**Economía Experimental y del Comportamiento**

**2019-I**

*Examen Parcial*

1. (10 puntos) Los autores postulan hasta seis mecanismos institucionales que podrían afectar confianza y confiabilidad. ¿Cuáles son? ¿Cómo funcionan?

*Los mecanismos son: (a) cumplimiento de promesas y expectativas normativas; (b) anuncio; (c) comunicación; (d) equidad procedural y voz; (e) sanciones, y (f) reputación. El primero se basa en que hacer unas promesas podría, por efecto compromiso o por no querer decepcionar las expectativas de los receptores, generar una presión a cumplirlas. Los anuncios pueden funcionar como mecanismo de coordinación. La comunicación aun si no vinculante induce las personas a ser más prosociales, probablemente porque recorta distancia social. Equidad procedimental se alcanza cuando se permite a todas las personas acceder a las mismas oportunidades o expresarse de manera efectiva (voz), esto podría compensar la falta de equidad de los resultados. Las sanciones, tanto centralizadas como decentralizadas, son capaces de inducir cooperación porque actúan como un bien público de segundo nivel. El mecanismo de reputación postula que la interacción repetida hace que las personas se muestren más pro-sociales, tanto en situaciones de interacciones limitadas como ilimitadas; esto podría explicarse como un mecanismo estratégico para inducir reciprocidad.*

1. (10 puntos) ¿Cuál es la pregunta de investigación de los autores? ¿Cuáles son los mecanismos a través de los cuales se generaría el impacto esperado? (Sugerencia: piense en la pregunta uno)

*La pregunta es: ¿puede un mecanismo de votación no vinculante favorecer el establecimiento de confianza y confiabilidad? Por el tipo de intervención, el mecanismo es sobretodo un mecanismo de “voz” que es equitativo hacia todos los participantes. Sin embargo, podría funcionar como un sencillo efecto anuncio ya que se lee en voz alta el resultado, o como un mecanismo de “promesa”.*

1. (10 puntos) Explique el juego principal (*stage game*) de este experimento, es decir la tarea que tienen que enfrentar remitente y destinatario en cada ronda. ¿Cuáles son las decisiones relevantes para analizar?

*Es un juego de la confianza. Cada participante tiene dos fichas. El remitente decide cuanto enviar entre cero, uno y dos fichas. El destinatario recibe tres veces el monto de fichas enviado y para cada escenario (strategy method) decide si devolver o no. Si devuelve, remitente y destinatario quedan con el mismo número de fichas. Las contrapartes toman decisiones en cada rol.*

1. (10 puntos) ¿Cuántas rondas se jugaron? ¿Cómo se realizaba el emparejamiento? ¿Por qué se usa este tipo de emparejamiento?

*Dos rondas con cambios de roles, es decir cuatro en total, con emparejamientos perfect stranger. Se usa para evitar incentivo a crear reputación u otros mecanismos estratégicos y poder tratar las decisiones como independientes.*

1. (10 puntos) Antes de mostrar los resultados sobre las decisiones, los autores realizan algunas pruebas sobre los datos. ¿Cuáles? ¿Por qué?

*Usan unas pruebas no paramétricas para testear que las covariadas estén balanceadas entre condiciones experimentales. Además, averiguan si hay efecto de orden por el hecho que hay cambio de roles.*

*Adicionalmente, controlan que las rondas pre tratamiento no sean diferente entre control y tratamiento. Finalmente controlan si los votos son explicados por edad y educación, como forma de control de sesgo de deseabilidad social.*

1. (10 puntos) Explique los resultados del análisis de las decisiones, haciendo énfasis en la estrategia para identificar el mecanismo causal de interés o sea en el tipo de análisis realizado.

*Comparan las tres decisiones (confianza, confiabilidad para una ficha de envío, confiabilidad para dos fichas de envío) entre tratamiento y control. Hacen tres pruebas: (a) comparan las decisiones pre y post tratamiento y encuentran diferencias significativas en el caso del voto pero no en la condición de control; (b) comparan los cambios en las medianas entre pre y post tratamiento; (c) hacen una prueba de que el cambio (la diferencia decisión dos menos decisión uno) sea diferente entre tratamiento y control. Los resultados son consistentes.*

1. (10 puntos) ¿Cómo analizan los resultados de las votaciones? ¿Qué inferencias hacen?

*Analizan la consistencia entre lo que se vota y lo que se hace después de votar. Agrupan los individuos de acuerdo a los que se preocupan por cumplir con promesas, los que se preocupan de no decepcionar los demás, y los otros. Estimaciones indirectas permiten identificar que alrededor de la mitad entrarían en el primer grupo, alrededor del 40% en el segundo grupo.*

1. (10 puntos) ¿Puede indicar dos controles de robustez qué hacen los autores? ¿Qué resultados arrojan?

*Comparar la línea de base entre tratamiento y control se puede considerar un control de robustez. La prueba de medianas es otro control de robustez. Ambas soportan las conclusiones principales. También analizan si los participantes ven como independientes las decisiones antes y después del tratamiento. Esto parece ser violado para el grupo de control.*

1. (10 puntos) ¿Qué dicen los autores sobre la validez externa de los resultados?

*Siguen el enfoque de Campbell y Cronbach y discuten la validez externa de unidades, tratamientos, observaciones y contextos. La muestra no ha sido diseñada estadísticamente así que no es representativa, sin embargo, el subject pool se puede considerar no estándar. Tratamiento y contexto tienen alta validez externa por ser lab-in-the-field, y por seguir las reglas de las consultaciones comunitarias. Las observaciones son válidas externamente en la medida en que un juego de confianza capture confianza. Los autores tienen una discusión sobre el tema, subrayando que si bien hay limitaciones, se trata de una medición más acertada que en una encuesta.*

1. (10 puntos) Los autores mencionan un problema de identificación en los datos a la hora de interpretar el efecto del tratamiento. ¿Cuál? ¿Cómo se podría modificar este experimento para controlar por este problema?

*El problema fundamental reside en el efecto anuncio. Se podría hacer el mismo experimento añadiendo un tratamiento donde se lee el resultado de las votaciones hechas en este experimento.*