



SEMANA DE AVALIAÇÃO
gLOCAL
Partilhando conhecimento
local e global de avaliação

#gLocalEval2020

*Partilhe suas experiências.
Faça novas conexões.*

DE 1 A 5 DE 2020 DE JUNHO

Visite theclearinitiative.org

ORGANIZADA PELA:

clear

Centros de Aprendizagem em Avaliação e Resultados



Ciências comportamentais: aprendizados e desafios no desenho, execução e geração de evidências empíricas por meio de experimento

Flávia Ávila

Economista (UnB) e Mestre em Behavioral Economics pelo Center of Decision Research e Experimental Economics (CeDEX). CEO da InBehavior Lab, fundadora rede Economia Comportamental.org e co-organizadora do Guia de Economia Comportamental e Experimental (economicscomportamental.org/guia)

COMO FAZERMOS ESCOLHAS?



Behavioural Government

Using behavioural science to improve how governments make decisions

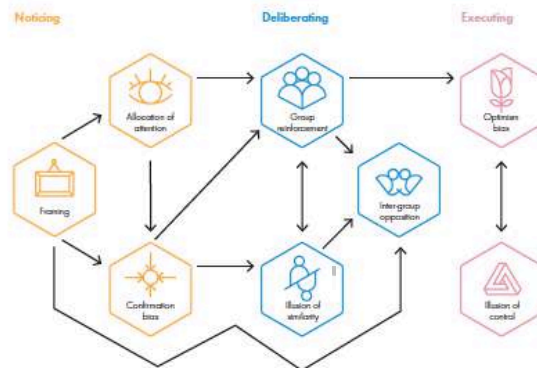
Michael Hallsworth / Mark Egan / Jill Rutter / Julian McCrea



Executive summary

Governments are increasingly using behavioural insights to design, enhance and reassess their policies and services. Applying these insights means governments adopt a more realistic view of human behaviour than they have done in the past – and may achieve better outcomes as a result.

However, elected and unelected government officials are themselves influenced by the same heuristics and biases that they try to address in others. This report explores how this happens – and how these biases can be addressed or mitigated. To do this, we focus on three core activities of policymaking: noticing, deliberating and executing.



3 Executing

Executing is about how policy intentions are translated into actions. The common theme here is that people tend to be overconfident in their judgements.

Optimism bias is a person's tendency to overestimate their abilities, the quality of their plans and the likelihood of future success. A recent study of US climate change officials found that they tended to be overconfident in their knowledge and abilities, particularly when they had more years of experience. Moreover, this overconfidence also meant they were more likely to take risky decisions (which is a problem if this risk-taking is based on false assumptions).

Illusion of control is the tendency to overestimate how much control one has over events. This can be a particular problem because policy often deals with complex systems where the link between cause and effect is not direct or obvious. By solving a problem in one area, policymakers may cause unintended consequences in another part of the system. They may then keep trying to control them with new actions, not realising that the system is not responding as they intend.

Proposals
Below we give a selection of the strategies we have developed to mitigate these issues.

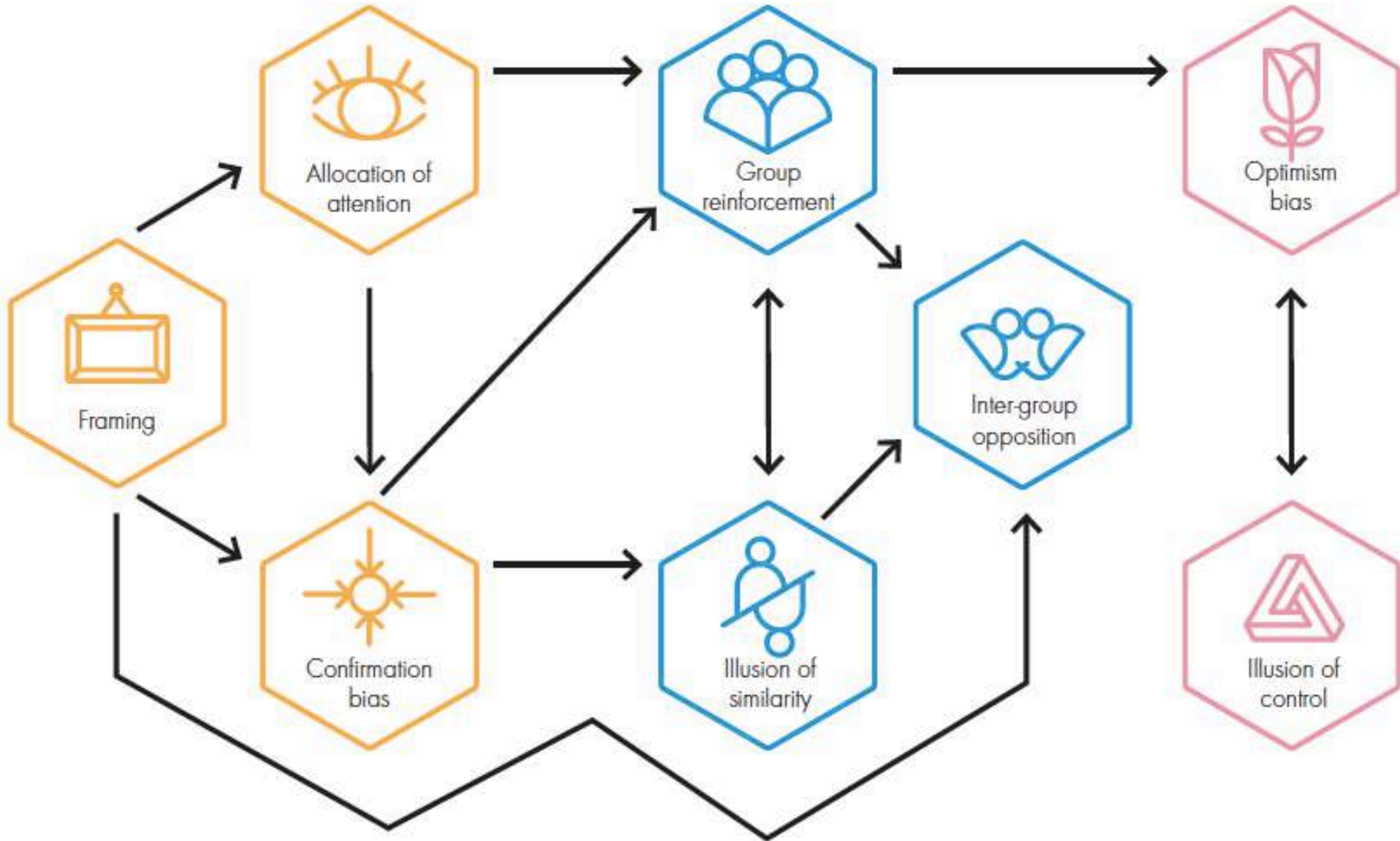
Issue	Strategy
Framing	Use re-framing techniques. Re-framing strategies can help actors change the presentation or substance of their position in order to find common ground and break policy deadlocks. Understanding how others frame an issue differently can lead to changes in emphasis that make a proposal mutually acceptable, or highlight actors that cost little to one side but are symbolically important to the other. We propose four main strategies for doing so: frame incorporation, frame reconversion, frame accommodation and frame synthesis.
Allocation of attention	Invest for windows of opportunity. One option is to incentivise longer-term investment in understanding policy areas that currently attract little attention but may attract more later. Governments will then be able to respond to sudden pressure for action with well-considered plans, rather than relying on whatever solutions come to mind quickly. A particularly useful strategy is to help officials to build strong external networks into academia and other sources of expertise, which will allow them to access advice and insight rapidly.
Confirmation bias	Build in opportunities to change course and revisit assumptions. Confirmation bias can mean that even weak proposals quickly become difficult to discard. There is scope for pre-planned 'break points', similar to those used in surgery, to allow current plans to be reappraised. Concerns about 'Ultimea' can be mitigated if the process is more open, if options are floated without a strong commitment and if feedback is taken on early. Require transparency about the evidence base used to make policy decisions. Policymakers may be incentivised to provide a better evidence review if they know it will be released externally. In addition, the quality of the evidence review may be improved by outside expert input. But this external scrutiny needs to come while the evidence base is still a work in progress. If the evidence base is seen as a finished product, confirmation bias may kick in and even useful contributions may be dismissed to defend the existing evidence review and its conclusions. Consider the opposite. When assessing evidence, one effective debiasing strategy is to 'consider the opposite'. This involves asking 'would you have made the same judgement if exactly the same study had produced results on the other side of the issue?' This strategy leads to a more objective assessment of the quality of evidence.



Noticing

Deliberating

Executing



overestimate
This can be
then deals with
an cause and
g a problem
unintended
stem. They may
w actions, not
g as they intend.

ologies we have

ors change the
ground and
a differently
acceptable,
important
incorporation,

so longer-term
attention but
to sudden
on whatever
help officials
s of expertise,

ptions.
some difficult
those used in
a 'Ultima' can
fract a strong

ake policy
evidence
quality of the
is external
progress. If
s may kick in
sing evidence

we do biasing
you have made
its on the other
sent of the

SISTEMA 01

“RÁPIDO”



**REINO DAS
HEURÍSTICAS**
(AUTOMATISMO)

SISTEMA 02

“DEVAGAR”



**REINO DAS
LÓGICAS**
(ALGORITMOS)



SISTEMA 01 “RÁPIDO” +

REINO DAS HEURÍSTICAS

(AUTOMATISMO)

CARACTERÍSTICAS

- INCONSCIENTE
- SEM ESFORÇO
- AUTOMÁTICO

*SEM consciência de si
NEM mesmo controle
“O que você vê é o que é”*

PAPEL

- AVALIAR SITUAÇÕES
- DAR RÁPIDAS ATUALIZAÇÕES

SISTEMA 02 “DEVAGAR” +

REINO DAS LÓGICAS

(ALGORITMOS)

CARACTERÍSTICAS

- DELIBERATIVO E CONSCIENTE
- TRABALHOSO
- PROCESSO MENTAL CONTROLADO

*COM consciência de si
mesmo E controle*

- LÓGICO E CÉTICO

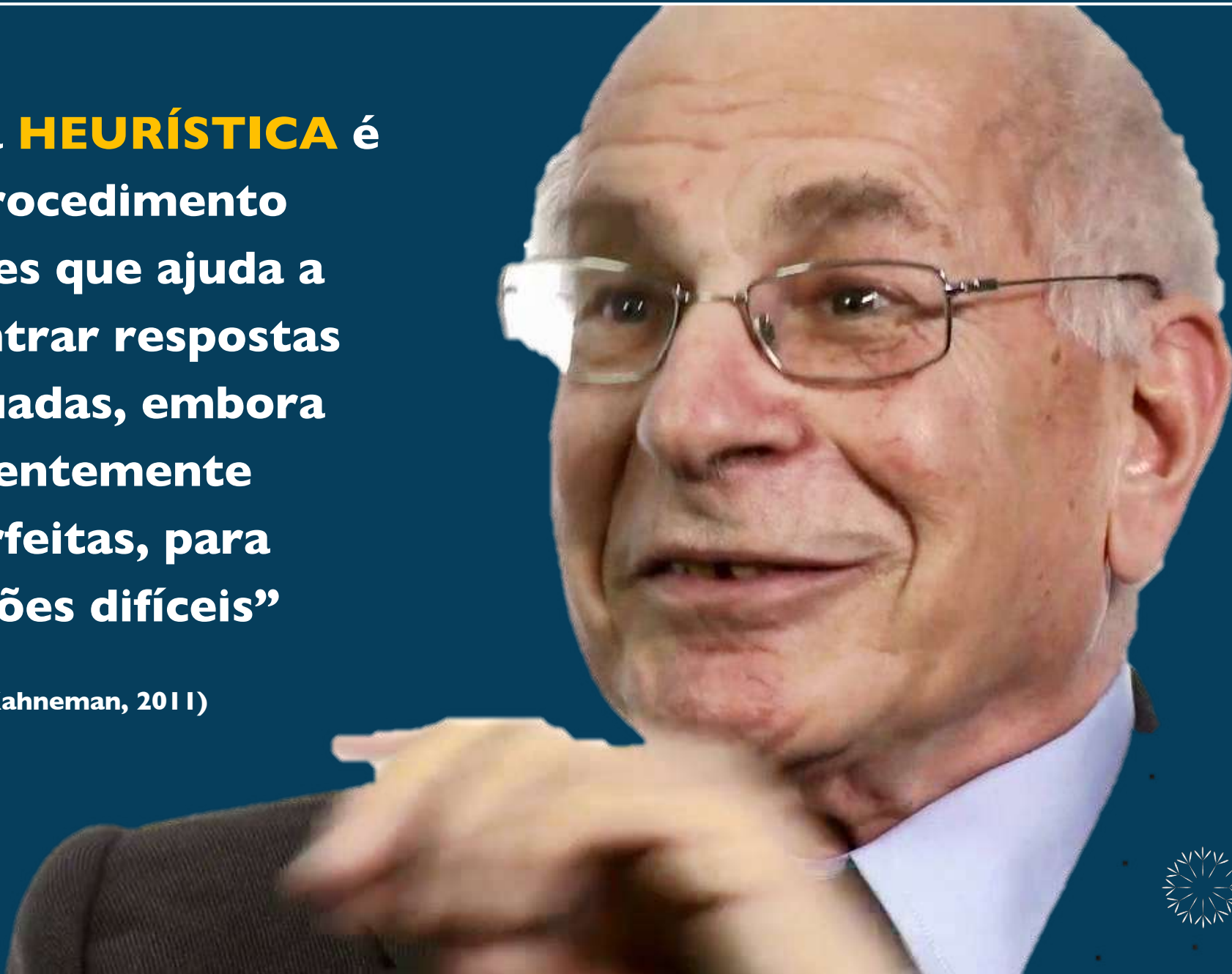
PAPEL

- PROCURA INFORMAÇÃO NOVA/OCULTA
- TOMA DECISÕES



“Uma **HEURÍSTICA** é um procedimento simples que ajuda a encontrar respostas adequadas, embora frequentemente imperfeitas, para questões difíceis”

(Daniel Kahneman, 2011)



EXEMPLO DE HEURÍSTICA IMPORTANTE HOJE E SEMPRE

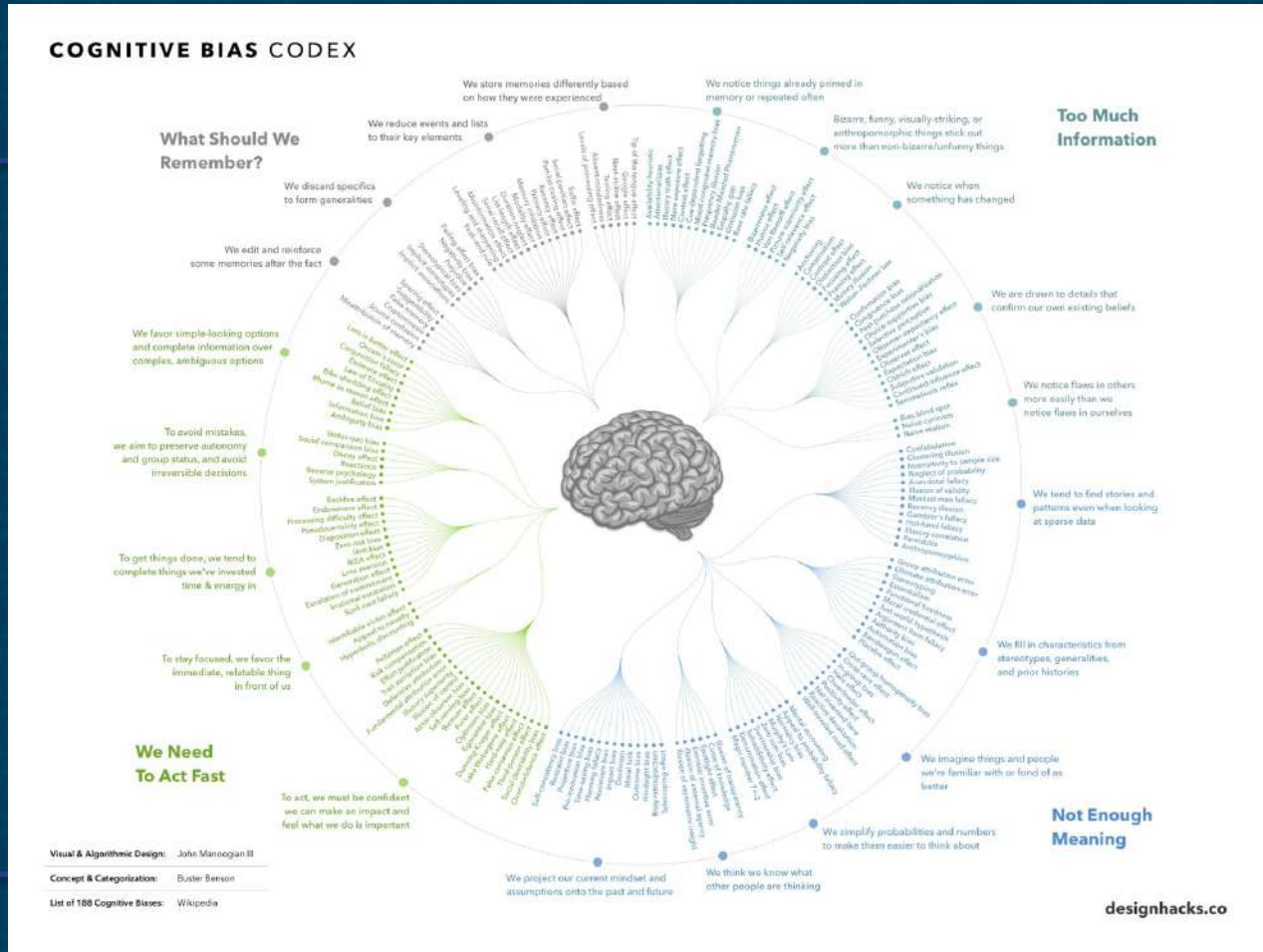


FONTE: FLÁVIA ÁVILA (2018)



O que
lembramos?

Precisamos
agir rápido!



Mais
Informação!

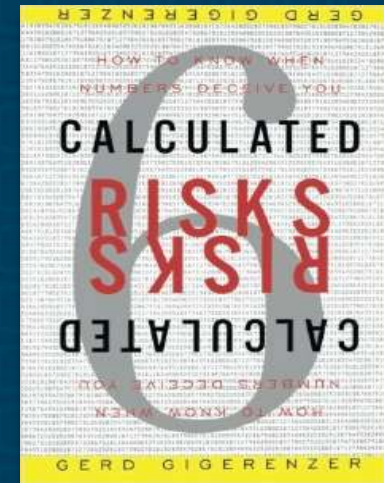
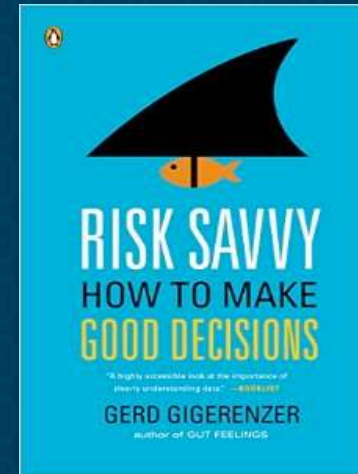
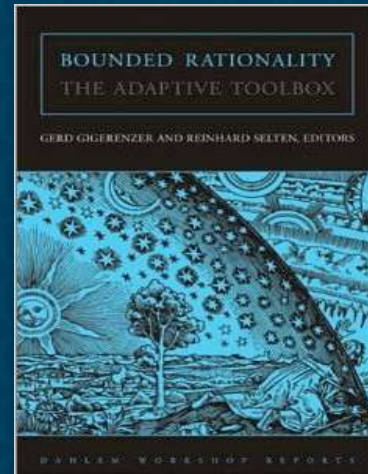
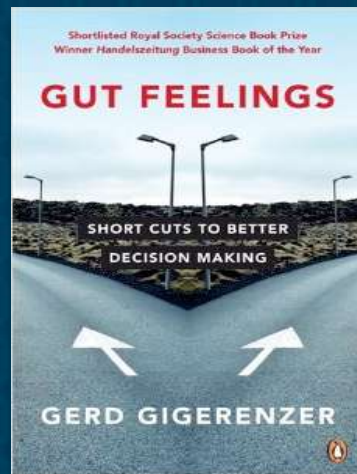
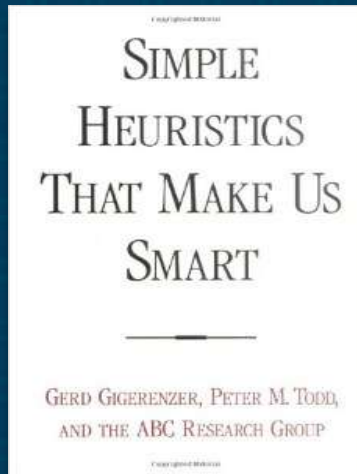
Sem tanto
significado!



“HEURISTICS ARE INDISPENSABLE FOR GOOD DECISIONS UNDER UNCERTAINTY. THEY ARE NOT THE PRODUCT OF A FLAWED.”

Gigerenzer, Todd & the ABC Research Group 1999.

"Simple heuristics that make us smart."



CIÊNCIAS COMPORTAMENTAIS COMO FERRAMENTA PARA PROMOVER MUDANÇAS COMPORTAMENTAIS

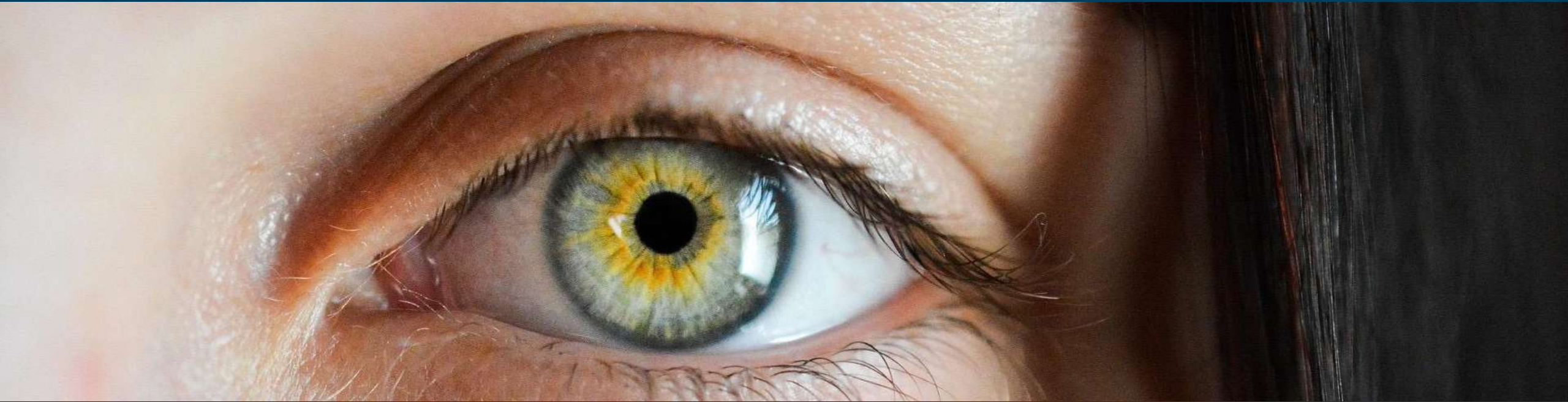
Como as pessoas
realmente se comportam?



Qual a diferença
entre intenção e ação?



Quais os gatilhos e vieses
que influenciam nossas
decisões? Quanto
influenciam?



**DECISÕES SÃO
RELATIVAS**

**INÉRCIA/
OPÇÃO
PADRÃO**



OS OUTROS

CONTEXTO



**IMEDIATO
VS FUTURO**



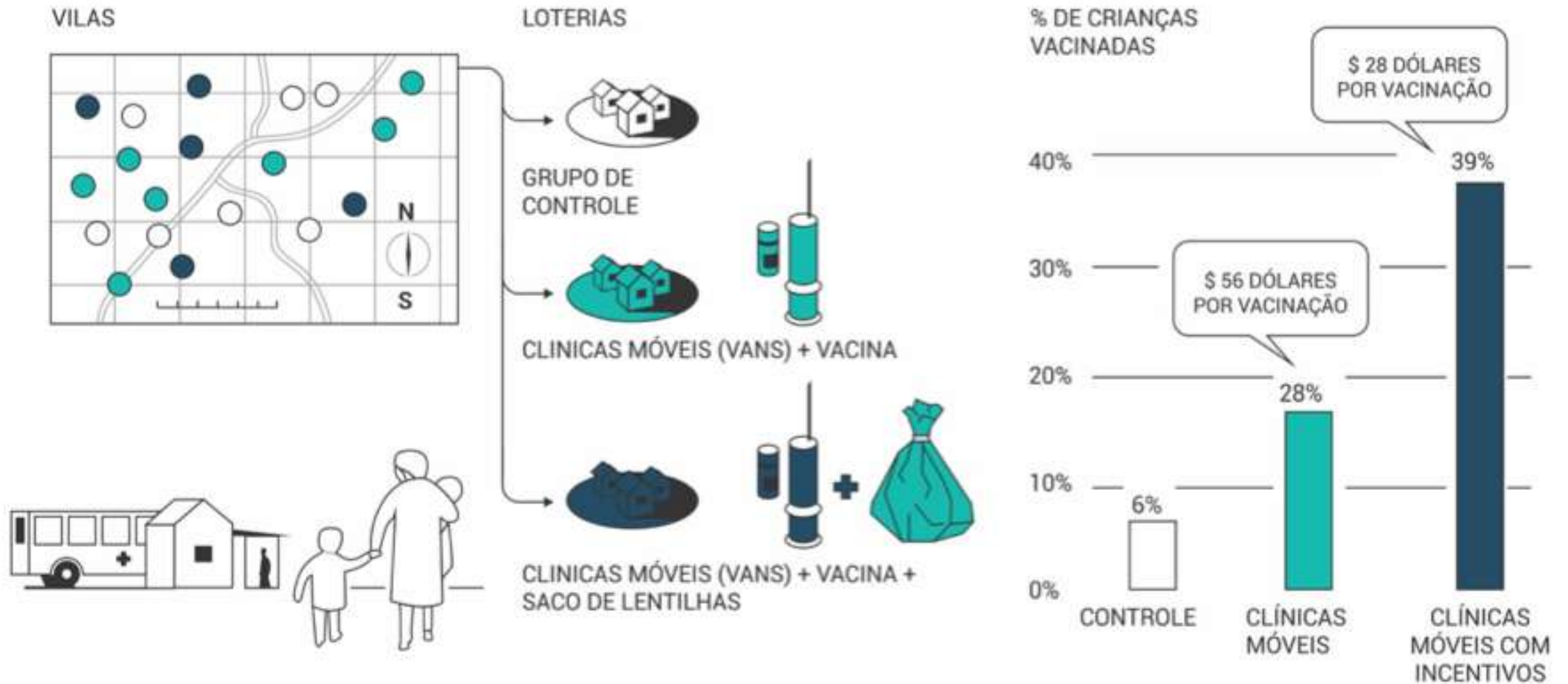
**AVERSÃO
À PERDA**



HEURÍSTICAS

FRAMING





Tradução livre pelo autor - © Johan Jarnestad/The Royal Swedish Academy of Sciences

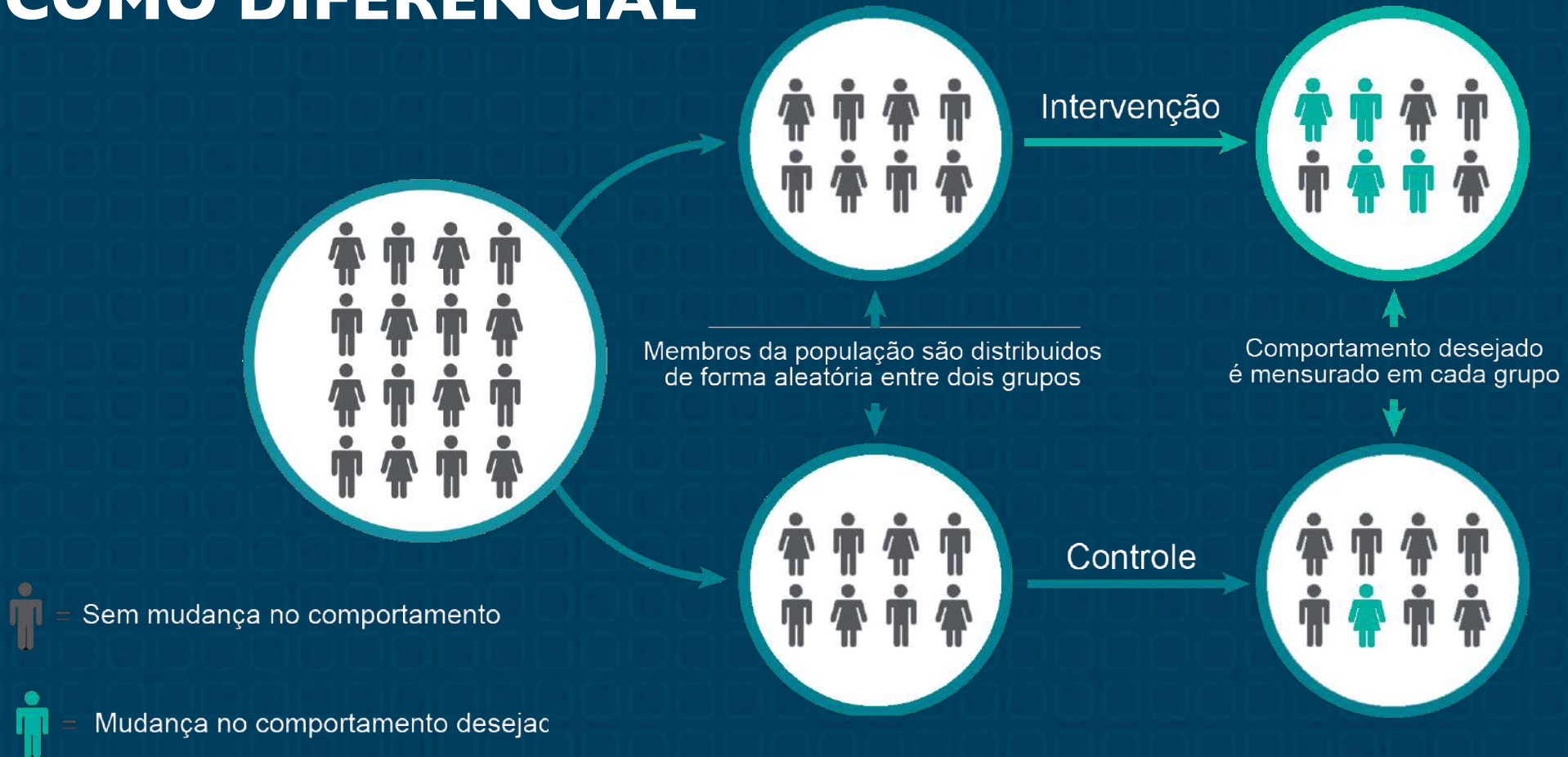


QUAL O GRANDE DIFERENCIAL?

DIFERENCIAL NAS PESQUISAS
EMPÍRICAS E FERRAMENTAS
EXPERIMENTAIS.

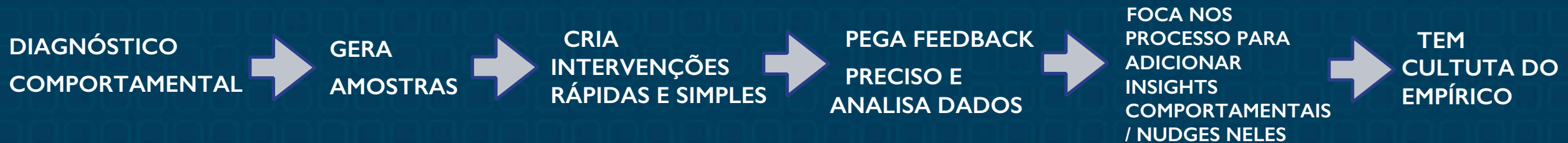


A METODOLOGIA EXPERIMENTAL COMO DIFERENCIAL



Fonte: EAST - Four simple ways to apply behavioural insights – Behavioral Insights Team

UM GOVERNO / ORGÃO EXPERIMENTAL COMO FONTE DE INOVAÇÃO



DECISÕES TOMADAS EM BASE A EVIDÊNCIA



AÇÕES BASEADAS EM EVIDÊNCIA



ARQUITETURA DE DECISÃO

Os líderes como arquitetos da decisão.
John Beshears, Francesca Gino. HBR 2015

O PROBLEMA

Nós muitas vezes tomamos decisões ruins (desalinhadas com os nossos interesses) não porque não sejamos inteligentes mas pela forma na qual o nosso cérebro está configurado.

A SOLUÇÃO

Em vez de tentar reconfigurar o cérebro humano – o que é extremamente difícil – mude o ambiente no qual as decisões são tomadas, para incentivar as pessoas a fazerem escolhas mais sábias



LIMITES DE VELOCIDADES

AUTOMÓVEIS

110
km/h

ÔNIBUS

90
km/h

CAMINHÕES

80
km/h





MATO GROSSO DO SUL



O QUE É UM NUDGE?



BEBER E DIRIGIR? A CIÊNCIA PODE EVITAR



Ação promovida pela Heineken em parceria com o Estado dos estados de São Paulo e Porto Alegre

Beber e dirigir? A ciência pode evitar

Experimento social inédito no Brasil realizado pela Heineken usa conceitos das ciências comportamentais para conscientizar e mudar o perigoso hábito de misturar álcool e direção

Misturar álcool e direção, como todos sabem, é uma combinação perigosa. Porém, nem consequências graves como muitas situações nem o risco de acidentes fatais conseguiram frear essa prática. Uma pesquisa global realizada pela Heineken em 2018 acendeu o sinal vermelho: 68% dos motoristas entrevistados revelaram beber antes de dirigir. Para entender o que leva as pessoas a manter o costume apesar dos riscos e alertas, pesquisadores das ciências comportamentais se debruçam sobre o tema. Recentemente, um estudo realizado no Brasil pela Heineken em parceria com a consultoria especializada InBehavior Lab agregou mais informações ao debate e indicou que, sim, é possível mudar o comportamento das pessoas que misturam álcool e direção.

das principais ferramentas utilizadas pelos praticantes e pesquisadores da área comportamental e têm como objetivo promover um determinado resultado ao trabalhar a arquitetura da escolha e aspectos conscientes e inconscientes do comportamento humano, sem modificar a estrutura dos incentivos ou limitar a escolha do indivíduo", explica Flávia Ávila, CEO da InBehavior Lab. "A ideia é usar os nudges para o bem e para melhorar a vida das pessoas", completa.

UM EMPURRÃOZINHO CONSCIENTE
Para o estudo no Brasil, foram selecionadas 18 intervenções baseadas em ciência e experiências do ser humano em áreas da economia comportamental (confira no quadro). Logo ao chegar, por exemplo, uma placa no serviço de manobrista dava o primeiro recado: "É simples! Quando dirigir, nunca beba". Na porta de entrada, adesivos replicavam a mensagem. Já dentro dos bares, pôsteres,

porta-copos, murais e até os espelhos dos banheiros estampavam essa e outras frases do objetivo. Marcar o lugar e o compromisso de não beber se fosse dirigir naquela noite. Realizado inicialmente na Inglaterra, em dez pubs das cidades de Reading e

Manchester, o experimento teve modificações para a aplicação em terras brasileiras. Os times da Heineken e da InBehavior consideram as diferenças culturais entre os dois países para adaptar os nudges de acordo com a nossa cultura. Nesse processo, foram realizadas entrevistas com 81 consumidores e foi testada a compreensão das peças criadas. As informações dessa etapa ajudaram os pesquisadores a definir os "empurrões" mais efetivos para a ação no Brasil.

RESULTADOS DO EXPERIMENTO
A primeira semana do experimento foi dedicada à fase chamada controle. Observadores avaliaram os locais, entrevistaram 437 motoristas e avaliaram o consumo e o comportamento real dos frequentadores sem as intervenções planejadas pela Heineken. Essa etapa forneceu os dados de comparação para a segunda fase do experimento, dessa vez com os bares sinalizados com os nudges. Entre os dias 17 e 19 de outubro, foram entrevistadas 460 pessoas nas cidades de São Paulo e Porto Alegre, e constatada uma redução de 25,2% no número de motoristas que beberam e, depois, assumiram o volante. Os efeitos da ação foram maiores dentro do grupo de menores de 32 anos de idade, e entre as mulheres. A pesquisa avaliou ainda que nos bars

OS NUDGES DO EXPERIMENTO



JURAMENTO DO MOTORISTA
O QUE: os motoristas foram convidados a assinar um cartão com um juramento de não beber se fossem dirigir, e poderiam trocá-lo por um aperitivo naquela noite.
POR QUE: esta intervenção auxilia no desejo de ser consistente nas ações e atitudes e reforça o que as ciências comportamentais chamam de norma social e visões



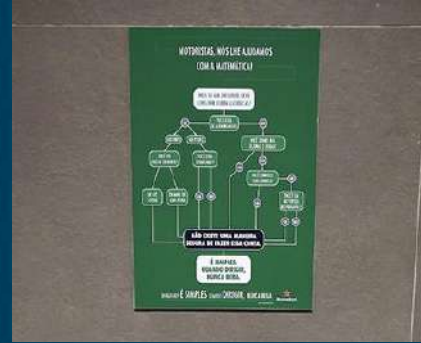
PORÇÃO GRÁTIS
O QUE: os motoristas da vez ganharam petiscos dos bares.
POR QUE: as pessoas costumam dar um peso maior para consequências imediatas. Na hora de decidir entre beber ou não, por exemplo, pode pesar mais o desconforto de se sentir deslocado por não consumir álcool junto com a turma do que uma consequência positiva, mas a longo



THE EXPERIMENT BRAZIL - NUDGES

Objetivo: redução de bebida e direção

Metodologia: Experimento de campo (teste controlado randomizado).



RESULTADOS FINAL
RESULTADOS FINAL
RESULTADOS FINAL





REDUÇÃO 25,2%

NO NÚMERO DE MOTORISTAS QUE BEBERAM E DIRIGIRAM
(ESTATISTICAMENTE COMPROVADA E AUDITÁVEL)

MAIS NÚMEROS E ANÁLISES: <http://www.economiacomportamental.org/download/3636/>



O PASSO A PASSO PARA O EXPERIMENTO:

PREPARAÇÃO



Etapa 1

Análise dos materiais anteriores
Definição de papéis e times



Etapa 2

- Escolha dos bares
- Adaptação dos nudges controle e experimento
- Desenho experimental, análise de dados e KPIs
- Questionários



Etapa 3

Engajamento dos bares
Checklist dos bares
Treinamentos dos entrevistadores
Pré-teste dos nudges
Definição de brindes

ATIVAÇÃO



Etapa 4

Semana do controle
Recebimento dos dados
Consumo
Positivção do controle



Etapa 5

Treinamento das brigadas
Positivção
Análise do controle
Recebimento dos dados de consumo dos bares

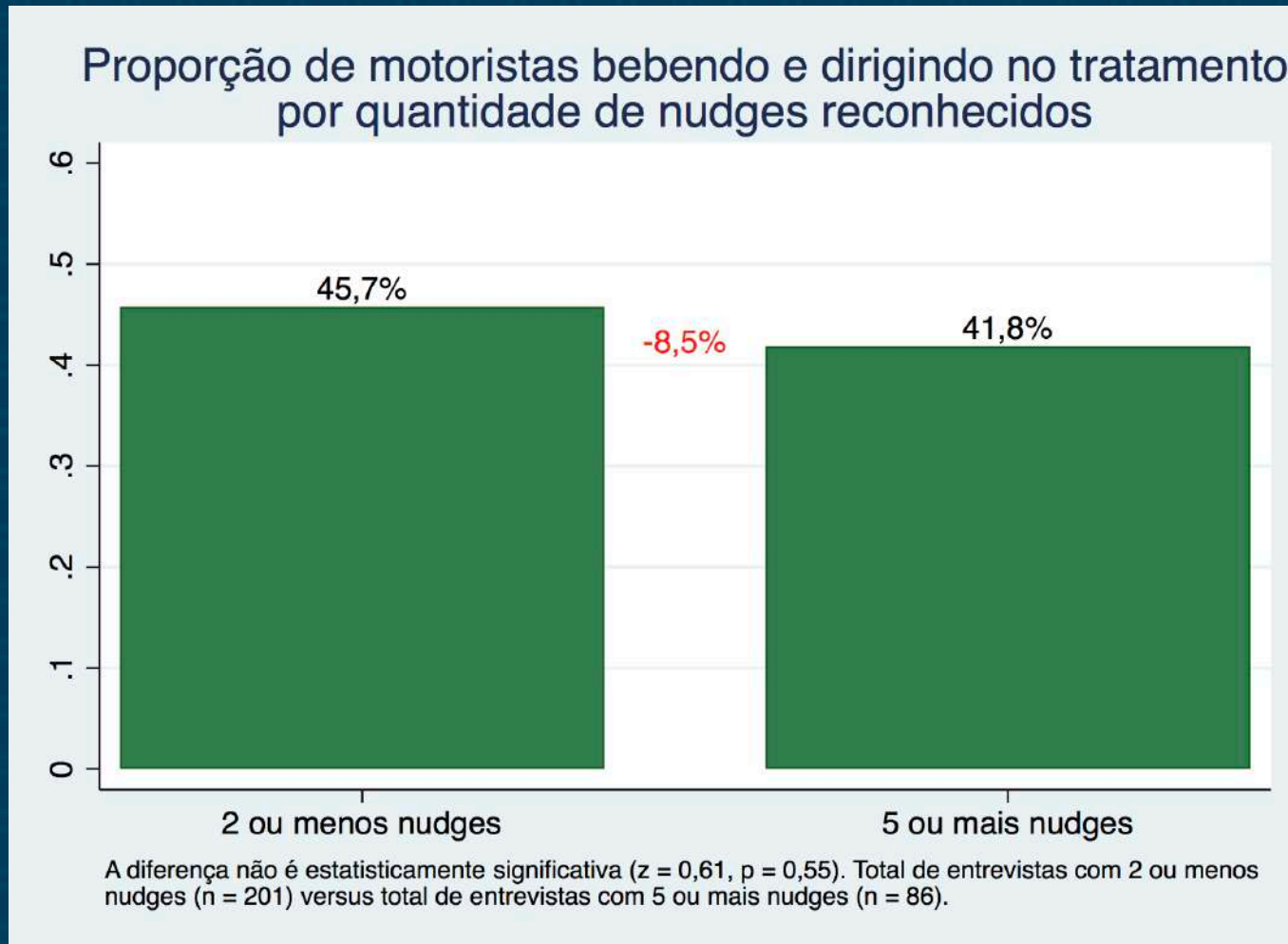


Etapa 6

Tratamento
Análise dos dados
Entrega dos prêmios



EXEMPLO DE ANÁLISES: PARA ESCALAR?



OS RESULTADOS SÃO SIMILARES QUANDO USAMOS OUTROS LIMITES (3 OU MAIS, 8 OU MAIS, ETC.)



EXEMPLO DE ANÁLISES: PARA ESCALAR?

Nudges	Diminuíram a chance de beber e dirigir?	Tamanho do efeito	P-valor
Juramento do Motorista	SIM	- 23,5%	0,00
Lousinha	SIM	- 18%	0,03

ANÁLISES DE REGRESSÃO (PROBIT) INDICAM QUE O FATO DE O ENTREVISTADO TER RECONHECIDO O NUDGE DO *JURAMENTO DO MOTORISTA* DURANTE A ENTREVISTA ESTÁ ASSOCIADO A UMA CHANCE 23,5% MENOR DE BEBER E DIRIGIR.

DO MESMO MODO, O MODELO INDICA QUE A *LOUSINHA* TEVE UM IMPACTO DE REDUZIR EM 18% A CHANCE DE BEBIDA E DIREÇÃO. VALE NOTAR QUE O EXPERIMENTO UTILIZOU DIVERSOS NUDGES AO MESMO TEMPO, O QUE DIMINUI BASTANTE O PODER ESTATÍSTICO PARA DETECTAR OS EFEITOS INDIVIDUAIS DE CADA NUDGE.

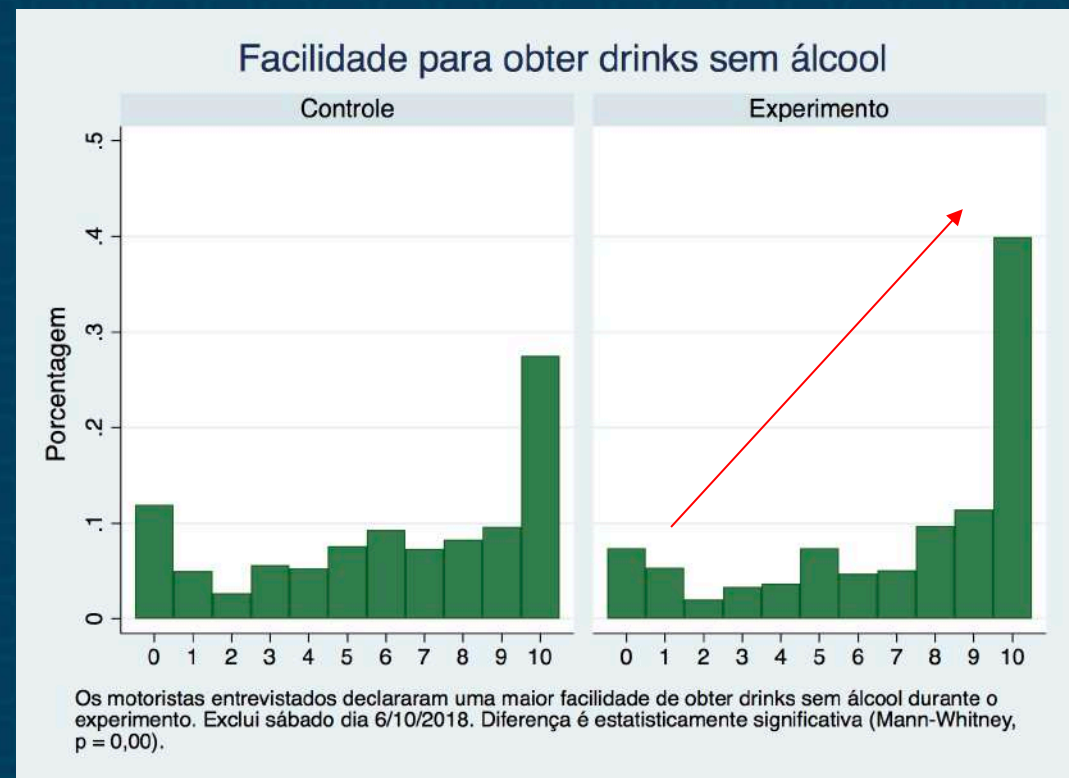


ALGUNS CONTROLES FACILIDADE PARA OBTER BEBIDAS

ENTRE SEMANA DE CONTROLE VERSUS TRATAMENTO



	MUDANÇA SIGNIFICATIVA?
ÁGUA	SIM
REFRI	SIM
CERVEJA	NÃO
CERVEJA SEM ALCOOL	SIM
DRINK COM ALCOOL	NÃO
DRINK SEM ALCOOL	SIM



OS MOTORISTAS DECLARARAM UMA FACILIDADE (MUITO) MAIOR DE OBTER DRINKS SEM ÁLCOOL NA SEMANA DO EXPERIMENTO EM RELAÇÃO À SEMANA DO CONTROLE.



ANÁLISE CONTROLE 1 E CONTROLE 2

Controle 1 < Controle 2: Diferença não estatisticamente significativa

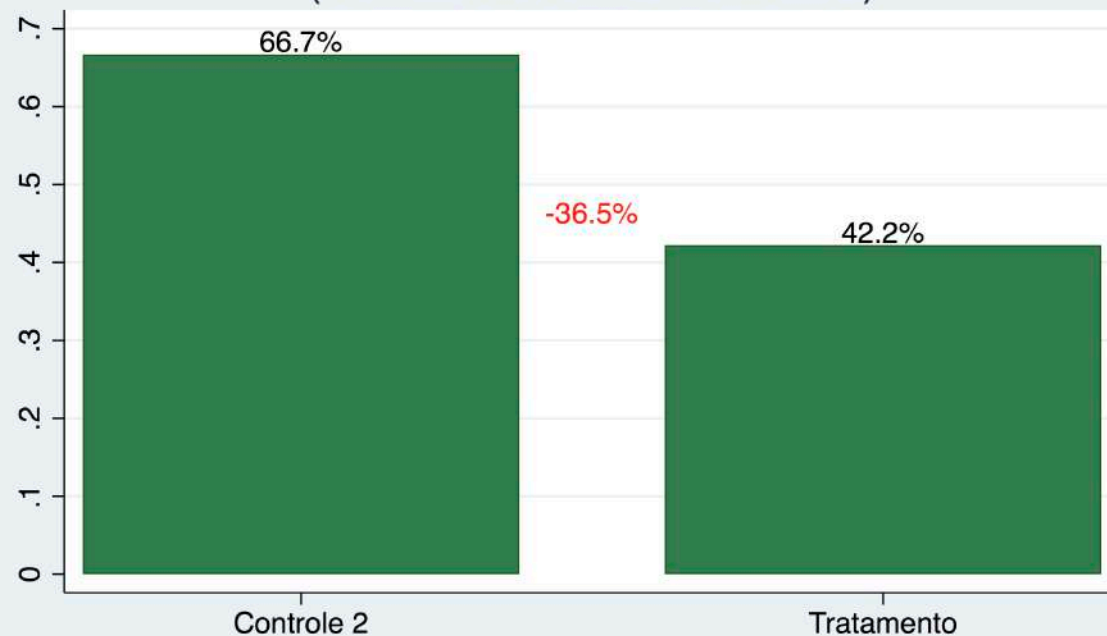
Controle 2 < Tratamento: Estatisticamente significativa; robustez do resultado

Proporção de motoristas bebendo e dirigindo
(Controle 1 versus Controle 2)



A diferença entre controle 1 e controle 2 não é estatisticamente significativa ($z = -1,46$, $p = 0,14$). Total de entrevistas no controle 1 ($n = 426$) versus total de entrevistas no controle 2 ($n = 48$). Exclui sábado dia 6/10/2018.

Proporção de motoristas bebendo e dirigindo
(Tratamento versus Controle 2)



Redução estatisticamente significativa ($z = 3,22$, $p < 0,00$). Total de entrevistas na condição de controle ($n = 48$) versus total de entrevistas na condição de tratamento ($n = 412$).



COMO FAZEMOS?

DESDE O DIAGNÓSTICO É IMPORTANTE A PERSPECTIVA
COMPORTAMENTAL E FOCO EXPERIMENTAL



SEJA SIMPLES

EXPERIMENTE E JUNTE EVIDÊNCIA

DOCUMENTE E COMPARTILHE





***A Economia Comportamental não
é nada sem prática, ciência, dados...
e muita humildade.***

Flávia Ávila





SEMANA DE AVALIAÇÃO
gLOCAL
Partilhando conhecimento
local e global de avaliação

Perguntas?

ORGANIZADA PELA:

clear



Centros de Aprendizagem em Avaliação e Resultados



SEMANA DE AVALIAÇÃO
gLOCAL
Partilhando conhecimento
local e global de avaliação

Obrigado

ORGANIZADA PELA:

clear



Centros de Aprendizagem em Avaliação e Resultados