

METODOLOGÍA BECO

Economía Conductual aplicada a la Experiencia de Cliente y Empleado

DISEÑO DIGITAL METODOLOGÍA BECO BY DEC



Oto Whitehead

CEO de Woko

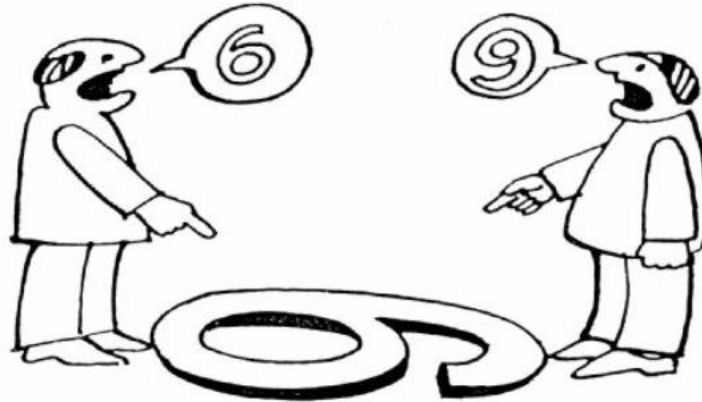
WOKO.

El diseño atiende en primera instancia a una función. Sin embargo, su contexto es el que determina su uso. La economía conductual puede y debe intervenir ese contexto para facilitar la acción clave.

Atención → Reacción → Evaluación → Acción

Barreras

- Ambigüedad. Mi visión es imperfecta e incompleta.
- Incertidumbre. Amenaza o desafío implícito.
- Esfuerzo/Recompensa.



Motivaciones

- Autodiagnóstico
- Un camino marcado
- QuickWins

Diseño conductual

Las cosas ocurren en la mente y no en la pantalla.

- La atención
- El lenguaje
- La situacionalidad
- La memoria y consistencia
- La capacidad de decisión
- La emoción



La atención

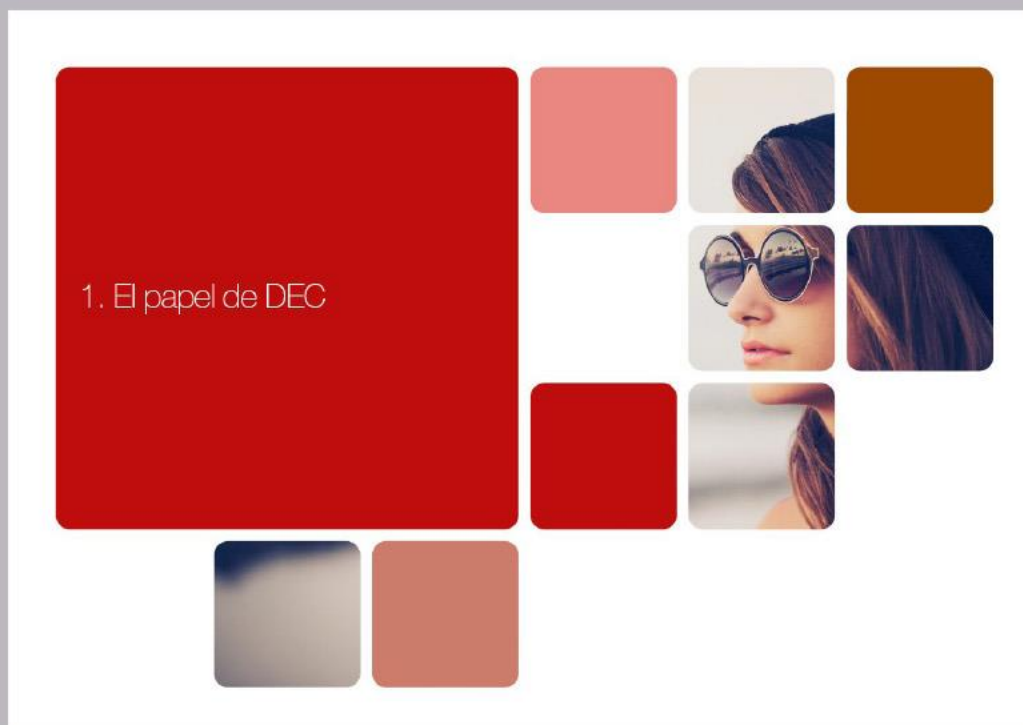
El lenguaje

La situacionalidad

La memoria y consistencia

La capacidad de decisión

El papel de DEC >	Conceptos clave >	Metodología >	Conclusiones >	Anexo >
03	09	22	66	77



DEC

3. Metodología BECO. Fase IV - Organización | 3.3. Pasos a seguir

Inicio | Anterior | Siguiente

Consolida el modelo operativo > Consolida el modelo de gobierno > Realiza una gestión del cambio > **Define la estrategia de escalado**

Fase I
Respuesta

Fase II
Experimentación y evaluación

Fase III
Consolidación

**Fase IV
Organización**

Define los pasos a seguir y los hitos a cumplir para conseguir transformarse en una organización BECO

Concreta una hoja de ruta para el despliegue de la metodología BECO.

- Establece una **estrategia global** con **objetivos específicos y medibles** para poder hacer un seguimiento del nivel de cumplimiento.
- Realiza un **análisis post-mortem** del cumplimiento de estos objetivos.
- Establece un **plan de ajustes** para ir aplicando (plazos/objetivos/recursos, etc.).

Realiza una **incorporación progresiva**: ve desarrollando la incorporación de planes ad hoc de onboarding, formación, mentoring, acompañamiento, etc.

Es importante contar con alguna herramienta que ayude a monitorizar la estrategia de escalado, para identificar y corregir desviaciones. Puedes utilizar el **BECO Organization Canvas** para identificar los elementos clave a tener en cuenta para la transformación de la organización

62

La atención

El lenguaje

La situacionalidad

La memoria y consistencia

La capacidad de decisión



Aversión a la Incertidumbre

Las personas tratamos de evitar cualquier situación incierta cuyos efectos o consecuencias desconozcamos al completo.

Más información sobre la [racionalidad limitada](#).

2.4. Glosario

Economía conductual: Una metodología científica y práctica que permite tener en cuenta cómo se comportan las personas para adaptar procesos a estos comportamientos.

Piloto: Primer desarrollo de un experimento de prueba y mejor escala antes de poner en marcha un proceso de experimentación a gran escala para entender el contexto y adquirir aprendizajes acerca de cosas que funcionan y cosas que no.

Experimentación: Un piloto de mayor escala donde se observan los comportamientos tras implementar una **intervención conductual**, comparando entre un **grupo de control**, que se mantiene igual, y un **grupo de tratamiento**, donde se prueba la intervención conductual para detectar su impacto.

Heurístico: Atajos mentales que permiten a las personas solucionar problemas y tomar decisiones rápidamente (**Sistema 1**).

Sesgo: Error sistemático en el que asumimos algo prejuiciosamente o estereotípicamente para tomar una decisión rápidamente. Se podría decir que es el lado negativo de los heurísticos.

Ruido: La variabilidad indeseada en el juicio de alguna situación. Mientras el sesgo hace que nuestro juicio se desvíe de manera sistemática en una misma dirección, el ruido se refiere a aquellos factores externos que pueden hacer que nuestro juicio se desvíe en direcciones diferentes cada vez.

Barrera conductual: Alguna fricción en el desarrollo de un comportamiento, o en algún paso específico del desarrollo que impide a la persona realizar el comportamiento deseado.

Oportunidad conductual: Entendimiento de una barrera conductual que puede utilizarse como palanca para paliar los efectos de una barrera conductual y fomentar el comportamiento deseado.

Intervención conductual: Propuesta de solución a algún sesgo o heurístico identificado que esté llevando a un comportamiento no deseado, a través de una sugerencia directa o indirecta para promover el comportamiento deseado.

Key Performance Indicators (KPI): Medidas cuantitativas que miden el desempeño de una organización en base a sus objetivos.

DEC

5. Anexo. Aspectos teóricos

5.2. Definiciones de los sesgos comportamentales

Estos son solo algunos de los sesgos usados en economía conductual.

Aversión a la Incertidumbre Las personas tratamos de evitar cualquier situación incierta cuyos efectos o consecuencias desconozcamos al completo.	Maldición del Conocimiento Asunción que hace una persona al comunicarse, creyendo que le otra tiene al mismo conocimiento o información sobre el tema. A menudo, se sobrestima la información que la otra persona realmente posee, lo que puede causar malentendidos.	Efecto Barnum Relacionar descripciones de personalidad genéricas como si fueran propias y específicas de una persona.	Efecto Ikea Valoración más alta a productos en los que la persona ha participado en su creación. A través de lo cual aumenta el valor subjetivo que se le otorga.	Principio de Reciprocidad Cuando alguien hace algo por otra persona, se genera una sensación de agrado y aceptación que provoca que quien ha recibido el favor, tienda a estar más dispuesto a corresponderlo, aunque no se le haya pedido.
Efecto de Dotación Tendencia de las personas a sobrevalorar algo cuando lo poseen.	Heurística de la Representatividad Toma de decisiones comparando la situación presente con el prototipo mental más representativo.	Heurística de la Afectividad Toma de decisiones influenciada por emociones del momento presente.		

21

La atención

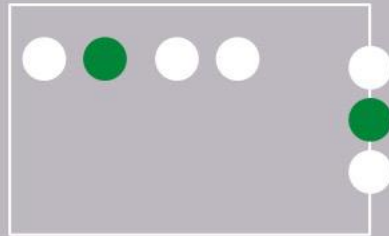
El lenguaje

La situacionalidad

La memoria y consistencia

La capacidad de decisión

Esquema mental de secciones "pasos a seguir"



Migas de pan

Letreros identificadores en los márgenes

DEC

3. Metodología BECO. Fase II - Experimentación y evaluación | 3.3. Pasos a seguir

Inicio | Inicio de sesión | Siguiente acción

Identifica oportunidades | Analiza comportamientos | Diseña conductualmente | Lanza el experimento | Mide los resultados

Identifica oportunidades para empezar a realizar intervenciones conductuales

En línea con el trabajo y la experiencia que has adquirido con la exploración de la Fase 1, puedes identificar nuevas oportunidades donde llevar la aplicación de la economía conductual, usando como base la **priorización** que has completado con anterioridad.

- Identifica aquellos **objetivos estratégicos** que no se estén cumpliendo.
- Revisa los datos que demuestran este incumplimiento, y piensa en cuáles de ellos inciden sobre **comportamientos de clientes/empleados** que sean modificables a través de intervenciones conductuales.
- Traduce estos objetivos en **metas concretas**, en línea con **Key Behavioral Indicators** como los que comenzaste a diseñar en la Fase 1.
- Busca internamente si se han llevado a cabo **investigaciones relacionadas con los comportamientos seleccionados** (entrevistas, contact center, encuestas, etc.).
- Aunque hayas identificado muchas áreas, trata de hacer una **priorización de objetivos** para escoger el orden en el que vas a ir realizando los experimentos.
- Asegúrate de realizar un buen **onboarding** a todos los equipos a los que necesitas involucrar, aprendiendo de aquellas barreras que hayas enfrentado en la Fase 1.

*En esta etapa, es fundamental que **te apoyes en datos** que te sirvan para demostrar internamente la necesidad de actualizar enfoques actuales, haciendo de la **economía conductual una oportunidad** que permita obtener resultados rápidos y a través de **intervenciones conductuales de bajo coste**.*

Los **quickwins** pueden proporcionarte resultados rápidos para **demonstrar el valor de la economía conductual**.

Fase I Búsqueda
Fase II Experimentación y evaluación
Fase III Consolidación
Fase IV Organización

38

La atención

El lenguaje

La situacionalidad

La memoria y consistencia

La capacidad de decisión

Contextualización
a través de
ejemplos

Localizador

Definición

Contexto de
utilización

Visuales de
apoyo

DEC
5. Anexo. Aspectos teóricos

5.4. Técnicas de comunicación: *Storytelling*

Inicio **←** **→** **Siguiente sección**

Ejemplo

Llevábamos tiempo buscando nuevas formas para potenciar la retención de talento y para alcanzar nuestros objetivos de rendimiento. Fue entonces cuando decidimos aplicar principios de economía conductual. Al principio, éramos escépticos sobre si estos pequeños cambios realmente marcarían una diferencia. Pero pronto nos dimos cuenta de que estábamos equivocados. Mediante la implementación de sencillas intervenciones basadas en la economía conductual, como la gamificación de objetivos, la simplificación de procesos y la creación de una cultura de feedback continuo, comenzamos a ver resultados sorprendentes. Dentro del grupo de tratamiento, la tasa de retención de empleados mejoró en un 24% y lo resultados de las encuestas de clima laboral revelaron una mejora del 15% en la satisfacción del empleado respecto al grupo de control. La economía conductual no solo transformó nuestro departamento de RR.HH., sino que también ayudó a mejorar la satisfacción de los empleados.

¿Qué es?
El arte del *storytelling* radica en la habilidad de narrar historias, buscando comunicar un mensaje con la intención de evocar una respuesta específica en el receptor, que en este caso será interés por la economía conductual y su potencial en la organización, permitiéndole establecer una conexión emocional.

¿Cuándo se usa?
Una vez hayas realizado el proceso de experimentación, tras identificando aquellas historias de éxito que puedan tener mayor impacto en los diferentes equipos: el *storytelling* te ayudará a potenciar la eficacia de tu comunicación con ellos.

```
graph TD; A((Identifica a tu público)) --> B((Crea un formato que sea congruente con sus intereses)); B --> C((Contextualiza los puntos clave de tu investigación)); C --> D((Explica los resultados obtenidos y justificalos con datos empiricos)); D --> E((Reitera qué detalles importantes te dan estos resultados)); E --> A;
```

96

La atención

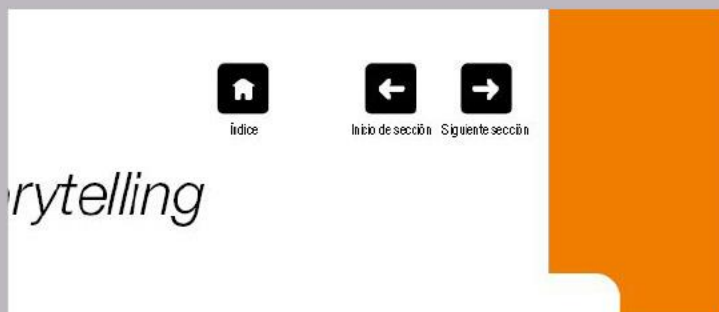
El lenguaje

La situacionalidad

La memoria y consistencia

La capacidad de decisión

Representación
geométrica de la
estructura de
contenidos



Elementos clicables

Metodología BECO by dac
Economía Conductual aplicada a la
Experiencia de Cliente y Empleado

Índice

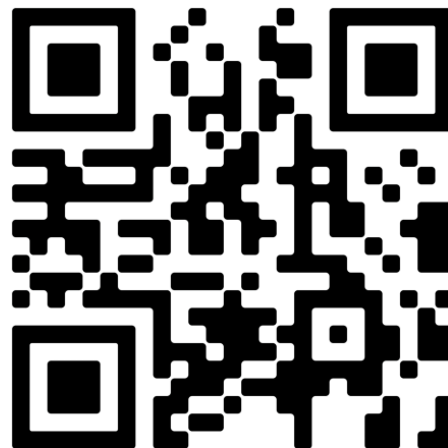
El papel de DEC > 03	Conceptos clave > 09	Metodología > 22	Conclusiones > 66	Anexo > 77
La onda del Cliente y el Empleado > 04	¿Qué es la economía conductual? > 10	FASE 1 Búsqueda > 23	Resumen > 67	Aspectos teóricos > 78
Metodología de Economía Conductual BECO > 05	¿Cómo se ha aplicado la economía conductual? > 12	FASE 2 Experimentación y evaluación > 35	Recomendaciones > 68	Aspectos prácticos > 87
¿Por qué crear una metodología de economía conductual? > 06	¿Qué puede aportarme la economía conductual? > 19	FASE 3 Consolidación > 47	Casos de uso > 69	Modelos y Frameworks > 108
	Glosario > 21	FASE 4 Organización > 56	Recursos adicionales > 76	Carreras y Matrices > 121
				Referencias bibliográficas > 129

2

METODOLOGÍA BECO

Economía Conductual aplicada a la Experiencia de Cliente y Empleado

¡MUCHAS GRACIAS!



La metodología ya
está disponible

**¡NO TE LA
PIERDAS!**