

# Decidiendo Para un Futuro Mejor: Información para Reducir la Deserción Escolar y el Trabajo Infantil en Perú



FOTO: SERGIO DE MARCO

En determinadas ocasiones, los jóvenes y sus padres toman decisiones basadas en creencias poco precisas sobre los beneficios de la educación, lo que puede resultar en objetivos académicos no cumplidos, deserción escolar o en la inserción de los niños en la fuerza laboral. En alianza con Innovations for Poverty Action (IPA), el Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab (J-PAL), y el Ministerio de Educación de Perú, investigadores diseñaron y evaluaron rigurosamente dos intervenciones que buscaron mejorar la toma de decisiones con respecto a la educación y el uso del tiempo de los niños en este mismo ámbito. Estas intervenciones innovadoras entregaron a los estudiantes y sus familiares información sobre los retornos económicos de la educación superior, sobre opciones de estudios y posibilidades de financiamiento, así como también sobre los retornos a los diferentes tipos de titulaciones, como de licenciatura y títulos técnicos.

Esta investigación busca entender si por medio de la provisión de información se puede influir en las decisiones educativas de los estudiantes peruanos, manteniéndolos en la escuela y fuera de la fuerza de trabajo, y si es posible implementar esta intervención en las escuelas públicas a mayor escala, bajo la dirección del Ministerio de Educación.

## Resultados Preliminares\*

- » **Las creencias de los estudiantes y padres sobre los beneficios económicos de la educación mejoraron.** Recibir información acerca de los retornos a la educación y de las opciones para acceder a más educación en el futuro, a través de videos y una aplicación interactiva usada a través de tabletas, corrigió las creencias erróneas sobre los beneficios de la educación.
- » **Las tasas de deserción escolar disminuyeron.** La información tuvo un efecto significativo sobre las tasas de deserción escolar entre los estudiantes de áreas rurales y urbanas.
- » **Los efectos en el trabajo infantil fueron mixtos.** Los videos informativos redujeron el trabajo infantil para las niñas en las zonas urbanas, pero no afectaron el trabajo infantil en las zonas rurales. Una aplicación interactiva usada a través de tabletas redujo el trabajo infantil para los estudiantes de 6° grado en áreas rurales, pero no para otros grupos.
- » **En base a estos resultados, el Ministerio de Educación en Perú continuará implementando la campaña de entrega de videos a 2.001 escuelas secundarias en el año escolar 2018.** La campaña de videos resultó muy costo-efectiva: la distribución de videos a las escuelas costó menos de USD 0,05 por estudiante. Dado el bajo costo y los resultados prometedores, el Ministerio de Educación está ampliando la distribución de estos videos para su uso en programas extracurriculares. En el año escolar 2018, se espera que los videos lleguen a estudiantes de todo el país.

\* Estos resultados son preliminares y pueden cambiar después de un levantamiento y análisis de datos posterior.

### INVESTIGADORES

Francisco Gallego (Universidad Católica de Chile y J-PAL LAC)  
Oswaldo Molina (Universidad del Pacífico, Perú)  
Christopher Neilson (Princeton University y J-PAL LAC)

### SOCIO

MineduLAB

### PAÍS

Perú

### LÍNEA DEL TIEMPO

2015-2016

### MUESTRA

2.611 escuelas primarias y secundarias de zonas urbanas;  
249 escuelas primarias de zonas rurales

**MINEDULAB** | MineduLAB es un laboratorio de innovación para el diseño de políticas educativas que opera dentro del gobierno de Perú. El laboratorio hace pilotos de políticas de bajo costo y evalúa la efectividad de dichas innovaciones, lo que permite al Ministerio utilizar evidencia rigurosa para crear programas que permitan mejorar el aprendizaje de los estudiantes en todo el país. La intervención presentada en este documento fue desarrollada como parte de la primera ronda de innovaciones de MineduLAB, identificada y seleccionada en el año 2015, y ahora está siendo escalada por el Ministerio de Educación de Perú. IPA y J-PAL proporcionaron asistencia técnica al Ministerio de Educación para desarrollar MineduLAB. Desde 2017, el Ministerio ha operado de manera independiente MineduLAB y ha colaborado con académicos para implementar evaluaciones de impacto de otras innovaciones.

## El Desafío

### DESERCIÓN ESCOLAR Y TASAS DE TRABAJO INFANTIL

A pesar de los recientes avances en la cobertura y la calidad del sistema educativo peruano, las tasas de deserción escolar siguen siendo altas. 12 por ciento de los niños dejan la escuela antes de los 13 años, y el 17 por ciento no termina la escuela secundaria. Los datos del gobierno muestran que aproximadamente 178.000 estudiantes peruanos abandonaron la escuela entre los años 2014 y 2015. Junto con las altas tasas de deserción, Perú también presenta tasas relativamente altas de trabajo infantil: según la Organización Mundial del Trabajo, en el 2015 el 21.8 por ciento de los niños de 5 a 17 años trabajaban. El trabajo infantil es más intenso en el área rural, donde la tasa de trabajo infantil fue casi cuatro veces superior a la urbana en el 2015.<sup>1</sup>

Si los niños y los padres tienen creencias inexactas sobre los beneficios de la educación, proporcionar información precisa sobre los retornos a la educación para varios niveles educativos, además de información sobre las opciones de financiamiento para la educación superior, puede ayudar a mantener a los niños en la escuela y prevenir su entrada prematura a la fuerza de trabajo. Los investigadores se asociaron con IPA, J-PAL y el Ministerio de Educación de Perú para investigar si entregar esta información a través de videos y / o una aplicación interactiva usada a través de tabletas podría cambiar las percepciones sobre los retornos a la educación, y finalmente reducir las tasas de deserción escolar y trabajo infantil en Perú.

<sup>1</sup> Magnitud y Características del trabajo Infantil en el Perú, Informe 2015 (OIT, y MTPE).

## El Programa

### INFORMACIÓN SOBRE LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LA EDUCACIÓN

Dos campañas innovadoras proporcionaron información sobre los beneficios económicos y sociales de la educación, junto con información sobre los retornos para los distintos niveles educativos y sobre las oportunidades de financiamiento para la educación superior, con el propósito de abordar las creencias poco precisas de los niños y sus padres sobre los retornos a la educación.

- » **Campaña Masiva con Video (Piloto de Política):** Esta intervención se diseñó para implementarse a gran escala y a bajo costo. La campaña consistió en la presentación de una serie de videos al estilo de telenovelas cuya trama transmitía mensajes sobre el valor social de la educación, información de retornos económicos para diferentes niveles educativos y profesiones, así como también de opciones para financiar la educación superior. El Ministerio de Educación e IPA distribuyeron estos videos entre escuelas urbanas de 24 regiones del Perú, así como en las áreas rurales de Cusco y Arequipa. Junto a los videos se entregaron instrucciones para presentar y guiar la discusión de los temas tratados en los mismos. En las escuelas primarias, los videos se proyectaron para los estudiantes de 5º y 6º, mientras que, en las escuelas

secundarias, los videos se proyectaron para todos los grados (del 7º al 11º).

- » **Campaña Intensiva con Aplicación Usada a Través de Tablet:** La segunda intervención entregó mensajes similares a los de la campaña masiva, pero de manera más intensiva y estuvo basada en el uso de aplicaciones interactivas a través de tabletas. La información fue presentada a estudiantes y a padres mediante unas aplicaciones que usaban infografías y actividades interactivas. Los usuarios recibieron esta información de forma privada y a su propio ritmo, pudiendo explorar los datos sobre los retornos de los distintos niveles de educación, de especializaciones específicas y de oportunidades para recibir becas para educación superior. Algunos estudiantes interactuaron con las tabletas en sus casas y otros en sus escuelas. Esta campaña también se implementó en áreas rurales y urbanas en todo el Perú.

Ambas intervenciones se implementaron en varios niveles escolares, para poder medir el posible efecto dinámico complementario de campañas informativas entre niveles escolares distintos.

# La Evaluación

## ¿CÓMO AFECTA LA ENTREGA DE INFORMACIÓN LA DESERCIÓN ESCOLAR Y LAS TASAS DE TRABAJO INFANTIL?

En colaboración con IPA, J-PAL y el Ministerio de Educación, los investigadores llevaron a cabo una evaluación aleatoria que duró dos años, para medir los impactos de la entrega de información sobre la deserción escolar y las tasas de trabajo infantil. En el primer año de la intervención (2015), el diseño de la evaluación difirió ligeramente entre las áreas urbanas y rurales:

- » **Áreas urbanas (ciudades capitales de los 24 departamentos de Perú):** De las 2.611 escuelas primarias y secundarias en las capitales departamentales de Perú, los investigadores asignaron al azar 1.393 escuelas (346.000 estudiantes) para recibir la **campaña basada en los videos** y 1.218 escuelas (322.000 estudiantes) para servir como **grupo de comparación**. La muestra del estudio incluyó la mitad de todas las escuelas urbanas en el Perú.

La muestra del estudio incluyó 266 escuelas en zona urbana de Lima, en las que los investigadores evaluaron la campaña intensiva con tabletas. Dentro de estas escuelas, los investigadores seleccionaron aleatoriamente a 3.334 estudiantes y 1.816 padres para realizar una encuesta detallada haciendo uso de las tabletas. Durante la encuesta, por medio de un algoritmo, se asignó automáticamente al encuestado al grupo que recibiría la **intervención basada en el uso de la aplicación a través de las tabletas, o al grupo de comparación**.

- » **Zonas rurales (de Arequipa y Cusco):** de las 249 escuelas rurales elegibles, los investigadores asignaron al azar 125 escuelas (2.500 estudiantes) para recibir la **campaña con videos** y 124 escuelas (2.500 estudiantes) para servir como **grupo de comparación**. Dentro de estas 249 escuelas, los investigadores seleccionaron aleatoriamente a 3.000 estudiantes de primaria y 993 padres para realizar la encuesta detallada en las tabletas. Al igual que en las áreas urbanas, durante la encuesta, la tableta utilizó un algoritmo para asignar automáticamente al encuestado para recibir la **intervención basada en el uso de la aplicación a través de las tabletas** o para servir como parte del **grupo de comparación**.

Debido a restricciones presupuestarias, los investigadores e IPA redujeron la implementación de ambas campañas en el segundo año de la intervención (2016). Sin embargo, aunque la muestra del estudio en 2016 fue más pequeña, los grupos de tratamiento y comparación permanecieron comparables de acuerdo con las características de los estudiantes y las escuelas.

Los investigadores utilizaron una combinación de datos administrativos y otros obtenidos por encuestas para medir los cambios en varios resultados, entre ellos: las tasas de deserción a nivel de escuela, la probabilidad de que los estudiantes participaran en el trabajo infantil, el tiempo que dedicaron los estudiantes a los estudios, qué apoyo tuvieron

## Resultados Preliminares

En el primer año de la intervención, la campaña con videos se enfrentó a algunas dificultades de implementación: solo el 33 por ciento de las escuelas en el grupo de tratamiento recibieron y vieron los videos. En el segundo año, la implementación mejoró, y el 66 por ciento de las escuelas asignadas para recibir la campaña de video recibieron y vieron los videos. Algunos de los resultados a continuación comparan las áreas en las que el piloto de política se implementó exitosamente con el grupo de comparación (en lugar de comparar todo el grupo del piloto, incluidas las escuelas que no recibieron los videos, con el grupo de comparación).<sup>2</sup>

- » **Los estudiantes y los padres mejoraron sus creencias sobre los beneficios económicos de la educación.** Tanto los estudiantes como los padres subestimaban los retornos a la educación: antes de la intervención, los niños subestimaron los salarios de un egresado de la universidad en un 31 por ciento. La entrega

de información precisa corrigió estas creencias. La **intervención basada en la entrega de información a través de tabletas** aumentó los retornos económicos esperados, tanto de los estudiantes como de los padres, de todos los niveles de educación. En las zonas urbanas donde la **campaña con videos** se entregó con éxito, el retorno esperado de los estudiantes a la educación universitaria aumentó en un ocho por ciento con respecto al grupo de comparación. En las zonas rurales,

<sup>2</sup> Esto tiene implicaciones para pensar cómo aplicar los resultados a la política. Dado que la implementación fue un desafío, los resultados que comparan las áreas donde el piloto de la política se implementó exitosamente con las áreas de comparación solo corresponderían a un programa que se haya implementado de manera más completa y precisa que el piloto. La campaña con la aplicación presentada a través de la tableta también enfrentó problemas de implementación, particularmente en áreas urbanas. Para ser conservadores, los resultados preliminares presentados en este documento solo informan los efectos de la intervención basada en la aplicación presentada en tabletas en las áreas rurales.

la **campaña con videos** no cambió las percepciones de los retornos financieros a la educación.

- » **Las tasas de deserción escolar disminuyeron.** La **campaña con videos** redujo la tasa de deserción durante el primer año tanto en áreas rurales como urbanas. En ambas áreas, el efecto es mayor en niños, y en las áreas urbanas, fue mayor para los estudiantes de 5° y 6°. El piloto tuvo impactos aún mayores en la tasa de deserción a mediano plazo (dos años después del programa) para todos los grupos, tanto en áreas urbanas como rurales, todos los cuales fueron significativos. Incluso sin corregir por los problemas de implementación (es decir, al comparar todas las áreas en las que el piloto debería haberse implementado con respecto al grupo de comparación), estos resultados se mantienen, lo que sugiere que también una versión a gran escala del programa podría reducir las tasas de deserción.

- » **Los efectos sobre el trabajo infantil son mixtos.** En las áreas urbanas donde la campaña de video fue entregada con éxito, se observó una reducción del trabajo de las niñas en tres puntos porcentuales (15 por ciento), pero aumentaron las horas diarias trabajadas por los niños que ya trabajaban al comienzo en 2,2 horas. En las áreas rurales, los videos no tuvieron un efecto detectable en las horas trabajadas por los niños en general, pero sí redujeron las horas de trabajo para ciertos grupos, particularmente para los niños y los estudiantes de 6° grado. La **intervención basada en la aplicación usada a través de tabletas** no afectó el trabajo infantil en la muestra general, pero redujo el trabajo infantil para los estudiantes del 6° grado en las áreas rurales en un 7,3%.

## Conclusiones

**Los resultados preliminares sugieren que entregar información sobre los beneficios económicos y sociales de la educación a través de videos y / o usando una aplicación interactiva a través de tabletas reduce las tasas de deserción escolar.** La evidencia sobre los efectos sobre el trabajo infantil fue mixta. La información entregada también corrigió las percepciones erróneas de los padres y los estudiantes sobre los beneficios económicos de la educación.

Con base en estos resultados prometedores, el Ministerio de Educación en Perú planea continuar distribuyendo los videos a 2.001 escuelas secundarias en 2018. Las escuelas parecen valorar la intervención, ya que 95% de los directores informaron que estaban dispuestos a continuar participando en la campaña en años futuros. Para optimizar la eficiencia en su escalamiento, los investigadores recomiendan mejorar el tiempo de la entrega de los videos, lo que el Ministerio de Educación planea lograr mediante la carga de los videos en un sitio web central para el acceso de las escuelas. Los videos se incorporarán a las horas de tutoría y, por lo tanto, serán parte del plan de estudios de la escuela.



*El financiamiento de este proyecto fue proporcionado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos. Este material no refleja necesariamente las opiniones o políticas del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, y la mención a nombres comerciales, productos comerciales u otras organizaciones no implica el respaldo del Gobierno de los Estados Unidos.*

SEPTIEMBRE 2018

**Editora:** Bethany Park | **Diseñadora:** Michelle Read

**Desarrollo de Proyectos:** [pd@poverty-action.org](mailto:pd@poverty-action.org) | **Consultas Generales:** [contact@poverty-action.org](mailto:contact@poverty-action.org) | [www.poverty-action.org](http://www.poverty-action.org)

Innovations for Poverty Action (IPA) es una organización sin ánimo de lucro que descubre y promueve soluciones eficaces a los problemas mundiales de pobreza. IPA diseña, evalúa y refina rigurosamente estas soluciones y sus aplicaciones junto con investigadores y responsables locales de la toma de decisiones, asegurando que se utilicen pruebas para mejorar las vidas de los menos favorecidos del mundo. Nuestras alianzas bien establecidas en los países donde trabajamos y una sólida comprensión de los contextos locales nos permiten llevar a cabo investigaciones de alta calidad. Esta investigación ha informado a cientos de programas exitosos que tienen un impacto importante para millones de personas en todo el mundo.

