

EVALUACIÓN DE IMPACTO DE LA CAMPAÑA DE SMS PARA PROMOVER EL ACCESO Y USO DE ALERTA ESCUELA*

Comunicación efectiva para el uso de una herramienta de prevención de abandono escolar

La evaluación buscó medir el impacto de una campaña de mensajes de texto (SMS) que incorpora principios de la ciencia del comportamiento para promover el acceso y el uso de la herramienta en el contexto de la emergencia sanitaria. La efectividad de los fraseos fue medida sobre el acceso y el uso de la herramienta, así como acciones para incentivar la continuidad de estudios por parte de los docentes.

HALLAZGOS Y LECCIONES DE POLÍTICA



La campaña de SMS aumentó el acceso y el uso de Alerta Escuela en los locales escolares priorizados, observándose impactos en todos los indicadores evaluados: ingreso, descarga de reportes y orientaciones, así como en el registro y reporte de información.



Los mensajes SMS fueron particularmente efectivos en las semanas en que se enviaron y en ciertos subgrupos como el norte y sur del país, así como el ámbito rural. La campaña no tuvo impacto en el oriente, que también presenta las tasas de uso más bajas de la muestra.



El fraseo más efectivo fue el de monitoreo. Los locales escolares que recibieron este fraseo registraron sistemáticamente mayor uso de Alerta Escuela en comparación con el grupo control y los demás grupos de tratamiento.



Los fraseos solo informativos, de norma social y beneficio social también presentaron efectos significativos, especialmente para ciertos indicadores, la cuarta ronda de SMS y algunos subgrupos.



A pesar de los impactos en el acceso y uso de Alerta Escuela, esto no se traduce en la implementación de acciones de prevención, según lo reportado por docentes y familias.

DESCRIPCIÓN DE ALERTA ESCUELA

Alerta Escuela es una herramienta que permite a los directivos de las IIEE identificar a estudiantes que se encuentran en riesgo de interrumpir sus estudios y acceder a orientaciones para la implementación de acciones preventivas. AE utiliza analítica avanzada (Machine learning) y su plataforma, al año 2021, cuenta con 3 secciones:



Información sobre los estudiantes en riesgo de interrupción de estudios.



Orientaciones pedagógicas y de gestión escolar para la prevención del abandono escolar.



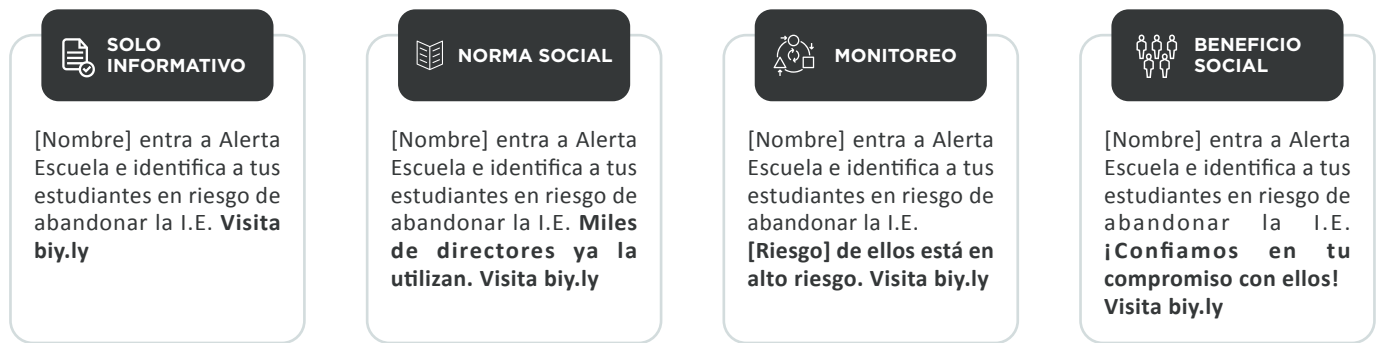
Un registro mensual sobre la comunicación con los estudiantes y su acceso a estrategias educativas.

* Elaborado en el año 2021 por María Rodríguez, Karina Marquez, Antonio Campos, Vanessa Trujillo y Karen Espinoza de la Unidad de Seguimiento y Evaluación.

INTERVENCIÓN

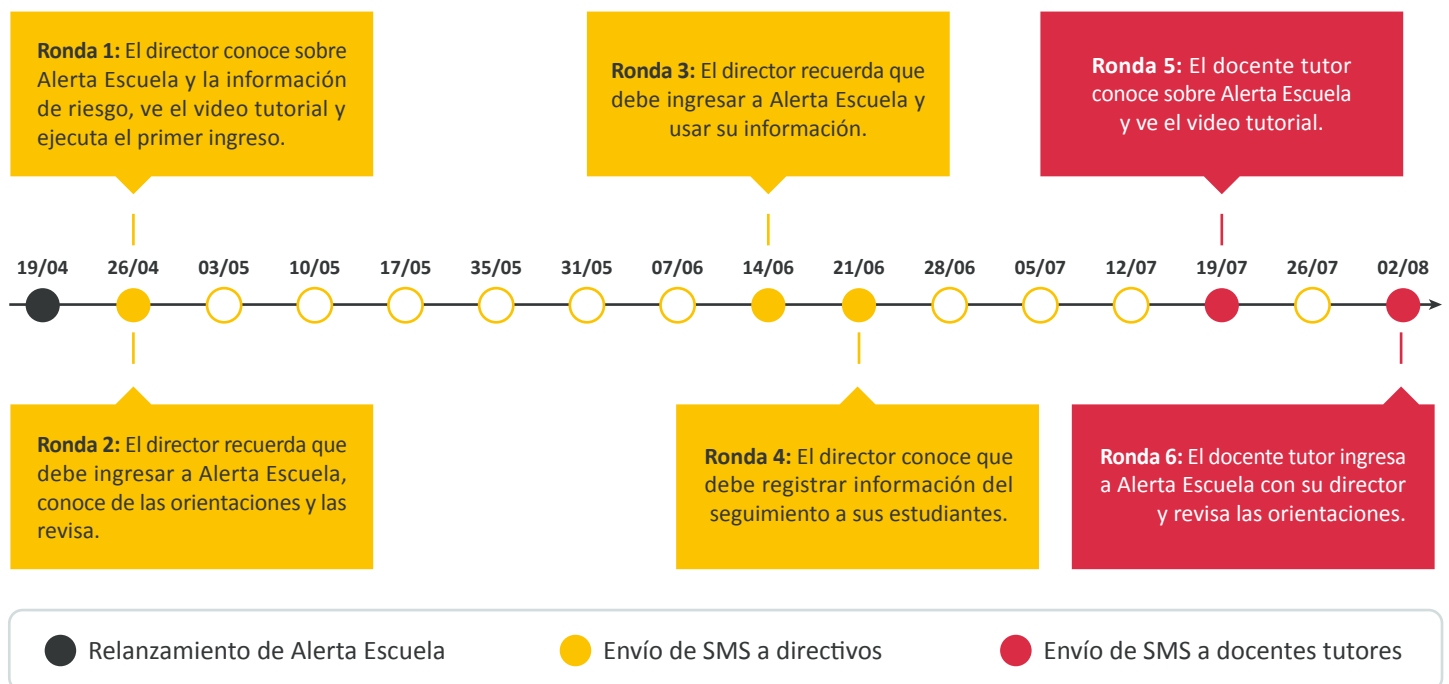
La intervención consiste en desplegar una campaña de SMS con el objetivo de promover el acceso y uso de Alerta Escuela por parte de los directores y docentes tutores. Los mensajes estaban compuestos de una sección informativa y de otra basada en principios de las ciencias del comportamiento para reducir las barreras y sesgos conductuales de los directores y docentes de los locales escolares. Además, todos los SMS fueron personalizados. A continuación se presentan los cuatro tipos de mensajes enviados:

Figura 1: Diseño de la campaña de SMS



En total se remitieron seis rondas de SMS. Las primeras cuatro rondas fueron dirigidas a los directores de todos los locales escolares priorizados y las dos últimas a los docentes tutores en una submuestra de locales escolares. A continuación, se presenta la frecuencia de envío:

Figura 2: Cronograma de la campaña de SMS



METODOLOGÍA

Para medir la efectividad de la campaña de SMS, se empleó una metodología de evaluación experimental, en la cual los 12,105 locales escolares priorizados para la intervención fueron asignados aleatoriamente a cuatro grupos de tratamiento y uno de control.

Se identifica el impacto de la campaña al comparar el valor promedio de las variables de resultado entre el grupo que recibió los SMS frente un grupo que no los recibió. Asimismo, para medir la efectividad de los distintos fraseos utilizados, se realizó una comparación de los resultados promedio de los directores y docentes tutores entre los cuatro grupos de tratamiento.

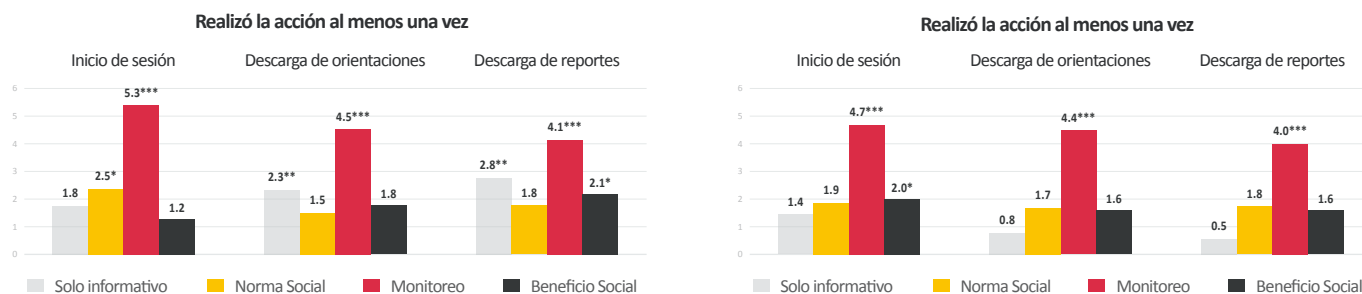
RESULTADOS

1. Acceso y uso de Alerta Escuela¹

La campaña de SMS aumentó el acceso y uso de Alerta Escuela en los locales escolares cuyos directivos y docentes recibieron mensajes. En comparación a los locales escolares del grupo control, estos locales tienen una mayor tasa de inicio de sesión (entre 2.5 y 5.3 p.p.), de descarga de orientaciones (entre 2.3 y 4.5 p.p.) y reportes (entre 2.1 y 4.1 p.p.), de registro sobre la comunicación con estudiantes y acceso a estrategias educativas (entre 4.4 y 4.7 p.p) y de reporte de información (4.0 p.p).

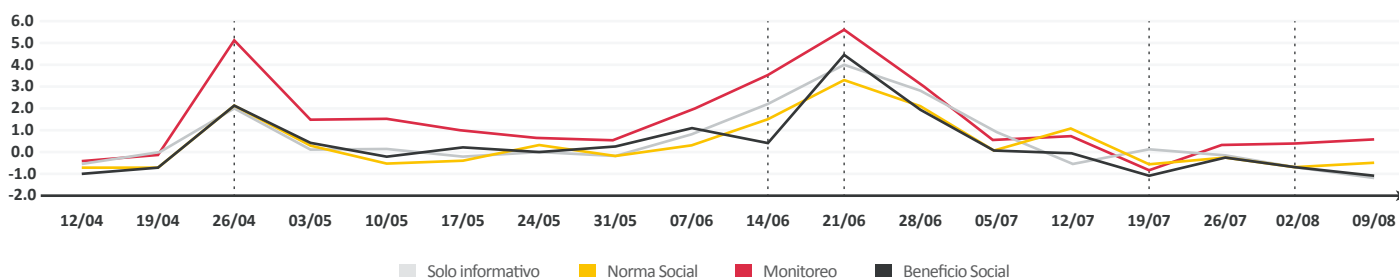
El fraseo más efectivo fue el de monitoreo, siendo este efecto no solo el más grande relativo al grupo control, sino estadísticamente mayor que el de todos los demás fraseos. De hecho, los impactos en el registro y reporte de información solo se observan para el grupo de locales escolares cuyos directivos y docentes recibieron mensajes SMS con el fraseo de monitoreo.

Figura 3: Impactos de la campaña de SMS



Los efectos de la campaña de SMS se centran en las semanas en que se enviaron las rondas de SMS, salvo en el caso de las rondas de SMS a docentes (rondas 5 y 6)². Tal como en los resultados agregados, el fraseo de monitoreo es el más efectivo. Asimismo, el efecto del fraseo de norma social alcanza su punto máximo en la 4° ronda (que promueve el registro de información), luego de tener un efecto nulo en la 3° ronda (que recuerda al director que ingrese a Alerta Escuela). También se observan efectos ligeramente positivos para el fraseo de beneficio social en la semana previa a la primera ronda de SMS a docentes.

Figura 4: Impacto de la campaña de SMS por semana



La campaña de SMS tuvo efectos diferenciados según la macro región (norte, centro, sur, oriente y Lima Metropolitana) y área geográfica (urbana y rural) de los locales escolares, así como el número de estudiantes en alto riesgo de interrupción de estudios (entre 1-5 estudiantes, entre 5-11 estudiantes y más de 11 estudiantes).

Macro región

Los impactos de la campaña SMS se centran en el norte y sur del país. En el norte, se observan efectos positivos y significativos del fraseo de monitoreo en todas las tasas de uso; mientras que en el sur, el fraseo de norma social es igual de efectivo que el de monitoreo para la tasa de ingreso, y más efectivo para las tasas de registro y reporte de información. A su vez, no se observan impactos en el oriente, macro región que también presenta las tasas de uso más bajas en la muestra.

Área geográfica

Los mensajes con fraseo de monitoreo incrementaron el uso de Alerta Escuela en el ámbito rural, observándose efectos positivos y significativos en todas las tasas de uso. Asimismo, el fraseo de monitoreo aumentó la descarga de reportes de riesgo y orientaciones en zonas urbanas.

Número de estudiantes en alto riesgo de interrupción de estudios

Los impactos de la intervención se centran en los locales escolares con una cantidad intermedia de estudiantes en alto riesgo de interrupción de estudios (entre 5 y 11 estudiantes). En locales escolares con muchos estudiantes en alto riesgo (12 a más estudiantes), solo se observan impactos del fraseo de monitoreo en aumentar la descarga de orientaciones y el registro de información. De manera similar, el fraseo de monitoreo aumenta el ingreso a Alerta Escuela y la descarga de orientaciones en locales con pocos estudiantes en alto riesgo de abandono (entre 1 y 4 estudiantes).

1. Para su medición, se emplean indicadores del tracking de Alerta Escuela. La herramienta nos brinda información de inicio de sesión, descarga de orientaciones y reportes, registro de comunicación con estudiantes y acceso a estrategias educativas, y reporte información.

2. Cabe mencionar que los mensajes dirigidos a docentes tampoco fueron efectivos en la submuestra de locales escolares que recibieron estas dos rondas. Sin embargo, estos SMS fueron enviados en función a la información de contacto disponible para los docentes. La mayor proporción de ellos pertenece a zona urbana y a la macro región de Lima; es decir, en subpoblaciones que contaban con menores efectos de la campaña de SMS.

2. Implementación de acciones para promover la continuidad de estudios³

Los resultados sugieren que los impactos en el acceso y uso de Alerta Escuela no se traducen en la implementación de acciones de prevención por parte de los docentes. Se encuentra cierta evidencia a favor del fraseo de beneficio social en el conocimiento de Alerta Escuela por parte de los docentes y la socialización de sus reportes en la escuela. Sin embargo, no se encuentran efectos significativos en la identificación de estudiantes en riesgo o la implementación de acciones para promover la continuidad de estudios, tanto en lo reportado por los docentes como por las familias.

Figura 5: Impactos de la campaña de SMS sobre indicadores reportados por docentes

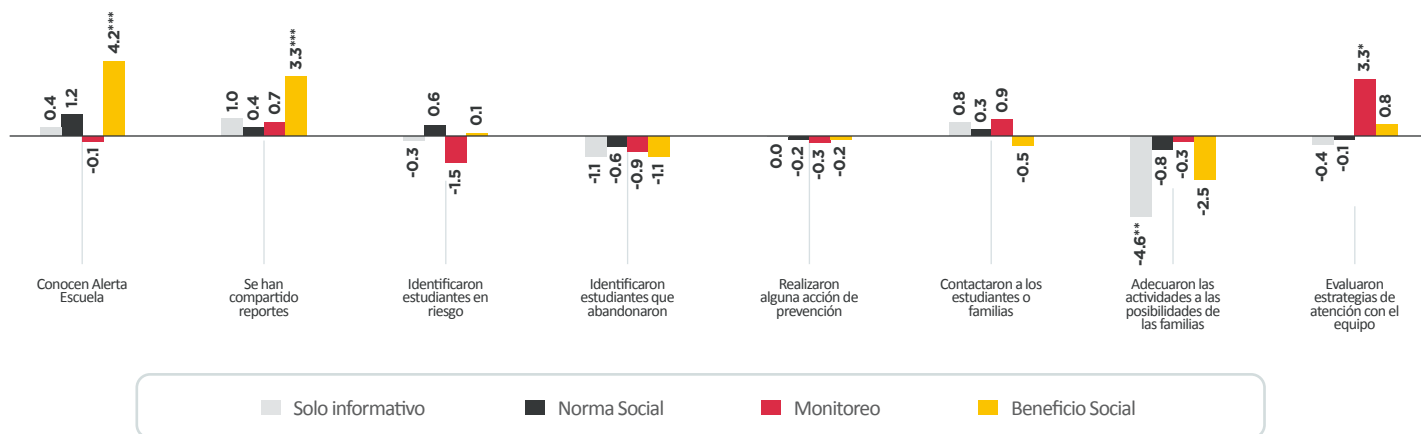
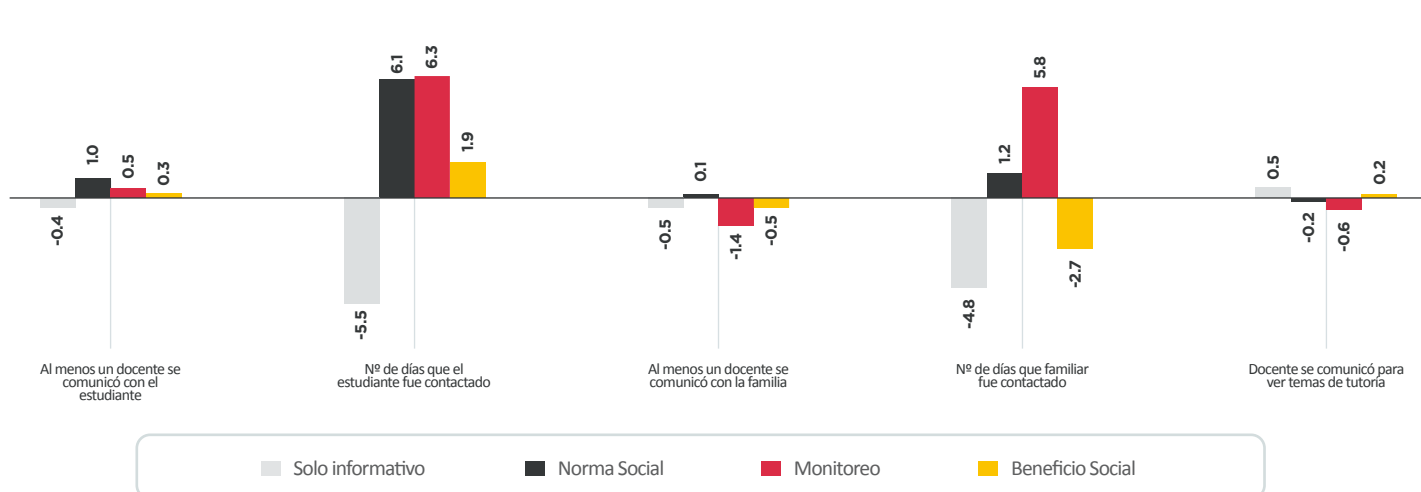


Figura 6: Impactos de la campaña de SMS sobre indicadores reportados por las familias



La campaña de SMS tuvo efectos mixtos, pero no robustos, según nivel de riesgo del estudiante. Se observan algunas mejoras en la comunicación docente-estudiante reportadas por las familias de los estudiantes con riesgo bajo; así como algunos efectos negativos, pero no robustos, en el mismo indicador reportado por las familias de los estudiantes con riesgo medio o alto.

DISCUSIÓN



La USE diseñó, implementó y evaluó el impacto de una campaña de SMS para promover el uso de AE. Basados en las ciencias del comportamiento, el diseño de los SMS tuvo tres tipos de fraseo: norma social, beneficio social y monitoreo, siendo más efectivo este último.



La campaña SMS tuvo impactos sobre indicadores como acceso (inicio de sesión) y uso de AE (descarga de reportes de riesgo y orientaciones pedagógicas, registro de información sobre la comunicación con los estudiantes y acceso a estrategias educativas).

3. Para su medición, se emplean indicadores de SER (Semáforo Escuela Remoto), herramienta de la USE (Unidad de Seguimiento y Evaluación) que recoge información sobre la experiencia de docentes y familias con la educación a distancia por medio de encuestas telefónicas. Se utilizan los resultados de SER entre mayo y setiembre de 2021.



Se encontraron mayores impactos en ciertos subgrupos regionales, como norte y sur del país, respecto a la selva donde no se encontraron impactos. Similarmente, en el ámbito rural se tuvieron impactos sobre un mayor número de indicadores, respecto al ámbito urbano.



Los impactos fueron calendarizados según la semana de evaluación, y los mayores impactos ocurrieron en la semana en que fueron enviados los SMS. Por otra parte, no se encontraron impactos sobre los indicadores de acceso y uso en las dos últimas rondas de SMS, que estuvieron dirigidas a docentes y no directores.



Finalmente, ninguno de los SMS logró impactos en el conocimiento de AE en docentes, ni en la implementación de acciones de prevención del abandono escolar, según lo reportado por docentes y familias. Cabe mencionar que estas fueron declarativas por lo que no se descarta un sub-registro de acciones que los directores/docentes hayan aplicado y que podrían estar contribuyendo a reducir la deserción escolar.



Queda pendiente explorar alternativas para que el mayor acceso y uso de AE por parte del director se traduzca en acciones concretas para prevenir el abandono escolar, así como mejorar los registros de información que permitan recolectar dicha información.