un cupo mayor" (ganancia).
- La solicitud llega por la app (unas 2.500 al mes) o por asesoras en oficina (unas 1.500). Las asesoras suelen comentar la oferta con las socias.
- Decisión de cuál producto dejar: 6 semanas
- DISEÑO DE EL TEST A/B



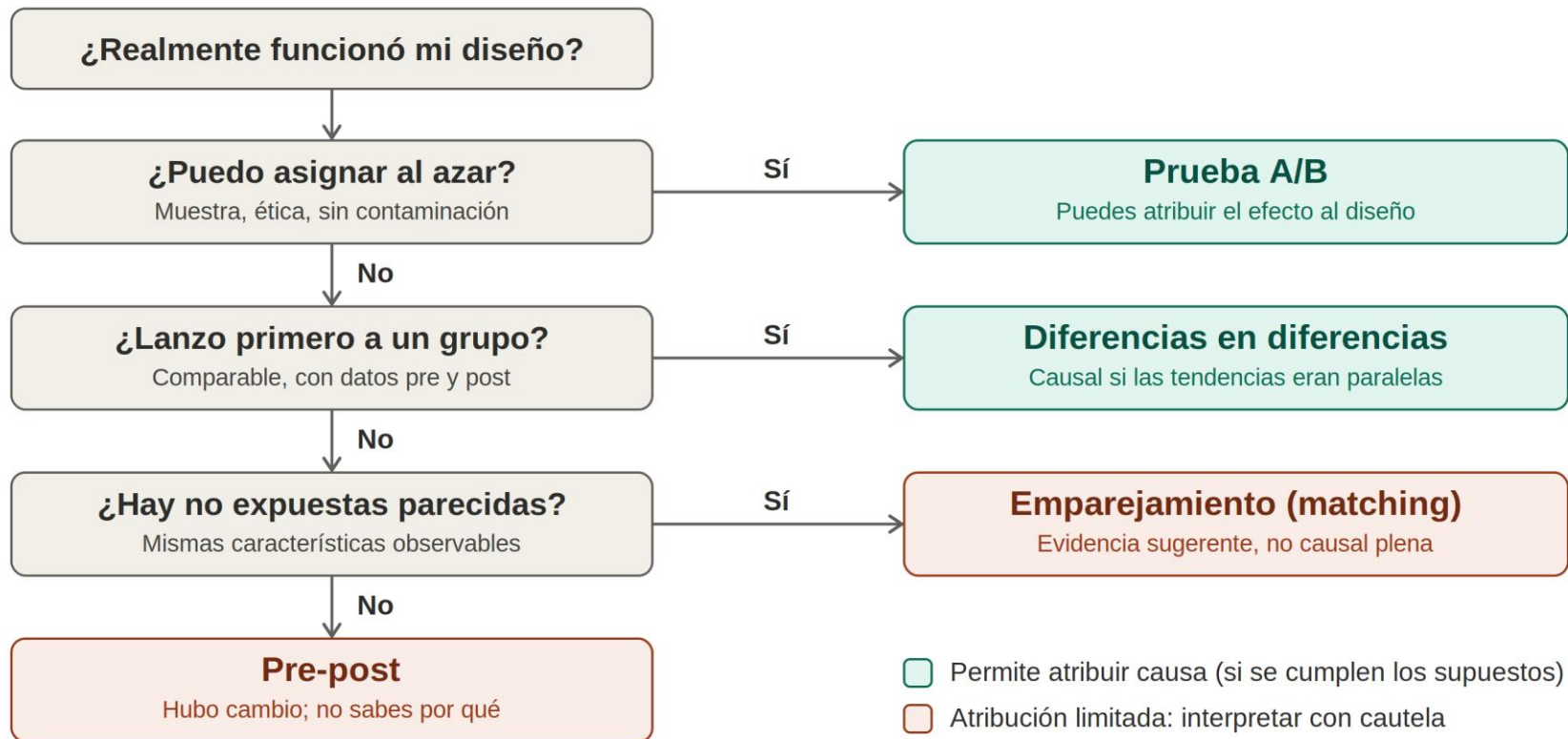
Test a/b

- Aleatorización
- Control de exposición

Test a/b

- Aleatorización Control de exposición

Flujo de decisión: ¿cómo evalúo mi diseño?



Cuanto más abajo, más prudencia al interpretar los resultados

Evalúennos

