

# METODOLOGÍA BECO



## FASE 2

## EXPERIMENTACIÓN Y EVALUACIÓN



**Alba Boluda**

Behavioral Science Consultant en  
Neovantas

**NEOVANTAS**  
consulting



**Álvaro Gaviño**

Behavioral Economics Principal  
Manager en BBVA

**BBVA**

## 1. Objetivo de la fase

---

Una vez estés familiarizado con la economía conductual y hayas explorado oportunidades, procedemos a la fase de experimentación, donde buscamos pasar desde la exploración hacia una **medición rigurosa del impacto real de la economía conductual**, utilizando un análisis exhaustivo de datos para evaluar los resultados obtenidos y tener así casos de éxito que compartir internamente.

## 2. Preguntas que responder

---

### DISEÑO

¿Cómo **diseño una intervención conductual** para influir en el comportamiento deseado?

### EXPERIMENTO

¿Cómo **diseño un experimento para testear el impacto** de esta intervención?

### EVALÚO

¿Cómo **analizo e interpreto los resultados** del experimento?

### APRENDO Y AJUSTO

¿Cómo **aprendo** de estos resultados?

## 3. Pasos a seguir

### IDENTIFICA OPORTUNIDADES

1 Identifica **comportamientos** relacionados con **objetivos** estratégicos

2 Busca **quick wins**

3 Apóyate en **datos** y en los **equipos** relevantes

#### Objetivos

PRIORIZACIÓN

PLANIFICACIÓN

### ANALIZA COMPORTAMIENTOS

1 Formula **preguntas** de comportamiento

2 Busca los **datos** y **herramientas** necesarios

3 Analiza datos con **óptica conductual**

#### Objetivos

ENTENDIMIENTO

### DISEÑA CONDUCTUALMENTE

1 Identifica **barreras conductuales**

2 Diseña **intervenciones conductuales**

3 Realiza **comprobaciones éticas**

#### Objetivos

DISEÑO CONDUCTUAL

VALORACIÓN ÉTICA

### LANZA EL EXPERIMENTO

1 Verifica la **viabilidad** de un experimento **RCT**

2 Define los **grupos** de control y tratamiento

3 **Planifica** la etapa de medición

#### Objetivos

DISEÑO EXPERIMENTAL

### MIDE LOS RESULTADOS

1 Mide el **impacto**

2 Prepara un **plan de difusión**

3 Realiza un **análisis post-mortem**

#### Objetivos

CUANTIFICACIÓN

COMUNICACIÓN

### 4. Resumen

---

1

**Siempre es mejor testear que no hacerlo.** Incluso si no puedes hacerlo a través de un RCT, no descartes otros tipos de testeo.

2

**La experimentación es un proceso continuo.** No hay que realizar experimentos aislados, sino embarcarse en un **ciclo perpetuo de prueba, análisis, ajuste y volver a probar.**

3

**La evaluación ética es fundamental.** Antes de diseñar las intervenciones, asegúrate de cumplir con unos **estándares éticos mínimos** para no cruzar la línea entre influencia y manipulación.

4

**La experimentación es un aprendizaje.** Cada experimento, independientemente de sus resultados, nos aporta **información muy valiosa.**

## 5. Caso de éxito: **BBVA**

### CONTEXTO

BBVA identificó una **gran oportunidad en el uso de la economía conductual** para **incrementar la efectividad de sus campañas de marketing digital**. Sin embargo, enfrentaba el **desafío de escalar el uso de la disciplina** a toda la organización.

### RESULTADO

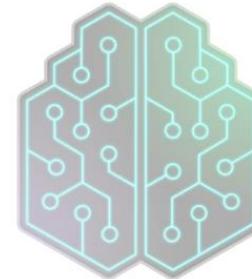
La plataforma B.E.L.A. **propone banners publicitarios** al operador de marketing digital haciendo uso de **AI Generativa** analítica de datos avanzada, explotando **datos reales de comportamiento de los usuarios** para sugerir **personalizaciones adaptadas** a su contexto y automatizando la creación de los anuncios de manera asistida. **Facilita** también su **lanzamiento** mediante conexión por API con las redes publicitarias de Google y Facebook.

**+200% interés**

**-30% tiempos de lanzamiento**

### OBJETIVO

Para abordar este reto, el equipo BECO decidió lanzar en 2019 el proyecto **B.E.L.A (Behavioral Economics Learning Algorithm)**, con el objetivo de centralizar y automatizar la **generación de hipótesis conductuales**, adaptadas al contexto del usuario, **mediante el uso de inteligencia artificial**.



Proyecto  
**B.E.L.A.**

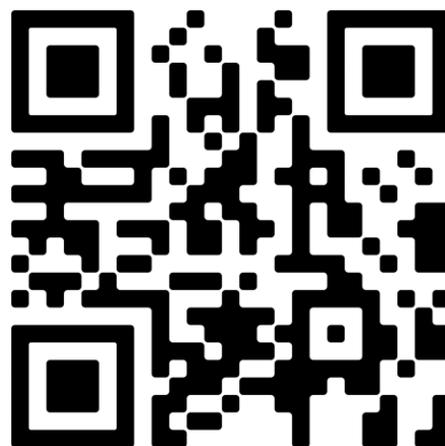
Behavioral Economics  
Learning Algorithm



# METODOLOGÍA BECO

Economía Conductual aplicada a la Experiencia de Cliente y Empleado

**¡MUCHAS GRACIAS!**



La metodología ya  
está disponible

**¡NO TE LA  
PIERDAS!**