Programa de Reciclaje en el norte de Perú

Investigadores/as:

Alberto Chong

Dean Karlan

Jeremy Shapiro

Jonathan Zinman

Sector(s): Environment & Energy

Fieldwork: Innovations for Poverty Action (IPA)

Ubicación: Piura and Castilla, Peru

Muestra: 6,575 hogares

Grupo objetivo: Families and households

Resultado de interés: Recycling and plastics

Tipo de intervención: Digital and mobile Information

Número de registro del AEA RCT Registry: AEARCTR-0000139

Datos: (Ineffective) Messages to Encourage Recycling: Evidence from a Randomized Evalu...

Research Papers: (Ineffective) Messages to Encourage Recycling: Evidence from a Randomized Evalu...

Socios Implementadores: PRISMA Microfinance

Problema de política pública

El crecimiento económico en Latinoamérica ha sido acompañado por presiones ambientales muy serias. Incrementos en niveles de comercio y consumo han incrementado la generación de desechos y contaminación, requiriendo sistemas más desarrollados de manejo de desechos. Los mercados no tienen un mecanismo de precios para internalizar los costos ambientales de este crecimiento. Los creadores de políticas normalmente aplican impuestos, subsidios u otros mecanismos con el objetivo de alinear incentivos privados con la protección del medio ambiente. Además de incentivos financieros, evidencia de psicología y economía conductual ha demostrado que el comportamiento puede ser influenciado usando normal sociales y emociones.

Contexto de la evaluación

Más de 20,000 toneladas de desechos sólidos son producidas cada día en Perú - la mayoría de estos desechos terminan en basureros informales o cuerpos de agua, lo que hace el manejo de desechos sólidos un tema de gran importancia en el país. PRISMA, una ONG local, opera un programa de reciclaje en el norte del Perú, entrenando y apoyando a trabajadores que forman asociaciones para recolectar reciclables de puerta en puerta de los hogares participantes. Además de proveer con herramientas y entrenamiento a estos trabajadores informales, PRISMA también intenta convencer a los hogares en las comunidad participantes a separar reciclables de la basura y de participar en el programa. A PRISMA le interesa identificar estrategias viables para incrementar las tasa de participación en el programa y para mantener a las personas reciclando después de haberse inscrito en el programa.



Collecting recycling in Peru. Photo: Kartik Akileswaran

Detalles de la intervención

Los investigadores trabajaron con PRISMA para evaluar una serie de campañas informativas que tenían el objetivo de mejorar las tasad de inscripción y participación en el programa de reciclaje. Para mejorar la tasa de inscripción al programa de reciclaje, los investigadores realizaron una evaluación aleatoria para medir el impacto de diferentes mensajes que motivaban a participar en el programa. Una semana antes que PRISMA visitara los hogares para motivarlos a participar, se distribuyeron volantes con un mensaje genérico sobre el programa de PRISMA y con uno de nuevo mensajes específicos diseñados para presionar a las personas a participar a través de normas sociales, comparación con los vecinos, autoridad, conformidad o beneficios al medio ambiente. Los hogares que tenían celulares y estaban dispuestos a compartir su número (35 porciento de la muestra) recibieron mensajes de texto una vez a la semana con un mensaje específico además de los volantes.

Con una muestra de 1,785 participantes que ya estaban inscritos en el programa, los investigadores evaluaron estrategias para reducir la deserción del programa e incrementar la cantidad y calidad de los reciclables recolectados. Se distribuyeron contenedores plásticos aleatoriamente a los hogares participando en el estudio. Algunos tenían una calcomanía gigante especificando qué materiales se pueden reciclar. Los hogares que dieron su número telefónico recibieron aleatoriamente un mensaje de texto personalizado o uno genérico para servir como comparación los que no recibieron ningún mensaje de texto. Los mensajes de texto fueron enviados el día antes de las visitas semanales del reciclador durante seis semanas. Se recolectaron datos para esta parte del estudio durante ocho semanas y se incluyó una medida cuidadosa de la cantidad y calidad de los reciclables.

Resultados y lecciones de la política pública

Resultados del tratamiento en la inscripción al programa: Los resultados no revelan ningún efecto estadísticamente significante para los diferentes tipos de mensajes evaluados. No se encontró un impacto significante de la campaña informativa realizada solamente con volantes o con volantes y mensajes de texto en la inscripción al programa. Los mensajes con referencias a normas sociales y presión social no tuvieron éxito en cambiando el comportamiento. Dos posibles interpretaciones de esto son: a) estos mensajes y normas sociales no eran relevantes en este contexto y b) la presencia de recicladores informales operando fuera del programa hace que separar reciclables en el hogar sea fútil.

Resultados del tratamiento en la continuación en el programa: Los hogares que recibieron un contenedor plástico entregaron entre 3 y 8 porciento más de las veces y en promedio reciclaban más materiales (0.2 kg). Esto indica que la conveniencia, o la falta de conveniencia, de guardar reciclables es una barrera a la participación en el programa.

Los mensajes de texto no tuvieron un impacto significativo en el nivel y calidad de participación de los hogares en el programa, sugiriendo que el olvidarse de reciclar no es un factor que impide el reciclaje para los hogares inscritos en el programa. No se encontró una diferencia clara en los niveles de reciclaje entre los hogares que recibieron un contenedor con una calcomanía y los hogares que recibieron un contenedor sin calcomanía.

Chong, Alberto, Dean Karlan, Jeremy Shapiro, and Jonathan Zinman. "(Ineffective) Messages to Encourage Recycling: Evidence from a Randomized Evaluation in Peru." World Bank Working Paper #6548, July 2013.