



# CÓMO DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE MONITOREO POR SMS EN PROGRAMAS DE EMPLEO JUVENIL

**Notas “Paso a paso” de S4YE**

Número 2, enero 2021

## Cómo diseñar una estrategia de monitoreo por SMS en programas de empleo juvenil

Esta nota es parte de la serie “Paso a Paso” de Solutions for Youth Employment (S4YE) que proporciona una guía rápida para profesionales y formuladores de políticas que trabajan en el diseño de nuevos programas de empleo juvenil. Esta serie cubre una variedad de temas relacionados con el empleo juvenil identificados en colaboración con los socios de S4YE y los equipos del Grupo de Banco Mundial.

Esta nota destaca los seis pasos tomados por el proyecto **México Inclusión Laboral para Jóvenes (MILJ)** para diseñar una estrategia exitosa de monitoreo usando un sistema de mensajes cortos (SMS) para incorporar la voz de los jóvenes en éste.<sup>1</sup> El proyecto busca generar evidencia sobre intervenciones que promuevan la inclusión laboral de jóvenes de bajos ingresos en empleos formales de calidad en sectores productivos estratégicos. El proyecto es implementado por el Banco Mundial y el Gobierno de México en el estado de San Luis Potosí.

### SOBRE EL PROYECTO

La cobertura de la red de telefonía móvil ha aumentado en todo el mundo durante las últimas dos décadas. Tanto en las economías avanzadas como en las emergentes, los jóvenes están mucho más conectados digitalmente que las generaciones mayores.<sup>2</sup> Las tecnologías digitales ofrecen la oportunidad de comunicarse con los jóvenes y recopilar datos a bajo costo. El uso de métodos digitales como los SMS se ha vuelto más relevante para obtener datos e información oportunos, especialmente con la actual crisis del COVID-19.

El proyecto<sup>3</sup> [MILJ](#) utiliza SMS para llegar a jóvenes de bajos ingresos, de entre 17 y 21 años, a punto de graduarse de la educación media superior y antes de ingresar al mercado laboral, para ofrecerles un paquete de intervenciones que orienten sus decisiones de estudio y trabajo, y conectarlos con oportunidades de empleo formal de calidad en las empresas. El proyecto se centra en:

- (i) Diseñar un enfoque integral de oferta y demanda de trabajo, y
- (ii) Evaluar el impacto de un piloto de empleo que apoye la inserción de los jóvenes en empleos formales de calidad en sectores productivos estratégicos.

Uno de los principales desafíos para el proyecto MILJ consistía en recopilar datos de los estudiantes después de graduarse de la educación media superior a fin de apoyar la adopción del tratamiento. Usar una herramienta de bajo costo como una plataforma de SMS parecía razonablemente apropiado y fácil en un principio pero, no siempre fue sencillo, como muestra la experiencia de MILJ. El equipo recopiló datos de alta frecuencia a través de encuestas por SMS sobre:

- Situación laboral
- Horas trabajadas
- Formalidad del empleo
- Rotación laboral
- Nivel de satisfacción con el actual empleo
- Intensidad de búsqueda de empleo
- Medios utilizados para buscar trabajo, y
- Acceso a educación superior



Figure 1. Estudiantes en el proyecto MILJ.

<sup>1</sup> Banco Mundial, “México: Inclusión Laboral para Jóvenes” <https://www.jobsanddevelopment.org/wp-content/uploads/2019/03/Mexico-Pilot-CN.pdf>

<sup>2</sup> Pew Research Center (2019), “Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally”. [https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2019/02/Pew-Research-Center\\_Global-Technology-Use-2018\\_2019-02-05.pdf](https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2019/02/Pew-Research-Center_Global-Technology-Use-2018_2019-02-05.pdf)

<sup>3</sup> El proyecto México: Inclusión Laboral para Jóvenes ha sido posible gracias a una donación del Jobs Umbrella Multidonor Trust Fund (MDTF) del Banco Mundial, respaldado por el Departamento de Desarrollo Internacional / AID del Reino Unido, los gobiernos de Noruega, Alemania, Austria, la Agencia Austriaca de Desarrollo y la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo

## SEIS PASOS A CONSIDERAR AL DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE MONITOREO POR SMS:

### **Paso 1: Ser claro sobre los objetivos específicos de comunicarse con los jóvenes a través de SMS.**

Una estrategia de comunicación a través de SMS puede servir para diferentes propósitos. Puede diseñarse como una herramienta de intervención o para apoyar la implementación de programas, así como para monitorear y evaluar programas de empleo juvenil. El primer paso es definir el propósito principal de usar mensajes de texto para comunicarse con los jóvenes.

Durante las etapas iniciales del desarrollo de la estrategia de comunicación por SMS, el equipo de MILJ identificó que la plataforma de SMS le permitiría al proyecto llegar a la mayoría de los jóvenes objetivo. Además, la plataforma permitiría recopilar datos de alta frecuencia sobre una variedad de indicadores (a bajo costo), tal como información sobre trayectorias de la escuela al trabajo, resultados del mercado laboral para los jóvenes objetivo, y proporcionar información y actualizaciones sobre las actividades del proyecto.

### **Paso 2: Diseñar una estructura modular para los mensajes y definir la muestra.**

Una vez que se ha decidido el objetivo específico para utilizar una plataforma de SMS, el equipo debe desarrollar una estructura de módulos temáticos para la estrategia de SMS y decidir el contenido de cada uno de los mensajes que se enviarán. Algunas preguntas que el equipo necesitará determinar son:

- **¿Deben entregarse los mensajes SMS a un grupo específico o a todos los jóvenes involucrados en el programa?** Algunas preguntas pueden ser relevantes para todo el universo de la muestra, y otras pueden ser relevantes solo para grupos específicos (por ejemplo, jóvenes que trabajan en un trabajo formal / informal, jóvenes que trabajan y estudian, mujeres jóvenes, grupo de tratamiento, etc.). El proyecto MILJ diseñó preguntas para encuestas de alta frecuencia a la población objetivo, mientras que otros mensajes fueron específicos para algunos jóvenes seleccionados en un grupo de tratamiento para un subsidio al salario. Estos mensajes incluyeron el envío de actualizaciones y recordatorios sobre el proceso de registro, solicitud de subsidio y notificaciones sobre la entrega de estos.
- **¿Con qué frecuencia piensa el equipo buscar retroalimentación / enviar mensajes SMS a los jóvenes?** Si bien es esencial mantener el interés de los jóvenes en el programa mediante el envío de mensajes de texto regulares, los equipos deben mantener el equilibrio adecuado y asegurarse de que los jóvenes no sean bombardeados constantemente con encuestas o podrían perder el interés. Por ejemplo, el equipo de MILJ envía recordatorios y encuestas cada dos o cuatro semanas.
- **¿Cuántos mensajes por ronda de textos tiene la intención el equipo de enviar a los jóvenes?** Las rondas más cortas de mensajes de texto son más costo-efectivas para un proyecto y previenen el cansancio y la pérdida de interés de los jóvenes. El equipo de MILJ envía 2-4 mensajes recordatorios en cada ronda de actualizaciones del proyecto.
- **¿Qué formato (longitud, caracteres, preguntas abiertas o cerradas, sondeos) es apropiado para usar en SMS?** Por lo general, el número de caracteres máximo por SMS es 160 y no se permiten caracteres especiales, como tildes. Las preguntas cerradas de opción múltiple funcionan mejor para las encuestas por SMS. Sin embargo, las preguntas abiertas permiten a los equipos obtener respuestas personalizadas de los jóvenes. El equipo de MILJ utilizó principalmente preguntas cerradas de opción múltiple y ocasionalmente utilizó preguntas abiertas sobre temas específicos en los que querían más expresiones y opiniones de los jóvenes. En promedio, el equipo formateó los mensajes para incluir no más de 15 a 20 preguntas por ronda de encuestas por SMS.
- **¿Qué tono (formal, educativo, discurso de pares) pretende utilizar la organización en el SMS?** El proyecto MILJ aprendió que los jóvenes se identifican mejor con un tono similar al de sus compañeros que incluya historias con las que se puedan relacionar. Comprender los intereses de los jóvenes objetivo en el contexto local puede ayudar a diseñar estos mensajes.

### **Paso 3: Finalizar las especificaciones técnicas y los contratos con proveedores de telecomunicaciones.**

Los procesos técnicos para lanzar una plataforma de SMS exitosa pueden llevar varios meses. Los equipos deben tener fechas límite realistas y haber finalizado los contratos con los proveedores antes de la implementación. Los equipos deben:

- a. **Finalizar los arreglos técnicos con las empresas de telecomunicaciones locales.** Dependiendo de la ubicación del programa de empleo, los países pueden tener más de un proveedor de telecomunicaciones y / o empresas que brindan un servicio multi-canal (una empresa que proporciona acceso a varias empresas de telecomunicaciones). Al momento de elegir al proveedor de telecomunicaciones, los equipos deben considerar factores como:
  - Empresas que son más utilizadas por los jóvenes participantes, y
  - El costo unitario total de cada mensaje enviado.

El equipo del proyecto MILJ recopiló información sobre las empresas de telecomunicaciones que utilizan los participantes jóvenes por medio de grupos focales que se llevaron a cabo durante la fase de diseño del proyecto.
- b. **Los equipos deben acordar con el proveedor de telecomunicaciones quién asumirá los costos por el envío de una respuesta por SMS.** El equipo de MILJ evaluó que sería costo-efectivo que el proyecto asumiera la totalidad de los costos de la estrategia de envío de SMS. Este enfoque redujo la carga económica para los jóvenes participantes de bajos ingresos que respondieron a los mensajes de texto en el proyecto MILJ.
- c. **El equipo debe determinar si la recopilación de datos de la plataforma SMS se gestionará de forma centralizada a través de un proveedor o internamente.** Para tomar esta decisión, los equipos deben considerar elementos como:
  - La flexibilidad requerida para la recopilación y el almacenamiento de datos (un proveedor puede tener un tiempo limitado para realizar ajustes de última hora) y,
  - La cantidad de capacitación que necesitaría un equipo interno para comprender el funcionamiento de la plataforma de envío de SMS seleccionada.

Al considerar estos factores, el proyecto MILJ colaboró con un proveedor internacional de plataforma de envío de SMS llamado [Text.it](#). El equipo organizó las conversaciones técnicas entre la empresa de telecomunicaciones y el proveedor de la plataforma SMS para conectar sus servicios. El equipo de MILJ decidió tomar la iniciativa en la gestión de la plataforma SMS para garantizar el control total del contenido y la logística de la mensajería. Al tener la propiedad total de la gestión de la plataforma de SMS, el equipo pudo determinar cómo y cuándo se analizarán los datos que contienen las respuestas enviadas por los participantes del proyecto.
- d. **Es importante que la plataforma se pruebe antes de que se lance a los jóvenes seleccionados.** El equipo del proyecto MILJ tuvo que ejecutar varias sesiones de prueba hasta que el servicio estuvo listo para ser lanzado según los requisitos del proyecto. Una vez concluidos los procesos de adquisición para todos los proveedores, el proceso de configuración técnica tomó entre 4 y 6 semanas.

### **Paso 4: Considerar la posibilidad de crear incentivos para que los jóvenes respondan a los SMS.**

**El equipo del proyecto debe considerar los tipos de incentivos que se podrían ofrecer para involucrar a los jóvenes. Los incentivos pueden ser intrínsecos, económicos o una combinación de ambos.** Dependiendo del tipo de incentivos ofrecidos, algunos pueden requerir arreglos adicionales, como la contratación de servicios de proveedores que respaldarán la entrega de los incentivos.

Como se describe en la nota “Paso a paso” número 1, también se ofrecieron incentivos intrínsecos a los jóvenes en el proyecto MILJ al proporcionar información sobre cómo sus respuestas podrían ayudar a dar forma a programas de empleo para jóvenes en su región que beneficien a la sociedad. Esto animó a los jóvenes a seguir participando y compartiendo sus opiniones con el proyecto. Además, los incentivos económicos que aumentan con el tiempo pueden ayudar a asegurar la motivación y participación continuas de los

jóvenes encuestados durante todo el proyecto y, por lo tanto, pueden salvaguardar la calidad de los datos y reducir el desgaste.<sup>4</sup> Cabe señalar que, si bien los incentivos económicos, como el crédito para teléfonos móviles o las transferencias monetarias, aumentan la disposición de los encuestados a seguir participando, existe evidencia mixta sobre las compensaciones pequeñas versus las grandes para aumentar la participación.<sup>5</sup>

El proyecto MILJ incorporó incentivos económicos para impulsar y mantener las tasas de respuesta, que van desde \$1 USD y que aumentaron en el tiempo a \$5 USD por encuesta completada.<sup>6</sup> Se entregó un monedero electrónico a los participantes mientras implementaron actividades del proyecto en sus escuelas. Las respuestas a cada ronda de mensajes proporcionaron una cantidad específica de puntos que se convertirían en efectivo que los jóvenes podrían almacenar en sus monederos y utilizarlas en cualquier comercio o incluso retirar efectivo, utilizando el monedero electrónico como tarjeta de débito. Un proveedor externo proporcionó el servicio de monedero electrónico. El aumento de la cantidad monetaria de incentivos económicos ayudó a aumentar la tasa de respuesta a las encuestas por mensaje de texto en 38 puntos porcentuales.

### **Paso 5: Incluir controles y respaldos.**

**Una vez que se ha definido la estrategia y se han establecido los sistemas técnicos, el equipo debe presentar la plataforma SMS a los participantes del proyecto.** El proyecto MILJ introdujo la plataforma SMS a estudiantes en una interacción cara a cara durante la entrega de un taller de información laboral en su escuela. Los estudiantes pudieron interactuar con la plataforma y hacer preguntas sobre su funcionamiento. Presentar la plataforma en persona e interactuar por medio de la ésta con los jóvenes también ayudó a construir una relación con ellos.

**La organización que administra las encuestas usando SMS debe asegurarse de que cuenta con el consentimiento del participante para utilizar los datos recopilados.** Este consentimiento puede incluir el consentimiento de los padres, según las leyes locales que existan en el país. Los equipos del proyecto también deben brindar a los participantes la posibilidad de darse de baja de la plataforma de SMS cuando lo deseen. El equipo de MILJ recopiló formularios de consentimiento firmados en el momento en que administraron encuestas de línea base en las escuelas. Igualmente, el equipo brindó una opción a los estudiantes que deseen darse de baja de la plataforma enviando la palabra "BAJA" por mensaje de texto. A continuación, el sistema cancela automáticamente la suscripción del joven a los SMS.

**Muchos jóvenes tienden a perder sus teléfonos móviles con mucha frecuencia, cambian de número de teléfono y / o de proveedor de telefonía, lo que puede afectar la tasa de respuesta del alcance de SMS, ya que pueden no recibir los mensajes.** Esto puede suponer un sesgo por atrición de la muestra ya que se pierde el contacto con los participantes. Estos problemas son desafíos importantes para los profesionales que intentan implementar sus programas de manera efectiva. El equipo de MILJ abordó estas preocupaciones haciendo que los jóvenes notificaran al equipo de inmediato sobre cualquier cambio celular a través de SMS, correo electrónico, teléfono, WhatsApp o Facebook, y ofreciendo un incentivo económico a los participantes jóvenes que refirieron a un amigo (también participante del proyecto) que había cambiado su número de teléfono celular y se pusiera en contacto con el equipo del programa para actualizar la información del nuevo número de teléfono celular.

### **Paso 6: Programar los SMS y analizar la tasa de respuesta.**

**El equipo del proyecto debe tener en cuenta que la cantidad de jóvenes encuestados fluctúa en el tiempo, ya que no todas las personas seleccionadas responderán a cada ronda de encuestas por SMS enviadas al realizar un seguimiento de alta frecuencia.** Por

<sup>4</sup> Dabalen, Andrew, Alvin Etang, Johannes Hoogeveen, Elvis Mushi, Youdi Schipper, and Johannes von Engelhardt. 2016. Mobile Phone Panel Surveys in Developing Countries: A Practical Guide for Microdata Collection. Directions in Development. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-0904-0. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24595/9781464809040.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<sup>5</sup> Ballivian, A, Azevedo, J P, and Durbin, W. 2015. Using Mobile Phones for High-Frequency Data Collection. In: Toninelli, D, Pinter, R & de Pedraza, P (eds.) Mobile Research Methods: Opportunities and Challenges of Mobile Research Methodologies, Pp. 21–39. London: Ubiquity Press. DOI: <http://dx.doi.org/10.5334/bar.c>. License: CC-BY 4.0. <https://www.ubiquitypress.com/site/chapters/10.5334/bar.c/download/293/>

<sup>6</sup> A través de un estudio cualitativo con los participantes, el equipo de MILJ aprendió que ofrecer un monedero electrónico puede incrementar no solo la credibilidad sino también el compromiso y la participación en la plataforma y otras actividades del proyecto.

lo tanto, los equipos deben evaluar constantemente los recordatorios y la sincronización de los mensajes de texto enviados para ayudar a mantener y aumentar las tasas de respuesta. Al analizar la tasa de respuesta, el equipo de MILJ se dio cuenta de que el momento de envío de mensajes es importante. El equipo observó que enviar encuestas por SMS por la tarde era más eficaz, ya que los jóvenes objetivo suelen estar en el trabajo o la escuela por las mañanas. Además, el equipo envió recordatorios por mensaje de texto para las encuestas incompletas cada dos días, lo que contribuyó a aumentar las tasas de respuesta.

## CONCLUSIÓN

**El proyecto MILJ utilizó los seis pasos descritos en esta nota para implementar una plataforma SMS exitosa para involucrar, inscribir, monitorear y apoyar a los jóvenes de manera efectiva.** Escuchar las perspectivas de los jóvenes a través de los datos y la retroalimentación recopilada en el estudio cualitativo permitió al equipo afinar el diseño y la implementación de su programa. Aunque las encuestas por SMS pueden tener limitaciones como tasas de respuesta relativamente más bajas en comparación con otros formatos de encuestas como las entrevistas cara a cara o las encuestas telefónicas, estas pueden proporcionar al menos un mecanismo útil y de bajo costo para llegar a una gran cantidad de jóvenes en un periodo corto. Además, permite dar seguimiento a un grupo dentro de la población objetivo.<sup>7</sup>

## REFERENCIAS

- Ballivian, A, Azevedo, J P, and Durbin, W. 2015. Using Mobile Phones for High-Frequency Data Collection. In: Toninelli, D, Pinter, R & de Pedraza, P (eds.) Mobile Research Methods: Opportunities and Challenges of Mobile Research Methodologies, Pp. 21–39. London: Ubiquity Press. DOI: <http://dx.doi.org/10.5334/bar.c>. License: CC-BY 4.0. <https://www.ubiquitypress.com/site/chapters/10.5334/bar.c/download/293/>
- Dabalen, Andrew, Alvin Etang, Johannes Hoogeveen, Elvis Mushi, Youdi Schipper, and Johannes von Engelhardt. 2016. Mobile Phone Panel Surveys in Developing Countries: A Practical Guide for Microdata Collection. Directions in Development. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-0904-0. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24595/9781464809040.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Lau, C. Q., Cronberg, A., Marks, L., & Amaya, A. (2019). In search of the optimal mode for mobile phone surveys in developing countries: A comparison of IVR, SMS, and CATI in Nigeria. Survey Research Methods, 13(3), 305-318. doi:10.18148/srm/2019.v13i3.7375 <https://ojs.ub.uni-konstanz.de/srm/article/view/7375>
- Pew Research Center (2019), “Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally” <https://www.pewresearch.org/global/wp-content/uploads/sites/2/2019/02/Pew-Research-Center-Global-Technology-Use-2018-2019-02-05.pdf>
- World Bank, “Mexico Youth Labor Market Inclusion” <https://www.jobsanddevelopment.org/wp-content/uploads/2019/03/Mexico-Pilot-CN.pdf>

Esta nota “Paso a paso” Número 2 de S4YE fue preparada en su versión original en inglés por Kavell Joseph (Especialista Técnica de Empleo Juvenil, S4YE, Grupo de Empleo), Ana Lucía Cárdenas (Coordinadora de Proyecto, MILJ, Grupo de Empleo), y Alejandra Rogel Alba (Coordinadora de Evaluación de Impacto, MILJ, Grupo de Empleo), bajo la supervisión de Namita Datta (Líder del Programa S4YE). El equipo agradece el apoyo de Eliana Carranza (Economista Sénior, Grupo de Empleo).

S4YE es una coalición que busca generar liderazgo y recursos para catalizar acciones que incrementen el número de jóvenes ocupados en trabajo productivo. Los socios de S4YE incluyen al Grupo Banco Mundial, Accenture, Fundación Rockefeller, Fundación Mastercard, Microsoft, Plan International, International Youth Foundation (IYF), Youth Business International (YBI), RAND Corporation, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los gobiernos de Noruega y Alemania, y la Oficina del Enviado para la Juventud del Secretario General de la ONU. El secretariado de S4YE está alojado en el Grupo de Empleo de la práctica global de Protección Social y Trabajo del Grupo Banco Mundial.

Este número no refleja necesariamente las opiniones del Banco Mundial o de cada uno de los socios de S4YE. Para material adicional sobre empleo juvenil, por favor visite <https://www.s4ye.org/s4ye-publications>.

<sup>7</sup> Lau, C. Q., Cronberg, A., Marks, L., & Amaya, A. (2019). “In search of the optimal mode for mobile phone surveys in developing countries: A comparison of IVR, SMS, and CATI in Nigeria. Survey Research Methods” <https://ojs.ub.uni-konstanz.de/srm/article/view/7375>