

Why Research (Does Not) Affect Policy: Experimental Evidence on the Role of Political Bias

Jorge García-Hombrados. Universidad Autónoma de Madrid. jorge.garcia.hombrados@gmail.com

Marcel Jansen. Universidad Autónoma de Madrid. marcel.jansen@uam.es

Berkay Ozcan. London School of Economics. B.Ozcan@lse.ac.uk

Pedro Rey-Biel. ESADE. pedro.rey@esade.edu *Corresponding author.

Antonio Roldán. ESADE EcPol. antonio.roldan@esade.edu

Abstract

One of the critical issues in bridging the divide between scientific evidence and policy is the "perceived credibility" of the evidence. Policymakers may be more or less inclined to follow scientific evidence if they believe the messenger, i.e. who presents the scientific evidence, has an ideological agenda. This may be true even in policy areas with a pressing need for scientific evidence and even when the evidence is produced with the highest scientific standards. This study tests whether the divergence in political biases between who send the evidence and the politician who receives it affects policy adoption using a Randomized Controlled Trial (RCT). Exploiting a sample of all touristic municipalities in Spain, we send policymakers in these municipalities either a policy brief or a link to a newspaper article describing a high-quality scientific-evidence on a very low-cost and effective and uncontroversial policy to increase tourism. Furthermore, we create random variation in the identity of the source of the information to signal a possible ideological bias. We combine survey and administrative data to define our sample of treated and control municipalities and the random assignment to the different treatment arms. Ex post, we then compare different measures of interest in the scientific evidence and the recommended policy. Specifically, we investigate whether policy makers pay attention and read the recommended policy/ evidence and whether they eventually adopt the recommended policy.

Table of Contents

- 1. Outline (motivation and background)**
- 2. Research design**
- 3. Analyses and main hypotheses**
- 4. Ethics and collaborating partners**
- 5. Timeline**
 - Appendix A: Newspaper articles and policy briefs**
 - Appendix B: Newspaper articles and policy briefs**
 - Appendix C: Emails sent to the mayors**
 - Appendix D: Instructions to change the Wikipedia page of the municipality**

1. Outline (motivation and background)

The body of high-quality studies assessing social policies' effectiveness has grown exponentially in the last two decades (Sabet and Brown, 2018). Impact evaluations provide rigorous evidence on what policies work and in which settings, offering policymakers valuable information on the design of effective policies. However, recent evidence suggests that the extent to which evidence influences policy making is limited (Christensen and Moynihan, 2020). Even if evidence-based policy making is gaining weight worldwide – for example, one of the first executive orders signed by the recently elected US President Biden was to re-establish the President's Council of Advisors on Science and Technology (PCAST)--, many obstacles persist. Spain is no exception. In particular, compared to other countries, Spain lags in the creation of formal institutions bridging the gap between science and policy, despite demands from society and initiatives such as “Ciencia en el Parlamento”, the increasing relevance of the independent fiscal authority (AIReF) or the recently announced new public agency in charge of policy evaluation.

Various constraints faced by policymakers may explain why established evidence from research may not translate into policy. In addition to the possibility that policymakers may lack incentives to implement proven welfare-enhancing policies, we identify three broad categories of constraints faced by well-intentioned policy-makers: Information, trust and implementation constraints. This study will carry out a randomized controlled trial (RCT) to study specifically the first two constraints: information and trust constraints in evidence-based policymaking among local policymakers (mayors of municipalities) in Spain. We will take advantage of existing high-quality scientific evidence on an uncontroversial policy recommendation about a costless intervention with proven efficacy, high potential payoffs and minimum implementation constraints. We then study the role of information and trust constraints in adopting welfare-enhancing evidence-based policies.

1. *Information Constraints*

First, policymakers' lack of (or limited) awareness of the evidence concerning the effectiveness of an intervention could be one reason why they do not implement welfare-enhancing policies. To examine this hypothesis, we will send a policy brief or a newspaper article recommending a costless intervention (changes in the Wikipedia pages of municipalities) which has been proven to be highly effective in raising tourism in Spanish municipalities (though relatively unknown) to a random subsample of local policymakers in our sample. Both the policy brief and the newspaper article are based on the same evidence and drafted on purpose for the experiment. We will then compare the adoption of such policies with the subsample who will not be informed and across the municipalities that either receive the policy brief or a link to the newspaper article.

2. *Trust Constraints*

A second possibility is that policymakers do not trust evidence on the welfare-enhancing effects of a policy due to a suspected ideological intentionality on the sender of the information and/or a divergence in such ideology between the sender and the receiver.

Correspondingly, our RCT will examine how i) the ideology and reputation of the organizations endorsing the research results, ii) the medium by which policymakers are informed (policy brief versus newspaper article), and iii) the alignment between the ideology

and/or the political affiliation of the sender and receiver (as well as other observable characteristics) affect policymakers decisions to access the provided information and implement the proposed policy.

Our experiments aim to produce rigorous causal evidence on the extent to which lack of information or trust in scientific research limits the adoption of evidence-based policies, contributing to the thin literature that examines the constraints to evidence-based policymaking (Hjort, 2021). The main concern in this literature has been how exposure to scientific evidence or basic training in evaluation techniques may help change policymakers' beliefs or decisions. By contrast, the main focus of our research is to analyze to what degree lack of information or trust due to political bias may hinder the adoption of evidence-based policies. Ultimately, our results will provide key insights on how to effectively translate research into policy in a context of increasing polarization, which will lead to better policies and improve society's welfare.

Reducing Implementation Constraints

A third possibility, and a commonly cited explanation for why policymakers ignore evidence, is that the policies recommended are often too costly to implement or policymakers lack capacity for implementation. To focus on informational and trust concerns, it is crucial to select a sound, costless and uncontroversial policy for our intervention, abstracting from other plausible and already studied factors, including the implementation constraints. Put differently, we would like to minimize *all* implementation constraints in our design. Thus, we have chosen a (policy) recommendation that meets these criteria: i.e. changing the Wikipedia webpages of touristic municipalities, which has been shown to attract tourism.

Our policy recommendation is based on the scientific evidence produced by Hinnossar et al. (2021). Using a randomized controlled trial design, Hinnossar et al. (2021) show that improving the Wikipedia pages of Spanish municipalities by translating the webpage to other languages, uploading pictures of popular landmarks, and augmenting the information available about local festivities and means of transportation, increase tourism in the municipalities on average by 9%. This increase generates average revenues in local economies equivalent to 900,000 USD.

This intervention has various features that make it ideal for our purposes. First, the paper by Hinnossar et al. (2021) complies with the highest methodological standards in demonstrating the effectiveness of the intervention with a sample of Spanish municipalities. Therefore, we alleviate concerns about the policy being unsound or evidence produced being irrelevant to those who have to implement it. Our intervention is targeted toward those municipalities that are potentially most interested in achieving economic recovery in the post-COVID-19 era, through one of their crucial industries, i.e., "tourism" ensuring the relevance of our recommendation.

Second, the policy recommendation (of updating Wikipedia page) is technically very simple and free of any cost. This allows us to rule out possible implementation barriers and costs as an explanation (or an excuse) for disregarding the scientific evidence. To further reduce the implementation costs and barriers, our message to local politicians will include a step-by-step guidance describing how to change the Wikipedia page.

Key features of the intervention

We will conduct a randomized controlled trial (RCT) using the universe of all Spanish turistic municipalities, for which we have obtained reliable contact addresses from the Federation of Spanish Municipalities and Provinces (*Federación Española de Municipios y Provincias*, henceforth FEMP). We have augmented, updated and improved this database of contacts via web scraping of publicly available contact information about all Spanish municipalities. In total, we identify 4489 touristic municipalities. Using these contact addresses, we will send an email message to a subsample of randomly chosen municipalities (N= 3741). All messages will be sent from an email account of a high-prestige ideology-neutral academic organization linked to the study of tourism, namely the Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Sostenible (TIDES) in order to maximize exposure and opening rates. With the same goal of maximizing opening rates of the email, we will proceed as follows. The first email will be sent to mayors' email addresses provided by the Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). Using the tracking system provided by an email marketing company (MDIRECTOR), we will know which email addresses opened the email. We will send a reminder a week later to the email addresses that did not open the first email. Then, two and three weeks after the first email, we will send the email and a reminder to a database of institutional e-mail addresses of the same Spanish municipalities, which we gathered using webscraping techniques. These emails will only be sent to addresses of municipalities where the mayor did not open the email sent to the main address provided by the FEMP. Finally, four and five weeks after the first email, we will send the email to the addresses of local tourism offices that we obtained using webscraping techniques. These emails will only be sent to addresses of municipalities where the mayor did not open the email sent to the address provided by the FEMP neither to the secondary address that we identify through webscraping.

Additionally, we will include either a policy brief and/or a newspaper article describing the research evidence to a random subsample within our sample of municipalities. The policy briefs/newspaper article will also recommend the improvement of the Wikipedia page of the municipality and the email will also include step-by-step instructions on how to change the Wikipedia page of the municipality (see Appendix D). We will subsequently observe and quantify the share of policymakers that respond to the policy brief by adopting the policy recommended (e.g. improvement of the Wikipedia page). We will do it by monitoring and measuring changes in the Wikipedia pages over the period of the treatment.

The experiment will also investigate whether the political ideology of the sender or of the person who endorses the message will affect the interest in policy recommendation and eventually prevent (or enable) policy adoption. To study whether political ideology matters, the policy brief that recommends the adoption of the policy will be endorsed by one of our *three* different partner organizations. One of them is a high-prestige politically-neutral academic institution, namely the London School of Economics. The other two are ideologically opposite well-known think tanks, each associated with one of the main political parties in Spain: Fundación Alternativas, linked to the left-wing party Partido Socialista Obrero Español and FAES, linked to the right-wing party Partido Popular.

Similarly, for treatments in which municipalities receive a newspaper article informing about the effectiveness of updating Wikipedia, we will vary the ideology of the media outlet, using our collaboration with two ideologically opposite newspapers (*Elmundo.es* and *Eldiario.es*)

who have agreed to publish exactly the same news report describing the research evidence on a private link to their webpages, each using their own typical format. Although the article is published on the regular webpage of the media outlets, the access to this article is private and cannot be accessed by checking the newspaper website.

In our experiment, we will first trace opening rates of the email and of the links embedded in the email to access the policy brief or the newspaper article. Most relevantly, we will study changes in the Wikipedia pages of the municipalities, as a direct measure of policy adoption. Finally, we will analyze welfare effects of the treatments by studying changes in the touristic expenditure of those municipalities who change their Wikipedia page.

This experiment will provide direct evidence on the role of perceptions about political leanings of the recommended policies' can be constraining the adoption of evidence-based policies. The lessons learned in this experiment may easily surpass the specific area of evidence-based policymaking. In fact, the broader research question of whether the matching between senders and receivers of communication increases trust and compliance is of general interest for wide research areas such as political economy, communication, or microeconomics. Obtaining controlled first-hand evidence of such trust determinants will inform new theories about such channels.

2. Research design

a) Sampling strategy

We aim to include all the touristic municipalities in the experiments conducted in this study. This is because, in the post-pandemic crisis and after two years of receiving little tourism, we believe all of them could be potentially interested in receiving information about the effectiveness of a low-cost, highly-effective intervention to improve tourism in their municipality.

We define touristic municipalities as those that satisfy at least one of the following criteria:

- The municipality holds one or more tourist sites. Tourist sites are declared and listed by the Spanish Ministry of Industry, Trade, and Tourism.
- Municipality has had a stand at the annual Spanish International Tourism Fair (FITUR) in 2021 or 2022. Booking a stand at the fair is expensive, and we presume attending the fair indicates interest in tourism.
- The municipality is in the coastal areas or on the frontier with Portugal or France. Even if some of these municipalities may lack cultural landmarks, they are usually visited by tourists aiming to enjoy the beach or shopping.
- The municipality holds a tourism office.
- We detect tourism expenditure in the municipality in the database provided by Caixabank, the largest retail bank in Spain. This database includes, at the zip code

level, all electronic payments that can be attributed to domestic or foreign tourists during the pre-pandemic year 2019 that use their payment services.

Using the previous criteria will probably lead to the inclusion of some municipalities that are not tourist destinations. To remove these municipalities from our sample we exclude those that:

- Have less than 500 inhabitants, do not have touristic accommodation and there is no tourist expenditure in the database of La Caixa during the year 2019.
- More than 40% of the inhabitants are retired and there is neither touristic accommodation nor tourist expenditure in the database of La Caixa during the year 2019

Also, we exclude 134 municipalities for which we could not classify the ideology of the ruling political party in the municipality as either right or left.

In total, our sample contains 4489 municipalities.

b) Block randomization

We randomly split the sample of touristic municipalities described above in 6 groups. Each municipality will be assigned to one of the following six groups.

- 1) **Pure control group (t1):** Municipalities do not receive information about the intervention recommended.
- 2) **Policy brief / corresponding ideology (t2):** These municipalities will receive a policy brief summarizing the evidence on the effectiveness of the recommended intervention from a think tank with a similar ideology to the ruling party in the municipality. The municipalities ruled by Partido Socialista Obrero Español or other left-wing parties will receive the policy brief from Fundación Alternativas, the main think tank associated with the Partido Socialista Obrero Español. The municipalities ruled by Partido Popular or other right-wing parties will receive a policy brief from Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (FAES), the main think tank associated with Partido Popular.
- 3) **Policy brief / no corresponding ideology (t3):** These municipalities will receive a policy brief summarizing the evidence on the effectiveness of the recommended intervention from a think tank with a dissimilar ideology to the ruling party in the municipality. The municipalities ruled by Partido Socialista Obrero Español (PSOE) or other left-wing parties will receive the policy brief from FAES, the main think tank associated with Partido Popular (PP). The municipalities ruled by Partido Popular (PP) or other right-wing parties will receive a policy brief from Fundación Alternativas, the main think tank associated with the Partido Socialista Obrero Español (PSOE).
- 4) **Policy brief / neutral prestigious institution (t4):** These municipalities will receive a policy brief summarizing the evidence on the effectiveness of the recommended intervention from a prestigious politically neutral institution, namely, the London School of Economics.
- 5) **Press release / corresponding newspaper (t5):** These municipalities will receive a press release summarizing the evidence on the effectiveness of the recommended intervention from a newspaper with a similar ideology to the ruling party in the

municipality. The municipalities ruled by Partido Socialista Obrero Español or other left-wing parties will receive the press release from the left-wing newspaper El Diario. The municipalities ruled by Partido Popular or other right-wing parties will receive the press release from the right-wing newspaper El Mundo.

- 6) **Press release / no corresponding newspaper (t6)**: These municipalities will receive a press release summarizing the evidence on the effectiveness of the recommended intervention from a newspaper with a dissimilar ideology to the ruling party in the municipality. The municipalities ruled by Partido Socialista Obrero Español or other left-wing parties will receive the press release from the right-wing newspaper El Mundo. The municipalities ruled by Partido Popular or other right-wing parties will receive the press release from the left-wing newspaper El Diario.

The random split of the sample is constructed within 108 blocks. The different blocks used in the randomization are constructed using the following four variables:

1. Political party: Partido Popular (the main right-wing party), Partido Socialista Obrero Español (the main left-wing party), other right-wing political parties and other left-wing political parties.
2. Population in the municipality: Tertile in the distribution of population of the Spanish municipalities in the sample.
3. Importance of tourism in the municipality: Tertile in the distribution of number of tourist accommodation places per inhabitant of the Spanish municipalities in the sample.
4. Extension of Wikipedia page: Tertile in the distribution of the variable number of words in the Wikipedia's page of the municipality for the Spanish municipalities in the sample.

The results of the random allocation of municipalities to the 6 treatment groups are reported in Table 1 for the full sample, and in Table 2, where only municipalities with a mayor that belong to either the Partido Popular or the Partido Socialista Obrero Español are included in the sample.

c) Power calculations

In this subsection we provide the power calculations for the different hypotheses that will be tested in the experiment using the Stata command *POWER*. We provide the minimum detectable effect size (MDE) in standard deviations of the outcome of interest assuming a standard power level of 0.8 and significance value of 0.05. We account for the stratification design in the calculations by factoring in the effect of the strata on the outcome of interest measured at baseline. This procedure increases the statistical power of our analysis.

Table 3 reports the MDE for the outcome variables number of words and number of images in terms of standard deviations. For the number of words, the MDE ranges between 0.041 and 0.064 standard deviations, depending on the hypothesis tested. For the number of images, the MDE ranges between 0.073 and 0.113 standard deviations, depending on the hypothesis tested.

Table 4 reports the MDE for the outcome variables number of words and number of images in terms of standard deviations when only the sample of municipalities with a mayor of either

the Partido Socialista Obrero Español or Partido Popular are used. For the number of words, the MDE ranges between 0.053 and 0.082 standard deviations, depending on the hypothesis tested. For the number of images, the MDE ranges between 0.093 and 0.145 standard deviations, depending on the hypothesis tested.

Finally, in tables 5 and 6 we calculate power calculations for hypothetical dichotomous outcomes for which we do not have baseline information (e.g. share of mayors that open a given link). We provide these calculations assuming different baseline levels (40%, 10% and 3%) for the full sample and for the sample that includes only mayors that belong only to either the Partido Popular or the Partido Socialista Español. In these calculations, we could not account for the stratification in our sample because we lack information about the dependent variable and we do not know the explanatory power of the strata on the dependent variable. Thus, the MDEs provided in these tables should be interpreted as upper bounds for the true ones.

d) Survey instrument

Pre-treatment survey: In April 2022, before experiments start, we sent via email an online survey to all the mayors in Spain. A reminder will also be sent a few weeks later to increase responses. This survey was sent by the Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), a public organization that holds the contact details of all mayors in Spain, and communicates with them regularly to coordinate joint actions of Spanish municipalities. The survey includes an informed consent approved by the IRB. The names of the researchers involved in the study and the organizations used later to send the policy brief or newspaper articles were not included in the survey questionnaire or the email.

This pre-treatment survey will collect information about the mayor's key demographic characteristics, attitudes towards evidence-based policy making, perceptions regarding the relative importance of different economic sectors in the local economy and experience as a policymaker. The pre-treatment survey will be used mainly for description purposes. If the survey response rate is sufficiently high among the mayors in our experimental sample, we will use the information gathered to explore heterogeneous effects of our experimental treatments by the mayors' pre-existing attitudes toward evidence-based policy. The questionnaire is included in the Appendix C.

Post-treatment Survey: In October/November 2022, after the end of the touristic season in Spain, we will run a second online survey targeting *all* mayors in Spain. This survey will be sent by the Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), a public organization that holds the contact details of all Spanish Mayors and communicates with them regularly to coordinate joint actions of Spanish municipalities. The survey includes an informed consent approved by the IRB. The names of the researchers involved in the study and the organizations used later to send the policy brief or news will not be included in the survey questionnaire or the email

In this post-treatment survey, we will collect more detailed information on the socioeconomic and demographic characteristics of the mayor, the mayor's attitudes towards evidence-based policy making, perceptions about public policies to increase tourism and the touristic activity during the tourism season of 2022. The post-treatment survey will be used for descriptive

purposes. If the survey response rate is sufficiently high, we will use the information gathered to explore the effects of the different experimental treatments on the mayors' beliefs about how to increase tourism in their municipality.

e) Dependent and independent variables

We will use in the analysis the following dependent variables:

Opening of the policy brief/press release sent: The first outcome along the path of impact in our theory of change is whether the local policymaker opens the policy brief or the press release sent. We generate this variable by employing software that monitors whether recipients open the links sent.

Changes in the municipality page in Wikipedia: We will use web-scraping techniques to monitor changes in the Wikipedia page of the municipality. In particular, we will monitor changes within the period of interest (from May 25th, 2022 to September 30th, 2022) in the areas suggested: number of photographs, number of languages, the total number of words in the Spanish page, the total number of words in the English page, information about local festivals, celebrations, landmarks and transportation.

Tourist expenditure in the municipality: We proxy tourist expenditure in the municipality using a database that we expect to be facilitated by the Spanish bank La Caixa, the largest retail bank in Spain and the 17th largest commercial bank in the world. The ideal database will include information at the zip code level on tourist expenditure with debit or credit cards from La Caixa. Tourist expenditure is identified as those transactions that came from individuals that do not live or work in the municipality where the expenditure is conducted. This data could potentially be as granular as to include daily transactions covered during the interview period. Such data is increasingly commonly used in settings where high-frequency observation is useful, and especially when cash-based transactions are reduced due to Covid19 (Examples include Aspachs et al 2020; Chetty et al 2020).

Treatment variables: Earlier on in the paper we provided details about how we will randomly split the sample of interest in 6 equal size treatment arms. The randomly generated 6 groups will be combined to build in different analyses to construct the following ***intergroup treatment variables:***

INFORMATION: The first treatment variable is equal to 1 if the municipality receives information about the effectiveness of the intervention (either through a policy brief or through a press release) and 0 if the municipality is in the control group and does not receive any information about the effectiveness of this policy.

PRESS RELEASE: This treatment variable is equal to 1 if the information about the effectiveness of the policy is provided via a press release and 0 otherwise.

POLICY BRIEF: This treatment variable is equal to 1 if the information about the effectiveness of the policy is provided via a policy brief and 0 otherwise.

CORRESPONDING: This treatment variable is equal to 1 if the policy brief or press release is from a think tank or a newspaper with an ideology that matches the one of the ruling party in the municipality and 0 otherwise. The corresponding think tank for municipalities ruled by Partido Socialista Obrero Español or other left-wing parties will be Fundación Alternativas, the main think tank associated with the Partido Socialista Obrero Español. The corresponding think tank for municipalities ruled by Partido Popular or other right-wing parties will be Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, the main think tank associated with the Partido Popular.

NO CORRESPONDING: This treatment variable is equal to 1 if the policy brief or press release is from a think tank or a newspaper with an ideology that does not match the one of the ruling party in the municipality. The no corresponding think tank for municipalities ruled by Partido Popular or other right-wing parties will be Fundación Alternativas, the main think tank associated with the Partido Socialista Obrero Español. The no corresponding think tank for municipalities ruled by Partido Socialista Obrero Español or other left-wing parties will be Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (FAES), the main think tank associated with the Partido Popular.

NEUTRAL: This treatment variable is equal to 1 if the policy brief is from an academic institution with no salient ideology. The institution used for this purpose will be the high prestige British University London School of Economics (LSE).

The ideology of the mayor is assigned based on mayor's political party using the following criteria:

1. Public ideology of the governing party: we have classified accordingly those municipalities that have an obvious ideology, either because the ideology of the governing political party is stated on its web page or because there is a Wikipedia page that identifies the ideology of the political party.
2. Ideology of the parties that support the local government: This allocation criterion is applied to the municipalities where the mayor is independent and/or his political party does not have a majority to govern alone. In this case, the ideology assigned is that of the party or parties that support the government.
3. Historic ideology of the municipality: This criterion exploits the ideological tradition of municipalities. Many municipalities have traditionally been governed by a government of a specific ideology and later, members of that ideology formed a local party, but within the same political spectrum. If this is the case, the local party is assigned to the same ideology as the party to which its members belonged in the past.
4. Unidentified ideology: The 131 municipalities that we could not assign unambiguously to an ideology have been grouped here. Typically, in these cases, there is not a clear majority of local councilors of a specific ideology or there are government agreements with parties of different ideologies. These municipalities were excluded from the sample.

The different blocks used in the randomization are constructed using the following 4 variables:

Political party: Using publicly available information about the ruling party in each municipality (https://www.mptfp.gob.es/portal/politica-territorial/local/sistema_de_informacion_local_-SIL-/alcaldes_y_concejales.html), we create 4 categories: Partido Popular (the main party in the right), Partido Socialista Obrero Español (the main party in the left), Other right-wing political parties and Other left-wing political parties.

Population: Using publicly available information from the 2022 population registry (https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254734710990 Padrón) (in Spanish Padrón Municipal), we build a set of dummies indicating in which tertile of the population distribution of our sample each municipality is.

Importance of tourism: Using information from the National Institute of Statistics (INE), specifically the experimental statistics of tourist apartments, we calculate the number of places of tourist accommodation per inhabitant in every municipality. This is one of the most recent INE databases built from the webscraping of the different tourist accommodation websites that operate in Spain. We then build a set of dummies indicating in which tertile of the distribution of our sample each municipality is in terms of tourist accommodation places per inhabitant.

Extension of Wikipedia page: Tertile in the distribution of the variable number of words of the page of the municipality in the Spanish Wikipedia of the municipalities in our sample.

Additionally, we will monitor the opening of emails sent. While this is not an outcome variable in the hypotheses tested, monitoring the opening of emails might enrich our understanding of the effects observed, particularly when testing the information hypothesis.

3- Analysis and main hypotheses

This section presents the main specifications used to test the different treatment variables described in the previous section. We also describe the main hypotheses that will be tested in the study.

$$Y_{mb} = \alpha + \beta \text{Treatment}_m + \delta_b + \varepsilon_{mb}$$

where Y_{mb} indicates the outcome in municipality m , in randomization block b . Treatment_m corresponds to the different combinations of the treatment variables described in the previous section, δ_b are block fixed effects and ε_{mb} is the error term in the regression. For those outcomes for which baseline data is available, we will explore the robustness of the results to the inclusion of the baseline value of the outcome of interest as a regressor.

We will use the previous specification to test the following hypotheses:

Information constraint

H1: Information constraint: We hypothesize that the provision of information about the effectiveness of an intervention increases the uptake of the policy.

For this we will compare the outcome variable in the control group, which does not receive any information, with the outcome variable in the rest of the groups, which receive information about the effectiveness of the recommended intervention, namely changing the Wikipedia page (t2 + t3 + t4 + t5 + t6).

Communication instrument:

We test which instrument (i.e. policy brief or press release) is more effective to increase the uptake of the recommended evidence-based intervention, namely, changing the Wikipedia page. Specifically, we test the following sub-hypotheses:

H2: Policy brief vs press release: We test whether the policy brief or the press release is more effective to increase the uptake of the policy by comparing the outcome variable in groups that receive the policy brief (t2 + t3 + t4) with the outcome variable in groups that receive the newspaper article (t5 + t6).

H3: Policy brief vs control group: We test whether the policy brief increases the uptake of the policy by comparing the outcome variable in groups that receive the policy brief (t2 + t3 + t4) with the outcome variable in the group that does not receive any information (t1).

H4: Press release vs control group: We test whether the newspaper article increases the uptake of the policy by comparing the outcome variable in groups that receive the newspaper article (t5 + t6) with the outcome variable in the control group that does not receive any information (t1).

Ideology constraint:

We test whether receiving information about the effectiveness of an intervention from a think tank or newspaper with a similar (dissimilar) ideology increases (decreases) the uptake of the recommended evidence-based intervention, namely, changing the Wikipedia page. Specifically, we test the following sub-hypotheses:

H5: Corresponding vs no-corresponding ideology: We test whether receiving information from a think tank or a newspaper with a similar ideology increases the uptake of the intervention by comparing the outcome variable in groups that receive the information from a think tank or newspaper with a similar ideology (t2 + t5) with the outcome variable in groups that receive the information from a think tank or a newspaper with a dissimilar ideology (t3 + t6).

H6: Corresponding ideology vs control: We test whether receiving information from a think tank or newspaper with a similar ideology increases the uptake of the policy by comparing the outcome variable in groups that receive the information from a think tank or newspaper with a similar ideology (t2 + t5) with the outcome variable in the control group that does not receive any information (t1).

H7: No corresponding ideology vs control: We test whether receiving information from a think tank or newspaper with a dissimilar ideology increases the uptake of the policy by comparing the outcome variable in groups that receive the information from a think tank or newspaper with a dissimilar ideology (t3 + t6) with the outcome variable in the control group that does not receive any information (t1).

Can prestige overcome ideological bias?

We test whether receiving information about the effectiveness of an intervention from a high-prestige and neutral-perceived institution, namely the London School of Economics, can help to limit or overturn ideological biases. Specifically, we test the following sub-hypothesis:

H8: Neutrality vs control: We test whether receiving information from a neutral high-prestige University increases the uptake of the policy by comparing the outcome variable in the group that receives the policy brief from the London School of Economics (t4) with the outcome variable in the control group that does not receive any information (t1).

H9: Neutrality vs corresponding: We test whether receiving information from a neutral high-prestige University can help to overcome ideological bias by comparing the outcome variable in the group that receives the policy brief from the London School of Economics (t4) with the outcome variable in the group that receives the policy brief from a think tank with a similar ideology (t2).

H10: Neutrality vs no correspondence: We test whether receiving information from a neutral high-prestige University can help to overcome ideological bias by comparing the outcome variable in the group that receives the policy brief from the London School of Economics (t4) with the outcome variable in the group that receives the policy brief from a think tank with a dissimilar ideology (t3).

Additionally, we will estimate the effect of each of the groups against each other to explore which combination of ideological alignments and political instruments yield larger or smaller effects.

The hypotheses H5, H6 and H7 will be examined using two different samples. First, the main sample of touristic municipalities included in the analysis. Second, we will also conduct the mentioned analysis restricting the analysis to only the municipalities that are ruled by either Partido Popular or Partido Socialista Obrero Español. The specific sample sizes that will be used in each hypothesis under the different samples are reported in tables 1 and 2. This is because the policy brief will include the sign of a think tank associated with one of these political parties. These think tanks might not be perceived as a corresponding ideology by some left- and right-wing parties, particularly in territories with strong nationalist parties.

Finally, we will also provide descriptive statistics showing how the ideology of the mayor affect the adoption of evidence-based policies. While the sample size is limited and therefore results will need to be taken with caution, we will provide suggestive evidence about whether the results of the hypotheses tested might vary across the ideological spectrum.

4. Ethics and collaborating partners

We have obtained permission from the ESADE Research Ethics Committee for the whole study, including both the pre-treatment questionnaire and the different treatments of the intervention. We will obtain the permission for the post-treatment questionnaire before its implementation. ESADE is the Institution is the employer and main affiliation of the Principal Investigator, Pedro Rey-Biel. The approval number is 012/2022 and is dated on April 19th 2022 by Victoria Cochrane, secretary of the Committee.

In designing the experiment and in seeking permissions, we gave particular weight to the following ethical considerations:

1. *Informed Consent:* We ensured that the experimental protocol requires informed consent from all study subjects—that is, all public officials of the municipalities opening the original email are informed that whether they open the link containing the research information is being traced. Additionally, participation in both the pre-treatment and post-treatment surveys is entirely voluntary and can be terminated by the respondents at any time. Respondents are asked to indicate consent to participate before completing each survey. Respondents to the survey will be sent aggregate results from the survey after the conclusion of the study.
2. *Minimizing Risks to Subjects:* We designed the survey questions to focus on non-sensitive information. Data will be collected and recorded so as to remain confidential. Respondents are not compensated for their time answering the survey and/or reading the research information (or acting upon it), since it is understood that informing themselves of evidence based policies is inherent to their position. Collecting information on opening rates of emails is standard practice by email marketers. Collection of changes in the wikipedia page is freely accessible to the public. Data on tourist revenue was confidentially given (at the aggregate level of the municipality) by a signed agreement with La Caixa, ensuring we could not identify neither the person nor the establishment in which the commercial transaction had taken place.
3. *Minimizing Risks to Other Affected Parties:* We did not seek consent from each and every individual local politician, since it would have affected the purpose of the study, which is to determine the factors why politicians pay attention to research evidence.
4. *Eliminating the Possibility of Deception:* We designed the interventions to consist of objective, uncontroversial and reliable research evidence, published in a respected management journal (*Journal of Economics and Management Strategy*). We are confident that the intervention provides access to important, non-deceptive, and

context-appropriate research information. We were given permission from the two political think tanks to act as senders of the policy brief. Similarly, the news report published in the two media outlets was truly published on both media webpages, while online accessible through the link we provided to municipalities in their corresponding treatments.

We have **secured collaboration from the following institutions. All institutions know the objective of the project and are informed on the experimental design and the analysis we aim to conduct.**

1. **Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)** will provide access to their database of active contacts of all Spanish municipalities. On top of that, they will be sending a pre-intervention questionnaire to all municipalities, in which we will gather background data and interest on evidence based policy making.
2. **Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Sostenible (TIDES):** This is a neutral academic institution that studies tourism. They will be the active senders of all our communication with municipalities, through a purposely created email address .
3. **Two political think-tanks, Fundación Alternativas and FAES.** They are associated with the two main political parties in Spain, PSOE and PP respectively. They have agreed on channeling the policy briefs, allowing for our ideology treatment.
4. **Two media outlets, El Mundo (www.elmundo.es) and El Diario (www.eldiario.es),** who have agreed to publish the research evidence on a link in the webpage. The link to such news will only be provided in our treatments, such that we can trace access to the news from the municipalities servers.
5. **MDirector: A Email marketing company,** who will provide data on access to our emails sent and their content.
6. **Wikipedia,** who will guide us in the process of analyzing changes in their webpages, our main outcome variable. Furthermore, Wikipedia will help us maximize the dissemination of the research results among the general public through the creation of a Wikipedia website for our research project and its promotion within their community.
7. **La Caixa bank** will provide access to credit card use, aggregated by municipality in different periods, using their own purposely built system to identify tourist expenditure. We have agreed on the terms of the agreement and we are aiming to sign a collaboration agreement with them in the next few weeks.
8. **Fundación La Caixa** provides funding for the project under its Social Research Call 2021 (Reference Number: SR21-00165).

5. Timeline

Task Name	Task Description	Task Start Date	Task End Date
Pre-registration of the experiment at AEA Registry	Pre-registration of the experiment at AEA Registry, establishing the hypothesis and analysis plan	01/01/2022	23/05/2022
Finish experimental design and randomization into treatments	Pre-experiment work in collaboration with Federación de Municipios y Provincias (FEMP)	15/09/2021	22/05/2022
Construction of the data base of contacts	Construction of the database of contacts	01/01/2022	23/05/2022
Submission of policy papers	Submission of policy papers (according to treatments)	25/05/2022	29/06/2022
Backlog of current state of wikipedia pages	Backlog of current state of wikipedia pages	24/05/2022	24/05/2022
Preparation of Policy reports	Preparation of Policy reports	01/01/2022	22/05/2022
Trace of wikipedia changes and analysis of the data	Trace of wikipedia changes and analysis of the data	25/05/2022	31/10/2022
Analysis of Tourism Revenue	Analysis of obtained data from La Caixa	01/07/2022	30/06/2023
Write-up of initial draft and submission to conferences	Write-up of initial draft and submission to conferences	31/10/2022	30/06/2023

Submission to
journals and
dissemination
activities

Submission to journals and
dissemination activities

01/07/2023

31/12/2023

Table 1: Sample size in the experiment

	Newspaper	Policy brief	Control
Corresponding	745	751	748
No corresponding	745	752	
Neutral		748	

Table 2: Sample size in the experiment (Only PP/PSOE)

	Newspaper	Policy brief	Control
Corresponding	485	486	486
No corresponding	486	486	
Neutral		486	

Table 3: Power calculations (MDE in standard deviation of the outcome)

	Information constraint	Communication instrument			Political alignment constraint			
	H1: Policy brief + Newspaper vs Control	H2: Newspaper vs Policy brief	H3: Newspaper vs Control	H4: Policy brief vs Control	H5: Corresponding ideol. vs No corresponding ideol.	H6: Corresponding ideol. vs Control	H7: No corresponding ideol. vs Control	H11: Compare any two of the six groups (H8, H9, H10)
Ln words	0,05	0,041	0,056	0,052	0,045	0,056	0,056	0,064
Ln image	0,087	0,073	0,098	0,092	0,08	0,098	0,098	0,113

Table 4: Power calculations (MDE in standard deviation of the outcome) for municipalities ruled either by PP or PSOE

	Information constraint	Communication instrument			Political alignment constraint			
	H1: Policy brief + Newspaper vs Control	H2: Newspaper vs Policy brief	H3: Newspaper vs Control	H4: Policy brief vs Control	H5: Corresponding ideol. vs No corresponding ideol.	H6: Corresponding ideol. vs Control	H7: No corresponding ideol. vs Control	H11: Compare any two of the six groups (H8, H9, H10)
Ln words	0,063	0,053	0,071	0,067	0,058	0,071	0,071	0,082
Ln image	0,112	0,093	0,125	0,118	0,102	0,125	0,125	0,145

Table 5: Power calculations for dichotomous outcomes (MDE in percentage points) assuming different baseline proportions

	Information constraint	Communication instrument			Political alignment constraint			
Baseline prop	H1: Policy brief + Newspaper vs Control	H2: Newspaper vs Policy brief	H3: Newspaper vs Control	H4: Policy brief vs Control	H5: Corresponding ideol. vs No corresponding ideol.	H6: Corresponding ideol. vs Control	H7: No corresponding ideol. vs Control	H11: Compare any two of the six groups (H8, H9, H10)
0,4	0,056	0,046	0,062	0,059	0,051	0,062	0,062	0,072
0,1	0,037	0,03	0,041	0,039	0,033	0,041	0,041	0,048
0,03	0,023	0,018	0,026	0,024	0,02	0,026	0,026	0,03

Table 6: Power calculations for dichotomous outcomes (MDE in percentage points) assuming different baseline proportions including only municipalities ruled by PP or PSOE

	Information constraint	Communication instrument			Political alignment constraint			
Baseline prop	H1: Policy brief + Newspaper vs Control	H2: Newspaper vs Policy brief	H3: Newspaper vs Control	H4: Policy brief vs Control	H5: Corresponding ideol. vs No corresponding ideol.	H6: Corresponding ideol. vs Control	H7: No corresponding ideol. vs Control	H11: Compare any two of the six groups (H8, H9, H10)
0,4	0,069	0,057	0,077	0,073	0,063	0,077	0,077	0,089
0,1	0,047	0,037	0,052	0,049	0,041	0,052	0,052	0,06
0,03	0,03	0,023	0,034	0,032	0,026	0,034	0,034	0,039

Bibliography

Aspachs, O, R Durante, J García Montalvo, A Graziano, J Mestres and M Reynal-Querol (2020), "[Real-Time Inequality and the Welfare State in Motion: Evidence from COVID-19 in Spain](#)", CEPR Discussion Paper n. 15118.

Chetty, R, J N Friedman, N Hendren, M Stepner and The Opportunity Insights Team (2020), "How Did COVID-19 and Stabilization Policies Affect Spending and Employment? A New Real-Time Economic Tracker Based on Private Sector Data", NBER Working Paper n. 27431.

Christensen, Julian & Donald P. Moynihan (2020). Motivated reasoning and policy information: Politicians are more resistant to debiasing interventions than the general public. *Behavioural Public Policy*, 1-22.

Hinnosaar, M., Hinnosaar, T., Kummer, M. and Slivko, O. (2021). Wikipedia Matters, *Journal of Economics & Management Strategy*.

Hjort, J., Moreira, D. Rao, G. and Santini, J. (2021). How Research Affects Policy: Experimental Evidence from 2,150 Brazilian Municipalities, *American Economic Review*, 111(5).

Shayda Mae Sabet & Annette N. Brown (2018) "Is impact evaluation still on the rise? The new trends in 2010–2015", *Journal of Development Effectiveness*, 10:3, 291-304, DOI: 10.1080/19439342.2018.1483414

APPENDIX A – Emails sent to the mayors

This appendix reports the emails that will be sent to the mayors. The emails will be written in Spanish. However, in those municipalities from Spanish region with a co-official language, the email will be sent both in Spanish and Catalan (for municipalities in Catalonia, Valencia and Balearic Islands), Spanish and Galician (for municipalities in Galicia) and Spanish and Vasque (for municipalities in the Vasque country). The emails will be sent from a TIDES email address using the support from MDIRECTOR as described above to track email and link opening.

Email in Spanish:

Resultados de una investigación para aumentar el turismo en Pontevedra¹

Estimado/a Sr/Sra. Alcalde/sa:

Le escribimos desde el Instituto de Turismo y Desarrollo Económico (TIDES), centro de referencia de los estudios de turismo en España, que tiene como objetivo la mejora de las políticas en este sector.

En el contexto de la recuperación económica tras la pandemia de COVID, y dada la importancia económica del turismo en los municipios españoles, desde TIDES nos dirigimos a usted como alcalde/sa de Pontevedra para enviarle información sobre un estudio científico realizado en varios municipios españoles que demuestra con datos los efectos beneficiosos de una intervención efectiva, sencilla y a coste cero que podría ayudar a aumentar el turismo en Pontevedra.

El estudio, publicado en la prestigiosa revista internacional *Journal of Economics & Management Strategy*, muestra que, tras añadir mejoras sencillas y concretas en la página web de Wikipedia de los municipios españoles, estos municipios atrajeron a más turistas y aumentaron de forma considerable los ingresos por turismo y el número de pernoctaciones.

En el siguiente enlace encontrará un resumen del estudio en [PRENSA/UN INFORME TÉCNICO] donde se explica qué aspectos específicos de la página de Wikipedia de su municipio puede modificar para incrementar los ingresos por turismo.

[Enlace al informe técnico/Noticia de prensa](#)

En el siguiente enlace encontrará instrucciones sencillas para cambiar paso a paso la página web de la Wikipedia de su municipio.

[Enlace a las instrucciones para cambiar Wikipedia](#)

Por favor tenga en cuenta que al acceder al informe nos estará dando su consentimiento para monitorizar la efectividad de nuestra información para promover la toma de decisiones de políticas públicas basadas en evidencia científica. En caso de que tenga cualquier duda puede contactarnos en la dirección de correo electrónico estudioturismo@institutoturismotides.com.

¹ This indicates the name of the village targeted. In this case, Pontevedra.

Esperando que esta información le resulte útil, reciba un saludo cordial,

Instituto de Turismo y Desarrollo Económico (TIDES)

<https://tides.ulpgc.es>

Dirección de contacto: *estudioturismo@institutoturismotides.com*

Email in Catalan:

Resultats d'una investigació per augmentare el turisme a Pontevedra

Benvolgut/da Sr/Sra. Alcalde/sa:

Us escrivim des de l'Institut de Turisme i Desenvolupament Econòmic (TIDES), centre de referència d'estudis de turisme a Espanya, que té com a objectiu la millora de les polítiques en aquest sector.

En el context de la recuperació econòmica després de la pandèmia de COVID, i atesa la importància econòmica del turisme als municipis espanyols, des de TIDES ens dirigim a vostè com a alcalde/essa de Pontevedra per enviar-li informació sobre un estudi científic realitzat a diversos municipis espanyols que demostra, amb dades, els efectes beneficiosos d'una intervenció efectiva, senzilla i a cost zero que podria ajudar a augmentar el turisme a Pontevedra.

L'estudi, publicat a la prestigiosa revista internacional Journal of Economics & Management Strategy, mostra que, després d'afegir millores senzilles i concretes a la pàgina web de Wikipedia dels municipis espanyols, aquests municipis van atreure més turistes i van augmentar de forma considerable els ingressos per turisme i el nombre de pernoctacions.

En el següent enllaç trobareu un resum de l'estudi a [PRENSA/UN INFORME TECNICO] on s'explica quins aspectes específics de la pàgina de Wikipèdia del vostre municipi es poden modificar per incrementar els ingressos per turisme.

[Enlace al informe técnico/Noticia de prensa](#)

En el següent enllaç trobareu instruccions senzilles per canviar pas a pas la pàgina web de la Wikipèdia del vostre municipi.

[Enlace a las instrucciones para cambiar Wikipedia](#)

Si us plau tingueu en compte que en accedir a l'informe ens estarà donant el seu consentiment per monitoritzar l'efectivitat de la nostra informació per promoure la presa de decisions de polítiques públiques basades en evidència científica. En cas que tingueu qualsevol dubte podeu contactar-nos a l'adreça de correu electrònic *estudioturismo@institutoturismotides.com*.

Esperant que aquesta informació us resulti útil, rebeu una salutació cordial,

Instituto de Turismo y Desarrollo Económico (TIDES)

<https://tides.ulpgc.es>

Adreça de contacte: *estudioturismo@institutoturismotides.com*

Email in Vasque:

Pontevedrako turismoa indartzeko ikerketa baten emaitzak

Alkate Jaun/Andre agurgarria:

Turismo eta Garapen Ekonomikoko Institutotik (TIDES) idazten dizugu, Espainian turismo-ikasketetarako erreferentziazko zentroa, sektore honetako politikak hobetzea helburu bezala duena.

COVID pandemiaren osteko susperraldi ekonomikoaren testuinguruan, eta turismoak Espainiako udalerrietan duen garrantzia ekonomikoa kontuan hartuta, TIDES, Pontevedrako alkatea zaren aldetik idazten dizugu Espainiako hainbat udalerritan egindako ikerketa zientifiko bati buruzko informazioa bidaltzeko, datuetan oinarrituz Pontevedran turismoa areagotzen lagun dezakeen esku-hartze eraginkor, sinple eta zero-kostu baten ondorio onuragarriak dituelarik.

Journal of Economics & Management Strategy nazioarteko aldizkari ospetsuan argitaratutako ikerketak erakusten duenez, Espainiako udalerrien Wikipediako webgunean hobekuntza sinple eta zehatzak gehitu ondoren, udalerrri hauek turista gehiago erakarri zituzten eta turismotik eta gaudien kopurua dexente handitu zuten.

Hurrengo estekan ikerketaren laburpena aurkituko duzu [PRENTSA / TXOSTENA TEKNIKO BAT] non turismo-sarrerak handitzeko zure udalerriko Wikipedia orrialdean alda ditzazkezun alderdi zehatzak azaltzen dira.

[Enlace al informe técnico/Noticia de prensa](#)

Hurrengo estekan zure udalerriko Wikipedia web orria pausoz pauso aldatzeko argibide errazak aurkituko dituzu.

[Enlace a las instrucciones para cambiar Wikipedia](#)

Kontuan izan txostenera sartzean zure baimena ematen ari zarela gure informazioaren eraginkortasuna kontrolatzeko. Informazio hau ebidentzia zientifikoan oinarritutako politika publikoen erabakiak hartzea sustatuko ditu.

Edozein zalantza izanez gero, gurekin harremanetan *estudioturismo@institutoturismotides.com* helbide elektronikoa jar zaitzeke.

Informazio hau baliagarria izango zaizulakoaren esperoan, jaso agur bero bat,

Instituto de Turismo y Desarrollo Económico (TIDES)

<https://tides.ulpgc.es>

Harremanetarako helbidea: *estudioturismo@institutoturismotides.com*

Email in Galician:

Resultados dunha investigación para aumentar o turismo en Pontevedra

Estimado Sr/Sra. Alcalde/sa:

Escribímosche dende o Instituto de Turismo e Desenvolvemento Económico (TIDES), centro de referencia de estudos turísticos en España, cuxo obxectivo é mellorar as políticas neste sector.

No marco da recuperación económica tras a pandemia do COVID, e dada a importancia económica do turismo nos concellos españois, TIDES escribe a vostede como alcalde de Pontevedra para enviarlle información sobre un estudo científico realizado en varios concellos españois que demostra con datos os efectos beneficiosos dunha intervención eficaz, sinxela e de custo cero que podería contribuír a aumentar o turismo en Pontevedra.

O estudo, publicado na prestixiosa revista internacional *Journal of Economics & Management Strategy*, mostra que, tras engadir melloras sinxelas e concretas á web da Wikipedia dos concellos españois, estes concellos atraeron máis turistas e aumentaron considerablemente os ingresos do turismo e o número de pernoctacións.

No seguinte enlace atoparás un resumo do estudo en [PRENSA/UN REPORTE TÉCNICO] onde se explica que aspectos concretos da páxina Wikipedia do teu concello podes modificar para aumentar a renda turística.

[Enlace al informe técnico/Noticia de prensa](#)

Na seguinte ligazón atoparás instrucións sinxelas para cambiar paso a paso a páxina web da Wikipedia do teu concello.

[Enlace a las instrucciones para cambiar Wikipedia](#)

Ten en conta que ao acceder ao informe estás dando o teu consentimento para supervisar a eficacia da nosa información para promover a toma de decisións de políticas públicas baseada en evidencias. Se tes algunha dúbida, podes contactar connosco no enderezo de correo electrónico *estudioturismo@institutoturismotides.com*

Esperando que esta información vos sexa útil, reciba un cordial saúdo,

Instituto de Turismo y Desarrollo Económico (TIDES)

<https://tides.ulpgc.es>

Enderezo de contacto: *estudioturismo@institutoturismotides.com*

APPENDIX B – Newspaper articles and policy briefs



Acerca de Fundación Alternativas

La Fundación Alternativas es un centro independiente de pensamiento y debate para la transformación política y social presidido por Diego López Garrido. Nació en 1997 con la voluntad de ser un cauce de reflexión y su misión es contribuir al pensamiento teórico y cultural progresista. www.fundacionalternativas.org

Policy brief de la Fundación Alternativas

Una investigación demuestra que la Wikipedia es un instrumento clave para impulsar el turismo en municipios españoles

- Un estudio publicado en la prestigiosa revista *Journal of Economics and Management*, muestra que una mejora en el contenido de la página de Wikipedia de los municipios españoles incrementó en un 9% el número de pernoctaciones hoteleras.
- Las mejoras de la página de Wikipedia son muy fáciles de hacer, se hacen a coste 0 y pueden generar más de 200.000€ de ingreso adicional a las arcas locales.
- Añadir fotografías del municipio, mejorar la información sobre fiestas locales y traducir a otros idiomas como el inglés son algunas de las mejoras específicas que han demostrado ser efectivas

Mejorar la Wikipedia, política clave para mejorar el turismo en municipios españoles

El turismo es un sector clave en España y la principal actividad económica en muchos municipios, en los que genera ingresos por un valor aproximado de 51.000 millones de euros cada año. En el actual contexto de vuelta a la normalidad, recursos escasos y creciente competencia, uno de los objetivos políticos principales en muchos ayuntamientos es cómo fomentar el turismo. ¿Pero qué nos dice la evidencia sobre la efectividad de diversas políticas para fomentar el turismo en su municipio? En este policy brief le resumimos los resultados de un estudio reciente que muestra una forma sencilla de aumentar el turismo en su municipio a coste 0.



El estudio *Wikipedia Matters*, publicado por Hinnosaar y co-autores en la prestigiosa revista *Journal of Economics and Management*, mostró que una mejora en el contenido de la página de Wikipedia de los municipios españoles incrementó en un 9% el número de noches de hotel durante la temporada alta en el municipio. El aumento de pernoctaciones hoteleras llegó al 33% para municipios con entradas en Wikipedia que antes de mejorarse eran especialmente incompletas. Considerando que cada turista gasta unos 136€ diarios de media, mejorar la página de un municipio en Wikipedia puede generar más de 200.000€ de ingreso adicional a coste cero al año para las arcas locales.

Wikipedia es la mayor enciclopedia colaborativa del mundo, y es sistemáticamente uno de los primeros resultados que muestran los algoritmos de los principales motores de búsqueda online cuando se busca información sobre cualquier cosa. Se trata de uno de los portales más populares del mundo: de acuerdo con el informe Digital 2022 de We Are Social, Wikipedia fue en 2021 la 7ª web más vista del mundo con 66.900 millones de visitantes, con contenido disponible en 300 idiomas.

¿Qué cambios específicos en la página de Wikipedia del municipio ayudan a mejorar el turismo?

Los responsables municipales de los municipios españoles tienen la capacidad de editar la página sobre su localidad en Wikipedia. ¿Pero qué cambios en la Wikipedia son los que ayudan a aumentar el turismo? El estudio señala algunos cambios muy simples:

1. Añadir fotos del municipio, bien sean de lugares o de celebraciones en la página de Wikipedia de su municipio en español, en inglés y también en otros idiomas de cuya nacionalidad reciban turistas.
2. Incluir información completa sobre fiestas locales en la página de Wikipedia de su municipio en español, en inglés y también en otros idiomas de cuya nacionalidad reciban turistas.
3. Completar información en español o en otros idiomas en los que la página de su municipio en Wikipedia sea particularmente corta sobre aspectos claves del municipio como por ejemplo lugares que visitar o vías de transporte y comunicación.

Aunque la mejora en la entrada es particularmente efectiva para aumentar el turismo en municipios con páginas en Wikipedia poco desarrolladas en español y en otros idiomas, cambios tan simples como añadir 2 o 3 fotografías o añadir en torno a 300 palabras ampliando información sobre fiestas locales se han demostrado efectivas



incluso en aquellos municipios con páginas de Wikipedia muy amplias.

¿Cómo hacerlo? Un proceso extremadamente sencillo, rápido y gratuito

Por último, es importante resaltar que cambiar la página de su municipio en Wikipedia en español y en otros idiomas es completamente gratuito.

En el correo encontrará adjunto un documento en formato pdf que le mostrará paso a paso cómo cambiar la página de su municipio en Wikipedia. Mejorar la página de su municipio en Wikipedia es una forma efectiva y sin coste de aumentar los ingresos por turismo en su municipio.

Bibliografía

Hinoosar, M., Hinoosar, T., Kummer, M., Slivko, O. 2022. *Wikipedia Matters*, Journal of Economics & Management Strategy.

Acerca de FAES

FAES es una fundación privada sin ánimo de lucro que trabaja en el ámbito de las ideas desde 1989. Presidida por José María Aznar, su objetivo es nutrir el pensamiento del centro liberal reformista con propuestas políticas que influyen en la toma de decisiones y repercuten en la opinión pública. Al servicio de España y de sus ciudadanos, su propósito es crear, promover y difundir ideas basadas en la libertad política, intelectual y económica, así como fortalecer los valores de la libertad, la democracia, el Estado de derecho, el libre mercado y el humanismo occidental.

Policy brief de FAES

Una investigación demuestra que la Wikipedia es un instrumento clave para impulsar el turismo en municipios españoles

- Un estudio publicado en la prestigiosa revista *Journal of Economics and Management*, muestra que una mejora en el contenido de la página de Wikipedia de los municipios españoles incrementó en un 9% el número de pernoctaciones hoteleras.
- Las mejoras de la página de Wikipedia son muy fáciles de hacer, se hacen a coste 0 y pueden generar más de 200.000€ de ingreso adicional a las arcas locales.
- Añadir fotografías del municipio, mejorar la información sobre fiestas locales y traducir a otros idiomas como el inglés son algunas de las mejoras específicas que han demostrado ser efectivas

Mejorar la Wikipedia, política clave para mejorar el turismo en municipios españoles

El turismo es un sector clave en España y la principal actividad económica en muchos municipios, en los que genera ingresos por un valor aproximado de 51.000 millones de euros cada año. En el actual contexto de vuelta a la normalidad, recursos escasos y creciente competencia, uno de los objetivos políticos principales en muchos ayuntamientos es cómo fomentar el turismo. ¿Pero qué nos dice la evidencia sobre la efectividad de diversas políticas para fomentar el turismo en su municipio? En este policy brief le resumimos los resultados de un estudio reciente que muestra una forma sencilla de aumentar el turismo en su municipio a coste 0.

El estudio *Wikipedia Matters*, publicado por Hinnosaar y co-autores en la prestigiosa revista *Journal of Economics and Management*, mostró que una mejora en el contenido de la página de Wikipedia de los municipios españoles incrementó en un 9% el número de noches de hotel durante la temporada alta en el municipio. El aumento de pernoctaciones hoteleras llegó al 33% para municipios con entradas en Wikipedia que antes de mejorarse eran especialmente incompletas. Considerando que cada turista gasta unos 136€ diarios de media, mejorar la página de un municipio en Wikipedia puede generar más de 200.000€ de ingreso adicional a coste cero al año para las arcas locales.

Wikipedia es la mayor enciclopedia colaborativa del mundo, y es sistemáticamente uno de los primeros resultados que muestran los algoritmos de los principales motores de búsqueda online cuando se busca información sobre cualquier cosa. Se trata de uno de los portales más populares del mundo: de acuerdo con el informe Digital 2022 de We Are Social, Wikipedia fue en 2021 la 7ª web más vista del mundo con 66.900 millones de visitantes, con contenido disponible en 300 idiomas.

¿Qué cambios específicos en la página de Wikipedia del municipio ayudan a mejorar el turismo?

Los responsables municipales de los municipios españoles tienen la capacidad de editar la página sobre su localidad en Wikipedia. ¿Pero qué cambios en la Wikipedia son los que ayudan a aumentar el turismo? El estudio señala algunos cambios muy simples:

1. Añadir fotos del municipio, bien sean de lugares o de celebraciones en la página de Wikipedia de su municipio en español, en inglés y también en otros idiomas de cuya nacionalidad reciban turistas.
2. Incluir información completa sobre fiestas locales en la página de Wikipedia de su municipio en español, en inglés y también en otros idiomas de cuya nacionalidad reciban turistas.
3. Completar información en español o en otros idiomas en los que la página de su municipio en Wikipedia sea particularmente corta sobre aspectos claves del municipio como por ejemplo lugares que visitar o vías de transporte y comunicación.

Aunque la mejora en la entrada es particularmente efectiva para aumentar el turismo en municipios con páginas en Wikipedia poco desarrolladas en español y en otros idiomas, cambios tan simples como añadir 2 o 3 fotografías o añadir en torno a 300 palabras ampliando información sobre fiestas locales se han demostrado efectivas



incluso en aquellos municipios con páginas de Wikipedia muy amplias.

¿Cómo hacerlo? Un proceso extremadamente sencillo, rápido y gratuito

Por último, es importante resaltar que **cambiar la página de su municipio en Wikipedia en español y en otros idiomas es completamente gratuito.**

En el correo encontrará adjunto un documento en formato pdf que le mostrará paso a paso cómo cambiar la página de su municipio en Wikipedia. Mejorar la página de su municipio en Wikipedia es una forma efectiva y sin coste de aumentar los ingresos por turismo en su municipio.

Bibliografía

Hinoosar, M., Hinoosar, T., Kummer, M., Slivko, O. 2022. *Wikipedia Matters*, Journal of Economics & Management Strategy.

Acerca de la London School of
Economics

La London School of Economics and Political Science (LSE), fundada en 1985, es una universidad líder a nivel mundial especializada en la docencia e investigación en ciencias sociales, con una comunidad global de personas arraigada en Londres y unas ideas que transforman el mundo.

Policy brief de FAES

Una investigación demuestra que la Wikipedia es un instrumento clave para impulsar el turismo en municipios españoles

- Un estudio publicado en la prestigiosa revista *Journal of Economics and Management*, muestra que una mejora en el contenido de la página de Wikipedia de los municipios españoles incrementó en un 9% el número de pernoctaciones hoteleras.
- Las mejoras de la página de Wikipedia son muy fáciles de hacer, se hacen a coste 0 y pueden generar más de 200.000€ de ingreso adicional a las arcas locales.
- Añadir fotografías del municipio, mejorar la información sobre fiestas locales y traducir a otros idiomas como el inglés son algunas de las mejoras específicas que han demostrado ser efectivas

Mejorar la Wikipedia, política clave para mejorar el turismo en municipios españoles

El turismo es un sector clave en España y la principal actividad económica en muchos municipios, en los que genera ingresos por un valor aproximado de 51.000 millones de euros cada año. En el actual contexto de vuelta a la normalidad, recursos escasos y creciente competencia, uno de los objetivos políticos principales en muchos ayuntamientos es cómo fomentar el turismo. ¿Pero qué nos dice la evidencia sobre la efectividad de diversas políticas para fomentar el turismo en su municipio? En este policy brief le resumimos los resultados de un estudio reciente que muestra una forma sencilla de aumentar el turismo en su municipio a coste 0.

El estudio *Wikipedia Matters*, publicado por Hinno Saar y co-autores en la prestigiosa revista *Journal of Economics and Management*, mostró que una mejora en el contenido de la página de Wikipedia de los municipios españoles incrementó en un 9% el número de noches de hotel durante la temporada alta en el municipio. El aumento de pernoctaciones hoteleras llegó al 33% para municipios con entradas en Wikipedia que antes de mejorarse eran especialmente incompletas. Considerando que cada turista gasta unos 136€ diarios de media, mejorar la página de un municipio en Wikipedia puede generar más de 200.000€ de ingreso adicional a coste cero al año para las arcas locales.

Wikipedia es la mayor enciclopedia colaborativa del mundo, y es sistemáticamente uno de los primeros resultados que muestran los algoritmos de los principales motores de búsqueda online cuando se busca información sobre cualquier cosa. Se trata de uno de los portales más populares del mundo: de acuerdo con el informe Digital 2022 de We Are Social, Wikipedia fue en 2021 la 7ª web más vista del mundo con 66.900 millones de visitantes, con contenido disponible en 300 idiomas.

¿Qué cambios específicos en la página de Wikipedia del municipio ayudan a mejorar el turismo?

Los responsables municipales de los municipios españoles tienen la capacidad de editar la página sobre su localidad en Wikipedia. ¿Pero qué cambios en la Wikipedia son los que ayudan a aumentar el turismo? El estudio señala algunos cambios muy simples:

1. Añadir fotos del municipio, bien sean de lugares o de celebraciones en la página de Wikipedia de su municipio en español, en inglés y también en otros idiomas de cuya nacionalidad reciban turistas.
2. Incluir información completa sobre fiestas locales en la página de Wikipedia de su municipio en español, en inglés y también en otros idiomas de cuya nacionalidad reciban turistas.
3. Completar información en español o en otros idiomas en los que la página de su municipio en Wikipedia sea particularmente corta sobre aspectos claves del municipio como por ejemplo lugares que visitar o vías de transporte y comunicación.

Aunque la mejora en la entrada es particularmente efectiva para aumentar el turismo en municipios con páginas en Wikipedia poco desarrolladas en español y en otros idiomas, cambios tan simples como añadir 2 o 3 fotografías o añadir en torno a 300 palabras ampliando información sobre fiestas locales se han demostrado efectivas



Tel: +44 (0)753 090 47 51
Email: b.ozcan@lse.ac.uk

Dr Berkay Özcan

Associate Professor
Doctoral Programme
Director
Department of Social Policy
& School of Public Policy

incluso en aquellos municipios con páginas de Wikipedia muy amplias.

¿Cómo hacerlo? Un proceso extremadamente sencillo, rápido y gratuito

Por último, es importante resaltar que **cambiar la página de su municipio en Wikipedia en español y en otros idiomas es completamente gratuito.**

En el correo encontrará adjunto un documento en formato pdf que le mostrará paso a paso cómo cambiar la página de su municipio en Wikipedia. Mejorar la página de su municipio en Wikipedia es una forma efectiva y sin coste de aumentar los ingresos por turismo en su municipio.

Bibliografía

Hinoosar, M., Hinoosar, T., Kummer, M., Slivko, O. 2022. *Wikipedia Matters*, Journal of Economics & Management Strategy.

MEDIOS

Un estudio demuestra que Wikipedia puede ser un gran aliado para recuperar el sector turístico en España


Mejorar la entrada de Wikipedia de un municipio puede significar un aumento de hasta un 33% en las estancias hoteleras de ese lugar. Así lo demostró un estudio experimental desarrollado con municipios españoles y publicado este año en el prestigioso *Journal of Economics and Management*



Logotipo de Wikipedia.

EL MUNDO

Actualizado Lunes, 7 marzo 2022 - 20:58

 [Un estudio demuestra que Wikipedia puede ser un gran aliado para recuperar el sector turístico en España](#)

El turismo es uno de los principales sectores económicos de nuestro país. En el año 2019, el sector representaba el 12,4% del PIB y el 12,7% del empleo. Además, según cifras del **Ministerio de Industria, Comercio y Turismo**, España cerró ese mismo año con 83,7

PIB turístico del 2021 retrocedió a niveles del 2017, siendo cercano al 6%.

En el estudio titulado 'Wikipedia Matters', los investigadores Marit Hinnosaar, Toomas Hinnosaar, Michael Kummer y Olga Slivko realizaron un curioso experimento para analizar el impacto que la información disponible en Wikipedia acerca de municipios turísticos de España tiene sobre el turismo en esos lugares. Como parte del experimento, los autores mejoraron la edición y contenido de las páginas de Wikipedia referidas a algunos municipios españoles elegidos al azar de entre una muestra de municipios con potencial turístico.

Más en El Mundo



"Vieja y gorda": los motivos por los que Kelly McGillis no...



La mirada triste del Rey Felipe (y su madre, la Reina Sofí...

Los resultados del experimento mostraron que la mejora en el contenido de Wikipedia en distintos idiomas provocaba que los municipios de la muestra cuyas páginas fueron editadas, incrementaran las noches de alojamiento de turistas nativos de la lengua en las que el contenido de Wikipedia fue editado. Durante la temporada turística las noches de hotel aumentaron en un 9% en estos municipios respecto a aquellos con potencial turístico, pero cuya página no fue editada. Mientras que en las ciudades cuyas páginas eran más incompletas y breves antes de la intervención el aumento llegó al 33%. Es decir, **la información más detallada cautiva la atención de los lectores potenciales y esto tiene un efecto directo en la atracción de turistas.**

Las cifras oficiales hablan de que el gasto promedio de un turista extranjero en España es de 101 euros al día y los cálculos iniciales sugieren que mejorar el artículo de un municipio en Wikipedia podría generar, en ese lugar, un aproximado anual de 160 mil euros de ingreso adicional. Los resultados que arrojó este experimento demuestran con evidencia que **mejorar la calidad de la página de Wikipedia es una manera sencilla y económica para aumentar la visibilidad y el número de turistas que recibe una ciudad, lo que podría ayudar sustancialmente a la recuperación del sector turístico.**

Un estudio demuestra que Wikipedia puede ser un gran aliado para recuperar el sector turístico en España

Mejorar la entrada de Wikipedia de un municipio puede significar un aumento de hasta un 33% en las estancias hoteleras de ese lugar. Así lo demostró un estudio experimental desarrollado con municipios españoles y publicado este año en el prestigioso *Journal of Economics and Management*.



Logotipo de Wikipedia. Pavlo Gonchar

elDiario.es

4 de abril de 2022 - 19:04h □ 0

El turismo es uno de los principales sectores económicos de nuestro país. En el año 2019, el sector representaba el 12,4% del PIB y el 12,7% del empleo. Además, según cifras del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, España cerró ese mismo año con 83,7 millones de visitas turísticas extranjeras. Sin embargo, la COVID-19 cambió el escenario radicalmente: el año 2020 el turismo internacional se redujo un 78% respecto al 2019 y el PIB turístico del 2021 retrocedió a niveles del 2017, siendo cercano al 6%.

En el estudio titulado *Wikipedia Matters*, los investigadores Marit Hinnosaar, Toomas Hinnosaar, Michael Kummer y Olga Slivko realizaron un curioso experimento para analizar el impacto que la información disponible en Wikipedia acerca de municipios turísticos de España tiene sobre el turismo en esos lugares. Como parte del experimento, los autores mejoraron la edición y contenido de las páginas de Wikipedia referidas a algunos municipios españoles elegidos al azar de entre una muestra de municipios con potencial turístico.

Los resultados del experimento mostraron que la mejora en el contenido de Wikipedia en distintos idiomas provocaba que los municipios de la muestra cuyas páginas fueron editadas, incrementaran las noches de alojamiento de turistas nativos de la lengua en las que el contenido de Wikipedia fue editado. Durante la temporada turística las noches de hotel aumentaron en un 9% en estos municipios respecto a aquellos con potencial turístico, pero cuya página no fue editada. Mientras que en las ciudades cuyas páginas eran más incompletas y breves antes de la intervención el aumento llegó al 33%. Es decir, la información más detallada cautiva la atención de los lectores potenciales y esto tiene un efecto directo en la atracción de turistas.

Las cifras oficiales hablan de que el gasto promedio de un turista extranjero en España es de 101 euros al día y los cálculos iniciales sugieren que mejorar el artículo de un municipio en Wikipedia podría generar, en ese lugar, un aproximado anual de 160 mil euros de ingreso adicional. Los resultados que arrojó este experimento demuestran con evidencia que mejorar la calidad de la página de Wikipedia es una manera sencilla y económica para aumentar la visibilidad y el número de turistas que recibe una ciudad, lo que podría ayudar sustancialmente a la recuperación del sector turístico.

APPENDIX C - Encuesta ESADE - Políticas Públicas

This appendix reports the questionnaire of the pre-treatment survey.

Inicio del bloque: Bloque de preguntas por defecto

Q1 Estimado(a) alcalde(sa),

Como alcalde de su municipio le invitamos a participar en esta encuesta en el marco de un proyecto de investigación a través del cual buscamos entender mejor aspectos clave de las políticas públicas municipales. Su participación en la encuesta es voluntaria pero muy útil para nuestra investigación, y creemos que puede ayudar a mejorar las políticas municipales. Contestarla entera le tomará entre 5 y 10 minutos. Las respuestas son voluntarias y puede abandonar la encuesta en el momento que desee.

Las respuestas serán almacenadas de manera segura y serán utilizadas únicamente con fines académicos por un equipo investigador de la Fundación ESADE. Esto significa que NO compartiremos información que permita la identificación individual de personas con la FEMP ni con ninguna otra institución. Tampoco se hará uso de la información dada aquí por los alcaldes para otros fines que no sean los de nuestro estudio, que en cualquier caso publicará datos agregados, y en ningún caso identificará individualmente a ningún municipio.

Le invitamos y agradecemos muchísimo su participación.

Por favor haga clic en la flecha para dar su consentimiento y comenzar la encuesta.

Inicio del bloque: Identificación

Q2 Nombre del municipio:

Q3 Provincia del municipio:

Q4 Posición actual del entrevistado dentro del ayuntamiento:

Alcalde (1)

Concejales (2)

Otra: (3) _____

Inicio del bloque: Información demográfica y sociodemográfica básica del entrevistado

Q5 Sexo

Femenino (1)

Masculino (2)

Q6 Edad

Entre 18 y 30 años (4)

Entre 31 y 45 años (5)

Entre 46 y 65 años (6)

66 o más años (7)

Q7 Nivel de estudios

Secundaria incompleta o primaria (1)

Secundaria completa (2)

Universitaria incompleta (3)

Universitaria completa (4)

Estudios de postgrado (máster, doctorado, etc.). (5)

Inicio del bloque: Módulo demanda de evidencia y turismo

Q8 ¿Con qué frecuencia se informa usted sobre la efectividad de políticas públicas antes de implementar/ mantener una política pública?

De manera regular (4)

Ocasionalmente (7)

Nunca (8)

Mostrar pregunta Q9:

Si respuesta a Q8 ¿Con qué frecuencia se informa usted sobre la efectividad de políticas públicas antes de implemen... es: Nunca

Q9 ¿A través de qué medio se informa? (puede marcar más de una opción)

- Medios de prensa (1)
- Informes (2)
- Redes Sociales (3)
- Estudios académicos o divulgativos (4)

Q10 ¿Hace su municipio un seguimiento de la eficacia de las políticas públicas que implementa?

- No (1)
- Sí, evaluamos el impacto mediante estudios (2)
- Sí, preguntamos a los vecinos (3)
- Sí. Otra: (4) _____

Q11 ¿Estaría dispuesto a cambiar una política pública si recibe un estudio que muestre evidencia rigurosa de que la política implementada no es efectiva o de que existen otras que lo son mucho más?

Sí (1)

No (2)

Depende. Por favor especificar de qué: (3)

Q12 ¿Lo ha hecho alguna vez?

Sí (1)

No (2)

Q13 ¿Le gustaría recibir información sobre qué políticas municipales son efectivas?

Sí (1)

No (2)

Mostrar pregunta Q14:

Si Q13 ¿Le gustaría recibir información sobre qué políticas municipales son efectivas? = Sí

Q14 ¿Sobre qué tema le gustaría recibir evidencia de políticas públicas efectivas? (puede marcar más de una opción)

- Turismo (1)
- Vivienda (2)
- Educación (3)
- Sanidad (4)
- Infraestructuras (5)

Q15 ¿Qué actividades son importantes para la economía de su municipio? (puede indicar más de una).

- Turismo (1)
 - Agricultura y pesca (2)
 - Industria (3)
 - Servicios no turísticos (4)
 - Otra (Indique sólo una): (5)
-

Trasladar Opciones seleccionadas de "¿Qué actividades son importantes para la economía de su municipio? (puede indicar más de una)."

Q16 ¿Podría indicar en qué medida mejorar las siguientes actividades económicas representan objetivos políticos relevantes? (Por favor vincule cada actividad con un indicador de relevancia).

	Principal objetivo político (1)	Objetivo político importante (2)	Objetivo político poco importante (3)	Objetivo político nada importante (4)
Turismo (x1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agricultura y pesca (x2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Industria (x3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios no turísticos (x4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otra (reescriba la opción "otra consignada en la respuesta Q15):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q17 ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el ayuntamiento? (años)

- Menos de un año (4)**
- Entre uno y cuatro años (5)**
- Entre cuatro y diez años (6)**
- Más de diez años (7)**

Q18 ¿Cuánto tiempo lleva en su posición actual? (años)

- Menos de un año (4)**
- Entre uno y cuatro años (5)**
- Entre cuatro y diez años (6)**
- Más de diez años (7)**

Q19 Según su experiencia, ¿Cuáles cree que son las mayores dificultades que se encuentra un equipo de gobierno cuando llega por primera vez a una alcaldía?

- Los problemas que uno hereda de gobiernos anteriores, que a menudo limitan la capacidad de acción del nuevo gobierno. (1)**

- La falta de experiencia en la gestión del municipio. (2)
- Un menor conocimiento del equipo de gobierno por parte de los vecinos. (3)
- Otras: (4) _____

Q20 ¿Cuáles cree que son las mayores ventajas de liderar un equipo de gobierno nuevo?

- Traer una visión nueva y externa sobre la realidad, los problemas, y las potencialidades del municipio. (1)
- No arrastrar cargas de haber gobernado en el pasado. Un gobierno nuevo tiene las manos más libres. (2)
- Mayor motivación del equipo de gobierno. Al llegar a un gobierno por primera vez la motivación es muy alta (3)
- Otras: (4) _____

Q21 Las organizaciones a veces arrastran dinámicas que un día pudieron funcionar, pero que hace tiempo que no sirven ¿Cuáles cree que son las mayores dificultades que un equipo de gobierno, con experiencia de varias legislaturas, encuentra a la hora de cambiar estas dinámicas y modificar cosas que hace tiempo que no funcionan bien?

- Resistencias internas, de dentro de la organización, para hacer las cosas de modo distinto. (1)

- Riesgo de que la oposición haga un uso partidista del cambio, poniendo el énfasis en aquello que no funcionaba, y no en las mejoras. (2)
- Resistencias de los vecinos a los cambios (3)
- Falta de asesoramiento externo. (4)
- Otras: (5) _____

Q22 Imaginemos que un gobierno recién elegido comienza una legislatura heredando unas cuentas municipales que deben ser saneadas (por ejemplo: dificultades para cumplir con pago a proveedores). Es más fácil corregir ese problema si se trata de:

- Un equipo de gobierno nuevo, sin responsabilidades en la legislatura anterior. (1)
- Un gobierno que continúa desde la legislatura anterior. (2)
- No hay diferencia según la antigüedad del gobierno. (3)

Q23 Por favor, indique cuán de acuerdo está usted con la siguiente frase: “Como seres humanos que somos, todos nos equivocamos. Por desgracia, en política los errores pasados a menudo no se pueden corregir de la manera que sería más apropiada, porque la oposición lo utilizaría para dar publicidad al error”.

- Muy de acuerdo (1)
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (2)

Muy en desacuerdo (3)

Q24 Podría dar a conocer aquí las razones que explican su respuesta anterior:

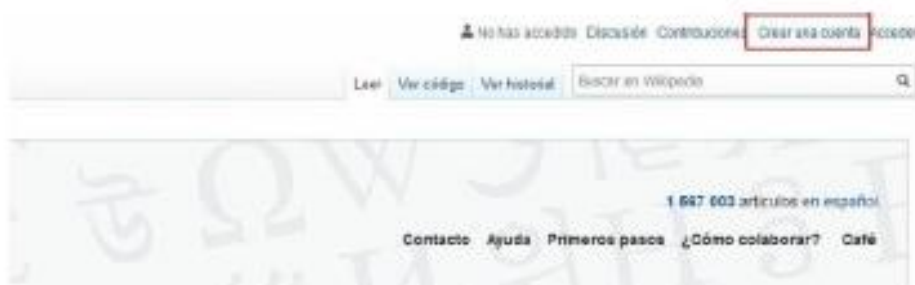
Fin del bloque: Módulo demanda de evidencia y turismo

APPENDIX D – Instructions to change the Wikipedia page of the municipality

This appendix provides the step-by-step instructions sent in the emails to the mayors to change the Wikipedia page of the municipality.

10 pasos para la edición de contenido en Wikipedia

1. Abre la página de Wikipedia de vuestro ayuntamiento.
2. Haz clic en "crear una cuenta", ubicado en la esquina superior derecha.



3. Completa los datos de registro.



4. Una vez completados, haz clic en el recuadro "crear tu cuenta".



Confirma la contraseña

Dirección de correo electrónico (opcional)

Para proteger el wiki contra la creación automática de cuentas, escribe en el recuadro las palabras que se muestran debajo (más información):

CAPTCHA Comprobación de seguridad



Actualizar

¿No ves la imagen?

Crea tu cuenta

5. Ahora que la cuenta ha sido creada, aparecerá disponible la pestaña "Editar".



6. Cuando te encuentres en la sección "Editar" podrás modificar y agregar texto nuevo a la página. Verás desplegada una barra de herramientas similar a la de Word. Estas herramientas te ayudarán a editar el contenido.



- Si luego de presionar la pestaña "Editar" (del paso anterior) se abre por defecto la versión de "Edición de código" basta con seleccionar la opción "Edición visual" para realizar la edición directamente en el texto.



- Para agregar imágenes dirígete a la pestaña "Insertar" y selecciona la opción "Multimedia" o "Galería". Una vez ahí, selecciona la imagen que deseas agregar y presiona "insertar".



9. Una vez terminada la edición, selecciona el icono "Publicar cambios", ubicado en el extremo derecho de la barra de herramientas.



10. Al presionar "Publicar cambios" aparecerá una pestaña emergente con opciones como "Revisar tus cambios", "Continuar edición", "Guardar tus cambios", y finalmente "Publicar cambios". Una vez que presiones "Publicar cambios" habrás terminado de publicar información en Wikipedia.

