

CEC
CCA
CCE

Cambios de comportamiento para reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos en los hogares de América del Norte

Wild About Saving Food

Estudio de caso complementario a la guía para practicantes

Hoja de trabajo 1

Paso 1: Definir el problema de comportamiento

Paso 1: Definir el problema de comportamiento

Antes de diseñar soluciones e iniciativas de intervención, resulta fundamental tener claro qué comportamiento deseas modificar y a quién pretendes influir. Esta hoja de trabajo te ayudará a definir con precisión el o los comportamientos específicos que deseas transformar y el público objetivo al que necesitas llegar. Luego, mediante una matriz de impacto y viabilidad, podrás analizar qué oportunidades tienen mayores posibilidades de cambio, y cuáles son las más viables de implementar. Al terminar este ejercicio sabrás hacia dónde dirigir tus esfuerzos y te será más sencillo elaborar intervenciones eficaces.

Define claramente el comportamiento a cambiar y el público objetivo

Utiliza este cuadro para trabajar en los pasos que te ayudarán a definir el o los comportamientos concretos que quieres modificar, así como a identificar el público destinatario de la intervención que estás planificando.

¿Qué comportamientos específicos deseas fomentar?	1. Gestionar los alimentos disponibles en casa, utilizando primero lo que ya se tiene antes de comprar más. 2. Comprender el significado de las fechas de caducidad y de consumo preferente. 3. Crear un espacio en el refrigerador para colocar los alimentos que deben “comerse primero”. 4. Aprender mejores prácticas para el almacenamiento de los alimentos perecederos.	
¿Quén necesita hacer qué? *Piensa en los grupos con los que deberás trabajar para impulsar el comportamiento objetivo. ¿Trabajarás con el público? Si es así, ¿con qué grupos o segmentos? ¿Deseas que actúen las marcas o los minoristas? ¿Podrían contribuir a la solución los establecimientos que sirven alimentos fuera del hogar? ¿Será necesario involucrar a productores de alimentos, asociaciones vecinales, comunidades indígenas o religiosas, escuelas o gobiernos locales? Y, por supuesto, probablemente también deberás colaborar con entidades de financiamiento.*	**Quién** Población en general	**Qué** 1. Revisar el refrigerador antes de ir de compras. 2. Entender bien las etiquetas sobre fechas. 3. Crear en el refrigerador un espacio para alimentos que deben consumirse primero. 4. Almacenar en condiciones óptimas los productos perecederos.
	Quién Entidades del gobierno local	**Qué** 1. Impartir educación. 2. Elaborar leyes. 3. Impartir educación. 4. Impartir educación.
	Quién Red de mercados de productores y equipos e instalaciones deportivas	**Qué** 1. Impartir educación. 2. Impartir educación. 3. Impartir educación. 4. Impartir educación.
	Quién Organismos de recuperación de alimentos y empresas de compostaje	**Qué** 1. Impartir educación. 2. Impartir educación. 3. Impartir educación. 4. Impartir educación.

El siguiente paso consiste en utilizar la matriz de impacto y viabilidad que se presenta a continuación para priorizar los comportamientos específicos que deseas modificar.

Matriz de impacto y viabilidad

¿Qué comportamientos tienen el mayor impacto y son viables de modificar?

La matriz de impacto y viabilidad es una herramienta que permite comparar iniciativas y priorizar acciones en función de su posible efecto y la facilidad con que pueden implementarse. Al ubicar tus ideas en la matriz, podrás identificar qué oportunidades ofrecen resultados rápidos, cuáles requieren una planificación más exhaustiva y también las que podrían no representar el mejor uso de los recursos disponibles.

Ubica en la matriz cada uno de los comportamientos específicos que identificaste en el cuadro anterior. Es posible que algunos sean difíciles de cambiar, aunque el impacto que generarían si se lograra influir en ellos sería significativo y podría marcar una gran diferencia; colócalos en el cuadrante superior izquierdo: “Alto impacto, baja viabilidad”.

Otras conductas quizá no produzcan un efecto relevante por sí solas, pero pueden ser fáciles de modificar; ubícalas en el cuadrante “Bajo impacto, alta viabilidad”, abajo a la derecha. Toma en consideración que, aunque el impacto de su cambio de manera individual sea reducido, pueden resultar valiosas en conjunto y justificar el esfuerzo si — como parte de una estrategia a más largo plazo— se interviene simultáneamente en varias de ellas.

Algunos cambios de comportamiento de alto impacto también pueden resultar relativamente fáciles de modificar; éstos deben ubicarse en el cuadrante superior derecho, “Alto impacto, alta viabilidad”, y representarán las principales prioridades para la planificación de tu intervención. En cambio, conviene evitar los comportamientos del cuadrante inferior izquierdo, “Bajo impacto, baja viabilidad”, ya que además de resultar difíciles de modificar, aportarán escasos beneficios al desafío conductual en su conjunto.

Los ejemplos, ya completados, te ayudarán a iniciar tu planeación.



A continuación utiliza el cuadro siguiente para determinar el público objetivo de tus intervenciones.

También en este caso, los ejemplos completados podrán orientarte en el proceso.

Público objetivo Utiliza los recuadros "quién", "cuándo", "dónde" y "por qué" para identificar el público objetivo al planear tu intervención			
¿Quién es el público objetivo de tu intervención?	**¿Cuándo** es el mejor momento para llegar al grupo?	**¿Dónde** puedes alcanzar a tu público objetivo?	**¿Por qué** quieres dirigir la intervención a ese grupo?
Por ejemplo, hogares con niñas, niños y adolescentes.	A la hora de la comida, con las personas menores de edad del hogar.	En casa, mientras se elaboran tareas escolares de ciencias.	Es un grupo con altos niveles de desperdicio de alimentos (8.5 tazas por semana, en contraste con 6.2 en otros hogares).
Persona responsable de al menos la mitad de las compras de alimentos para el hogar.	A la hora de decidir qué comer y qué comprar para la semana.	- En el hogar, a través de los materiales de la intervención. - Canal de televisión por cable de acceso público. - Paraderos de autobús.	Es quien toma las decisiones sobre la compra de alimentos en el hogar.
Integrantes del hogar que "pican" alguna cosa del refrigerador o preparan sus propias comidas, pero no participan en las principales comidas familiares.	En el momento de decidir qué van a comer.	En el hogar, concretamente en el refrigerador.	Porque están al margen de las comidas planificadas y pueden interferir en la propia planificación.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 1!

Los comportamientos y públicos objetivo que definiste aquí serán la base para llevar a cabo el paso 2, en el que revisarás lo que ya sabes acerca de tales comportamientos y personas destinatarias e identificarás las lagunas de información, para en seguida formular tu teoría del cambio y generar tu estrategia de cambio de comportamiento.

¡Sigamos adelante!

Tu avance:

Hoja de trabajo 2

Paso 2: Diagnosticar el desafío conductual

Paso 2: Diagnosticar el desafío conductual

Parte 1: Revisa los hallazgos e identifica las lagunas de información

Esta hoja de trabajo está concebida para ayudarte a reflexionar sobre la información de la que ya dispones y determinar si es necesario realizar investigaciones adicionales para subsanar los vacíos de conocimiento prevalecientes. Se incluye un cuadro basado en el modelo COM-B, así como un conjunto de preguntas que te permitirán detectar las barreras que impiden a las personas adoptar el comportamiento objetivo. Ello te facilitará el diseño de intervenciones centradas en los factores que realmente se requieren para hacer posible el cambio de comportamiento.

¿ En qué consiste el modelo COM-B?

El modelo COM-B te ayuda a comprender qué condiciones deben estar presentes para que se dé determinado comportamiento. Explica que el comportamiento (B, por *behavior*, en inglés) es el resultado de la interacción dinámica de tres factores o componentes esenciales: la capacidad (C), la oportunidad (O) y la motivación (M). Consulta las definiciones que se presentan a continuación.

Aplicación del modelo COM-B

Capacidad:
También denominada *habilidad*, se define como la posibilidad de una persona para adoptar un comportamiento; puede ser **psicológica** (conocimientos, habilidades cognitivas, autorregulación, etc.) o **física** (destrezass físicas, funciones corporales u otras).

+

Oportunidad:
Se refiere a cualquier elemento del entorno o del contexto de una persona que influye en su comportamiento, sea de naturaleza **social** (normas, presiones o influencias sociales, etc.) o **física** (recursos necesarios para poner en práctica dicho comportamiento).

+

Motivación:
Conjunto de procesos mentales que impulsan y dirigen el comportamiento, ya sean **reflexivos** (procesos conscientes de toma de decisiones conscientes, actitudes y creencias,metas e intenciones, entre otros) o **automáticos** (procesos de toma de decisiones no conscientes, hábitos, emociones y otros).

=

Comportamiento

Comportamiento objetivo y público destinatario

Los definiste en la hoja de trabajo 1.

Puedes utilizar la hoja de trabajo 2 para cada combinación de comportamiento y público objetivo.

1. Gestionar los alimentos disponibles en casa, utilizando primero lo que ya se tiene antes de comprar más.
2. Aprender a almacenar correctamente los productos perecederos.

Público destinatario: Persona responsable de cuando menos la mitad de las compras de alimentos para el hogar.

Responde las preguntas del cuadro siguiente empleando tus conocimientos actuales y las investigaciones de que dispongas.

Capacidad	Oportunidad	Motivación
¿Qué habilidades interpersonales necesitan para llevar a cabo el comportamiento?	¿Cuentan con el tiempo o el espacio necesarios para realizar el comportamiento?	¿Alguna parte del comportamiento se realiza rutinariamente?
Habilidades interpersonales para coordinarse con otras personas.	Hacer un inventario de los alimentos disponibles requiere poco tiempo y ningún espacio adicional.	Las compras suelen realizarse por hábito. Adoptar este comportamiento requiere incorporar la práctica de revisar los alimentos disponibles antes de comprar.
¿Qué habilidades de juicio y toma de decisiones necesitan para poner en práctica el comportamiento?	¿Tienen la oportunidad de ver a otras personas realizando este comportamiento?	¿Qué papel desempeñan las emociones para facilitar o impedir el comportamiento?
Habilidades para tomar decisiones a partir de las cuales evaluar qué alimentos se necesitan realmente.	Es probable que la actuación de otras personas desempeñe un papel limitado, ya que este comportamiento suele realizarse en el hogar y, por lo general, de forma individual.	Conocer los datos sobre las repercusiones económicas y ambientales del desperdicio de alimentos puede fortalecer la motivación y generar una conexión emocional.
¿Qué habilidades de autorregulación requieren para llevar a cabo el comportamiento? ¿Necesitan recordatorios frecuentes para mantener la atención?	¿Cómo creen que otras personas percibirán el comportamiento?	¿Está este comportamiento vinculado al sentido de identidad de la persona?
Se requiere autorregulación para convertir la intención en un hábito. También se necesita disciplina para dedicar tiempo a revisar los alimentos disponibles, sobre todo si las personas tienden a olvidar con qué cuentan.	En general, se percibe como un comportamiento inteligente, ya que permite ahorrar dinero, con independencia de la identidad o las características de quienes lo adoptan.	Puede estar relacionado con la identidad personal y con la necesidad de procurar lo necesario para familiares y amistades.

Capacidad

¿Qué deben saber para llevar a cabo e comportamiento? ¿Ya lo saben?

Se precisa adquirir confianza y desarrollar las competencias necesarias para gestionar los alimentos, así como conocer recetas para aprovechar los ingredientes sobrantes.

¿La información contradictoria dificulta saber cuál es la opción correcta?

Las ofertas y la forma de exhibir los productos en las tiendas pueden desviar la atención hacia ingredientes que no se necesitan o que no estaban previstos. Además, la publicidad puede resultar tentadora.

Oportunidad

¿Se considera que este comportamiento es normal? ¿Se percibe como propio de un grupo específico?

Este comportamiento suele pasar inadvertido.

¿Cómo influye el comportamiento de otras personas en el propio?

Le influye el deseo de ser vista como una persona que procura los alimentos necesarios.

¿Cuentan con las herramientas y recursos necesarios para llevar a cabo el comportamiento?

La mayoría de la gente tendrá un bolígrafo y papel o un celular para llevar un inventario por escrito.

¿Qué elementos del entorno desencadenan este comportamiento?, o ¿cuáles deberían estar ausentes para que se pudiera activar?

Motivación

¿La persona está dispuesta a llevar a cabo el comportamiento?

¿La persona se siente capaz de realizar este comportamiento?

¿Tienes dificultades para responder a las preguntas?
Si alguna te resulta difícil de responder, anótala en el cuadro siguiente como un asunto que requiere de investigación adicional y registra cómo obtendrán la información; encontrarás una columna para anotar tus nuevos hallazgos una vez que realices la investigación.

Incorpora en el cuadro siguiente los temas que requieren más investigación y describe cómo vas a conseguir la información. Hay una columna para que agregues tus nuevos hallazgos.

Nuevos hallazgos			
Componente del modelo COM-B	**¿Qué necesitas saber?**	**¿Cómo obtendrás la información?**	**¿Qué aprendiste?** Incorpora aquí tus nuevos hallazgos a partir de la investigación.
Capacidad			
Psicológica			
Física			
Oportunidad			
Social			
Física	Existen barreras que impidan a las personas revisar los alimentos disponibles en casa?		
Motivación			
Reflexiva	Sería útil conocer mejor las creencias relacionadas con mantener el refrigerador lleno o con la necesidad de comprar alimentos en exceso para asegurar que no falten. ¿Las motiva más reducir el desperdicio de alimentos o ahorrar dinero?	Encuesta dirigida a personas responsables de las compras de alimentos, así como a foros comunitarios.	
Automática	Sería útil conocer mejor los hábitos de compra.	Encuesta dirigida a personas responsables de las compras de alimentos.	

¡Has completado exitosamente las hojas de trabajo 1 y 2!

Una vez que hayas obtenido tus nuevos hallazgos podrás regresar a esta hoja de trabajo para incorporarlos; posteriormente, utilizarás la información de las primeras dos hojas de trabajo en la tercera —incluidos los nuevos hallazgos—, donde concluirás el paso 2 elaborando tu teoría del cambio y tu estrategia de cambio de comportamiento.

Tu avance:



Hoja de trabajo 3

Paso 2: Diagnosticar el desafío conductual

Paso 2: Diagnosticar el desafío conductual

Parte 2: Elabora una teoría del cambio y genera una estrategia de cambio de comportamiento

En esta segunda parte del paso 2 harás un diagnóstico del desafío conductual para poder diseñar la solución más adecuada. Esta hoja de trabajo te permitirá analizar a profundizar tu objetivo de comportamiento (problema objeto de la intervención) y desglosarlo en comportamientos específicos; asimismo, utilizarás una teoría del cambio para representar cómo y por qué esperas que la intervención produzca los resultados deseados.

Al finalizar tendrás una comprensión clara y fundamentada de qué debe cambiar, por qué ese cambio es importante y qué estrategias pueden contribuir a lograrlo.

Utiliza la información recopilada en las hojas de trabajo 1 y 2 para completar los cuadros siguientes.

Objetivo de comportamiento
¿Cuál es el cambio que buscas conseguir?
1. Las personas comienzan a utilizar —o lo hacen con mayor regularidad— los alimentos que ya tienen en casa antes de comprar más. 2. Las personas comienzan a almacenar —o lo hacen con mayor regularidad— los productos perecederos (frutas y verduras frescas) en condiciones óptimas.

¿Qué comportamientos específicos conforman o generan el problema?			
Quién debe actuar	Qué debe hacer de manera diferente	Cuándo	Dónde
Personas responsables de más de la mitad de las compras de alimentos para el hogar.	Revisar los alimentos disponibles antes de decidir qué comidas preparar.	Durante la semana y al planificar las compras.	Cocina, despensa u otros lugares de almacenamiento de alimentos en el hogar.

Teoría del cambio

- En el recuadro 1 describe el problema de comportamiento que deseas abordar.
- A continuación, en el recuadro 4, indica el impacto que buscas lograr.
- Utiliza la lista de comportamientos prioritarios que definiste en la hoja de trabajo 1 para completar el recuadro 3 y los recuadros adicionales situados debajo. Ello te permitirá identificar los resultados a mediano plazo que esperas alcanzar y que contribuirán al impacto previsto.
- Por último, en el recuadro 2 y los que aparecen abajo, escribe las intervenciones que conducirán al logro de cada uno de esos resultados.
- Es posible que, en algunos casos, resulte más sencillo definir primero las intervenciones y después los resultados, lo cual es perfectamente válido, siempre y cuando te asegures de que exista una relación lógica entre ambos: las intervenciones (recuadro 2) conducen a los resultados (recuadro 3) y éstos, a su vez, contribuyen al impacto esperado (recuadro 4), lo que permite atender el problema definido (recuadro 1).

Problema de comportamiento	**Recuadro 1:** Define el problema

Intervención	**Resultado**	**Impacto**
Recuadro 2: Describe tu intervención Pizarrón para planificar las comidas de la semana	**Recuadro 3:** ¿Qué cambio esperas lograr como resultado de la intervención? Por ejemplo, ¿qué quieres que las personas hagan de manera diferente? Las personas elaboran una lista de los alimentos que tienen en casa.	**Recuadro 4:** ¿Cuál es el impacto esperado del conjunto de intervenciones? Reducción del desperdicio de alimentos que suele resultar de comprar de más y no aprovechar la comida que ya se tiene en casa.
Intervención Etiqueta “Cómeme primero”	Las personas destinan un espacio en el refrigerador a los alimentos que se echan a perder pronto o a aquellos que deben consumirse primero, o bien colocan la etiqueta directamente sobre esos productos	
Intervención Imanes para el refrigerador	- Recuerdan que deben utilizarse primero los alimentos disponibles en casa. - Se aprenden nuevas formas de aprovechar los alimentos a la mano. - Las personas conocen nuevas herramientas para obtener ideas de recetas que les permitan aprovechar primero los alimentos que ya tienen.	

Ejemplo completado

Problema de comportamiento	Con frecuencia, las personas preparan las verduras de manera que aprovechan sólo una parte y desechan el resto, aunque también sea comestible.

Intervención	Resultado	Impacto
Intervención 1 Colocar, en el punto de venta, información y recetas para dar a conocer que los tallos, las hojas y otras partes de las verduras —como los tallos del brócoli y del cilantro y las hojas de la coliflor— son comestibles y tienen valor nutricional.	Más personas aprenden que los tallos, las hojas y otras partes de las verduras —como los tallos del brócoli y del cilantro y las hojas de la coliflor— son comestibles y nutritivas.	Las personas comienzan a aprovechar partes comestibles de las verduras, como los tallos del brócoli y del cilantro y las hojas de la coliflor, en lugar de desecharlas.
Intervención 2 Colaborar con chefs y establecimientos proveedores de servicios de alimentación para que preparen y ofrezcan platillos que incorporen partes comestibles de las verduras que habitualmente se desechan, como los tallos del brócoli y del cilantro y las hojas de la coliflor.	Más personas tienen la oportunidad de conocer y probar recetas que aprovechan partes comestibles de las verduras que normalmente se desechan	
Intervención 3 Producir videos demostrativos de cocina con chefs reconocidos que preparen recetas utilizando partes comestibles de las verduras, como los tallos de brócoli y de cilantro.	Más personas se sienten motivadas a preparar recetas que aprovechan partes comestibles de las verduras.	

Estrategia de cambio de comportamiento

Una estrategia de cambio de comportamiento es un plan claro que orienta el diseño de intervenciones para ayudar a las personas a adoptar cambios positivos en su comportamiento a partir de la comprensión de los factores que facilitan o dificultan tales cambios.

1. Objetivo de comportamiento	¿Qué comportamiento deseas que las personas adopten o modifiquen? Describe con precisión el o los comportamientos que buscas promover o modificar (copia esta información de la hoja de trabajo 1).	Revisar los alimentos disponibles en casa antes de planificar las comidas y hacer las compras.
2. Público objetivo	¿Quiénes deberían adoptar este comportamiento? Describe el público objetivo e incluye, cuando sea posible, información que facilite saber cómo y dónde llegar a los distintos grupos o segmentos de población (copia esta información de la hoja de trabajo 1).	Persona responsable de cuando menos la mitad de las compras de alimentos para el hogar.
3. Resumen de los hallazgos y sus implicaciones	¿Qué sabes sobre el comportamiento objetivo y el público destinatario? Identifica las principales barreras y facilitadores del comportamiento, y explica de qué manera estos hallazgos orientarán el diseño y la puesta en marcha de la intervención.	Las investigaciones cuantitativas y cualitativas previas al proyecto muestran que el desperdicio de alimentos ocurre en todos los subgrupos, pero tiene poca relevancia frente a otras preocupaciones más generales relacionadas con los alimentos. Sólo 16% de las personas encuestadas lo situó entre sus tres principales preocupaciones. Este porcentaje fue inferior al correspondiente al precio de los alimentos (56%); la posibilidad de adquirir alimentos suficientes para sí mismas o para su familia (26%); el uso de hormonas, esteroides o antibióticos (19%); el uso de plaguicidas (19%); intoxicación alimentaria (19%), y el carácter saludable de los alimentos que integran su dieta (18%). Entre las competencias clave que contribuyen a reducir el desperdicio de alimentos, evitar comprar más de lo necesario fue la menos desarrollada.
4. Teoría del cambio	Resume la teoría del cambio que desarrollaste previamente para mantenerla presente durante los siguientes pasos del proceso. Incluye, cuando corresponda, los principales supuestos que sustentan la intervención y los riesgos identificados.	Motivar a las personas a revisar los alimentos disponibles, planificar las comidas y utilizar primero los productos que ya tienen —mediante recordatorios, herramientas y normas sociales— reduce el desperdicio de alimentos en el hogar; promueve cambios de comportamiento duraderos; genera ahorro de recursos, y también disminuye el impacto ambiental.
5. Técnicas y principios	¿Qué técnicas de cambio de comportamiento pueden contribuir al logro del objetivo? Selecciona únicamente aquellas que sean viables en el marco de tu proyecto. También puedes registrar otras opciones que, aunque actualmente estén fuera de su ámbito de acción —por ejemplo, cambios en la política pública o en la legislación—, podrían considerarse en el futuro. Consulta el inciso 4.5 de la guía para obtener ideas.	Aumentar la relevancia del desperdicio de alimentos. Aprovechar la aversión a la pérdida, destacando el costo de los alimentos que se desperdician. Utilizar recordatorios y estímulos oportunos. Apelar a las emociones y al efecto de satisfacción por hacer lo correcto (warm glow). Considerar el uso de recompensas e incentivos
6. Estrategia de aplicación	Describe las posibles partes aliadas para la implementación; los canales de difusión; el cronograma; la asignación de recursos, y cualquier otro aspecto relevante para poner en marcha la intervención.	Canales: paradas de autobús, murales, bibliotecas, escuelas de educación básica, centros de salud o recreativos, eventos, redes sociales y señalización.
7. Plan de seguimiento y evaluación	Pregúntate: ¿Qué significa (cómo se verá) el éxito? Define los indicadores clave de desempeño y describe cómo medirás los resultados.	Las personas destinatarias de la intervención adoptan las medidas propuestas, reducen el desperdicio de alimentos y, como resultado de este cambio de hábito, son menos los alimentos que necesitan comprar.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 3!

Identificaste (lograste diagnosticar) el desafío conductual mediante los pasos 1 y 2; ahora cuentas con los elementos necesarios para comenzar el paso 3: diseñar la solución.

Tu avance:



Hoja de trabajo 4

Paso 3: Diseñar tu solución

Paso 3: Diseñar tu solución

Parte 1: Elabora ideas para la intervención

¡Pongámonos creativos! Esta hoja de trabajo te ayudará a reflexionar acerca de los diferentes tipos de intervención que podrías considerar como posibles soluciones al desafío conductual que identificaste. A continuación encontrarás distintas intervenciones, junto con sus ventajas y desventajas, y los aspectos clave a considerar para que las aproveches al máximo.

Al concluir el llenado de esta hoja habrás determinado qué tipo de intervención se adapta mejor a tu desafío y habrás reunido ideas estimulantes que podrás adecuar para diseñar tus propias intervenciones. Con esto, estarás en forma para poner a prueba tus ideas y, a partir de ello, integrar una lista de opciones prioritarias.

Tipos de intervención y ejemplos

Educación y capacitación



- Clases de cocina
- Programas escolares para poner de relieve la importancia de no desperdiciar alimentos
- Demostraciones de preparación de alimentos
- Consejos para conservar los alimentos

Comunicación y mensajes



- Campaña de sensibilización como *Love Food Hate Waste* [Ama la comida, odia el desperdicio] (Canadá)
- Muros publicitarios o carteles
- Boletines informativos o correo directo
- Artículos de revista

Participación, modelización y normas



- Participación de líderes de opinión (chefs, por ejemplo) en actividades donde muestren o preparen recetas que reduzcan el desperdicio
- Demostración de los avances de una comunidad en relación con un objetivo de reducción

Diseño de servicios y procesos



- Un refrigerador comunitario o una mesa compartida para repartir alimentos que no se ocuparán
- Platos más pequeños en comedores o bufés

Diseño de productos y envases



- Envases con porciones fragmentadas más pequeñas y leyendas como “cocinar la mitad y congelar el resto” en el etiquetado
- Aplicación para compartir comida
- Herramienta para planificar comidas
- Cuadro o registro para recordar los alimentos guardados en el refrigerador

Políticas y legislación



- Establecer objetivos de reducción del desperdicio de alimentos
- Etiquetas con fecha más claras
- Políticas escolares de “platos limpios”
- Multas por dejar comida en el plato en los bufés de autoservicio

Registra los tipos de intervención y compáralos entre sí

Educación y capacitación

Ventajas

Genera conocimiento y confianza, y desarrolla habilidades prácticas; aumenta la motivación y la capacidad.

Desventajas

El cambio de comportamiento puede perder fuerza si no se cuenta con mecanismos para reforzarlo o con sistemas de apoyo.

Consejos útiles

Se recomienda brindar una experiencia práctica y pertinente; recurrir a educadores de confianza, y vincular con beneficios concretos "del mundo real" (ahorro económico y reducción de desechos).

$$ **!!**

Comunicación y mensajes

Ventajas

Resulta útil para fomentar la sensibilización y la educación en general, lo que refuerza otras medidas.

Desventajas

Es poco probable que esta intervención, por sí sola, produzca cambios significativos y duraderos en el comportamiento.

Consejos útiles

Debe mantenerse un tono coherente; apelar a las emociones; adaptarse al público, y realizarse en el momento oportuno.

$ **!**

Participación, modelización y normas

Ventajas

Fomenta la toma de conciencia y promueve normas sociales como fuente de motivación.

Desventajas

El impacto será de corta duración si no se aplica de forma constante o se combina con otras medidas.

Consejos útiles

Se recomienda recurrir a portavoces y personalidades influyentes de confianza; destacar los avances, y aprovechar las oportunidades para resaltar el grado de popularidad.

$$ **!!**

Diseño de servicios y procesos

Ventajas

Ofrece asistencia práctica y contribuye a mejorar la infraestructura, lo que puede impulsar cambios significativos.

Desventajas

Se requieren fondos y apoyo operativo, así como la colaboración de las partes interesadas.

Consejos útiles

Debe garantizarse que exista una necesidad; lo ideal es contar con la participación local

$$$ **!!!**

Diseño de productos y envases

Ventajas

Aporta novedad, y ofrece la oportunidad de aumentar la conveniencia.

Desventajas

Puede resultar costoso y requiere la colaboración de las partes interesadas.

Consejos útiles

Debe satisfacer necesidades reales, garantizar la asequibilidad y valorar si el enfoque centrado en el desperdicio alimentario favorece o dificulta la aceptación de la iniciativa.

$$$ **!!!**

Políticas y legislación

Ventajas

Impulsa cambios en todo el sistema; genera un impacto duradero basado en la rendición de cuentas.

Desventajas

Su puesta en práctica lleva tiempo; depende de la aplicación de la normativa y de la voluntad política.

Consejos útiles

Debe guardar consonancia con objetivos nacionales y locales; garantizar la equidad y viabilidad, y complementarse con acciones de comunicación para facilitar el cumplimiento.

$$$ **!!!**

Nota: El costo de cada tipo de intervención varía entre bajo (**$**), medio (**$$**) y alto (**$$$**).
El nivel de complejidad o esfuerzo varía entre bajo (**!**), medio (**!!**) y alto (**!!!**)

Utiliza el siguiente cuadro para decidir qué tipos de intervención podrían ser útiles.

Tipo de intervención	✓ — or — ✗	Quién, Qué Cuándo
Educación y capacitación Proporcionar información para aportar conocimientos o desarrollar habilidades que fortalezcan las capacidades.	☐	
Comunicación y mensajes Explicar y mostrar a las personas cómo adoptar el comportamiento deseado; para ello se buscará generar conciencia y sensibilizar, o se usarán narrativas que orienten su comportamiento.	☑	Los mercados de productores locales y comercios al menudeo podrían ofrecer recomendaciones sobre cómo conservar adecuadamente los productos perecederos (frutas y verduras frescas).
Participación, modelización y normas Campañas dirigidas a procurar la participación con un propósito compartido; involucramiento de la comunidad; demostraciones a cargo de personas influyentes, y foros, entre otras acciones.	☑	Distribución de bolsas de tela reutilizables con consejos para conservar los alimentos, mismas que podrían aportar un componente social, pues serían visibles al utilizarse fuera de casa.

Tipo de intervención	✓ — or — ✗	Quién, Qué Cuándo
Diseño de servicios y procesos Ajustar el sistema y adaptar el entorno para que el comportamiento deseado sea más fácil y conveniente de adoptar.	☐	
Diseño de productos y envases Introducir cambios que incorporen factores facilitadores en el sistema —por ejemplo, facilidad de uso, conveniencia o precios más favorables— para aumentar la probabilidad de que el público objetivo adopte el comportamiento deseado.	☑	Herramientas visuales —por ejemplo, en el refrigerador o el congelador— que proporcionen un estímulo en el momento de tomar decisiones. Herramientas que fortalezcan la sensibilización y las competencias
Políticas y legislación Introducir cambios —o promover su adopción— que sancionen los comportamientos no deseados y recompensen aquellos que se desea fomentar.	☐	

Ahora que has seleccionado los tipos de intervención, incorpora en el cuadro siguiente tus ejemplos preferidos.

Tipo de intervención	Comunicación y mensajes	Diseño de productos	Participación, modelización y normas	
Quién Qué Cuándo	Fuera del hogar: Recomendaciones para conservar productos perecederos (frutas y verduras frescas), que mercados de productores y comercios podrán exhibir en sus puntos de venta, junto a los productos mismos. En el hogar: Algún tipo de estímulo visual en el refrigerador.	Algún tipo de herramienta de planificación para usar en casa.	Bolsa reutilizable impresa con recomendaciones para conservar los alimentos en condiciones óptimas. Serviría como estímulo al guardar las compras y también como modelo o norma social cuando otras personas la vean en el mercado o la tienda. ¿Algo que el público en general pueda coleccionar? Por ejemplo, imanes para el refrigerador.	
Ejemplos de referencia, para inspirarte (agrega una descripción o enlace).				
¿Qué te gusta de estos ejemplos?	Consejos breves y fáciles para conservar los alimentos. Llamativos.	Diseño claro y fácil de llenar.	Excelente ocasión para dar visibilidad al proyecto y fomentar conversaciones, además de ofrecer un estímulo en el momento y lugar oportunos. El carácter coleccionable de algunos de los materiales puede reforzar la percepción de que se trata de una norma social y generar una sensación positiva.	
¿Qué cambiarías o añadirías para adaptarlos a tus necesidades?	Algo práctico para utilizar en mercados de productores y comercios. Se necesita, además, una forma de reforzar el mensaje en el hogar.	Centrarse en hacer un inventario de los alimentos disponibles; es decir, en la etapa previa a elaborar la lista de compras. Quizás un imán grande para el refrigerador en el que se pueda anotar qué alimentos hay	Incluir alimentos que con mayor frecuencia se desperdician en la localidad. Guardar uniformidad con los mensajes de la campaña. Un recordatorio en el hogar que refuerce los mensajes difundidos en mercados y comercios.	

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 4!

Ya cuentas con una lista de las ideas que consideras más convenientes para formular tus posibles soluciones. El siguiente paso consiste en elaborarlas y ponerlas a prueba utilizando la hoja de trabajo 5, para evaluar cuáles ofrecen el mayor potencial. ¡Veamos qué tan bien funcionan!

Tu avance:



Hoja de trabajo 5
Paso 3: Diseñar tu solución

Paso 3: Diseñar tu solución

Parte 2: Utiliza los marcos EAST y MINDSPACE para diseñar intervenciones eficaces, con alto impacto

¡Excelente!, vas avanzando muy bien.

La presente hoja de trabajo te ayudará a poner a prueba las ideas que elaboraste en la parte 1 de este paso (hoja de trabajo 4), mediante una lista de verificación y orientaciones para aplicar los marcos EAST y MINDSPACE al diseño de tu intervención.

Al finalizarla tendrás una idea más precisa de cómo conseguir que tu iniciativa tenga el mayor impacto y sea lo más efectiva posible. Utiliza esta hoja de trabajo para probar cada una de las ideas de intervención que plasmaste en la hoja 4.

EAST

l marco EAST (por sus siglas en inglés) es una herramienta útil para diseñar intervenciones de cambio de comportamiento a partir de su evaluación conforme a cuatro principios. Las preguntas orientadoras de EAST —fácil (***e**asy*), **a**tractivo, **s**ocial y oportuno (***t**imely*)— pueden ayudarte a evaluar tus ideas para el cambio de comportamiento y seleccionar aquellas que probablemente tengan mayor impacto. Esta herramienta también puede ayudarte a perfeccionar una intervención en particular a fin de aumentar su eficacia.

Fácil
Haz que el comportamiento deseado sea tan sencillo, práctico y conveniente de adoptar como sea posible.

Atractivo
Captura la atención del público objetivo y expresa claramente los beneficios de adoptar el cambio de comportamiento.

Social
Muestra lo que otras personas están haciendo, para generar una presión social positiva.

Oportuno
Proporciona al público objetivo un incentivo en el momento más adecuado para que pueda actuar o tomar decisiones.

Enumera tus posibles intervenciones e indica de qué manera cada una cumple los cuatro criterios del marco EAST.

Intervención: cambio de comportamiento	¿Es fácil?	¿Resulta atractivo?	¿Aprovecha la influencia social?	¿Se aplica en el momento oportuno?
Pizarrón magnético de borrado en seco para el refrigerador que permita anotar los alimentos disponibles en el hogar antes de comprar más.	Sí	Sí	No	Sí
Iniciativa “Cómeme primero”: distribuir cinta adhesiva y etiquetas para crear espacios en el refrigerador.	Sí	Sí	No	Sí
Serie en redes sociales: publicaciones semanales “Revisa antes de comprar”, con el uso de etiquetas.	Sí	Sí	Sí	Sí
Bolsa de tela reutilizable: impresa con recomendaciones para conservar alimentos perecederos	Sí	Sí	Sí (si la gente las ve)	Sí

MINDSPACE

Otra herramienta útil para orientar el diseño de las intervenciones de cambio de comportamiento y maximizar su eficacia es el marco MINDSPACE (por sus siglas en inglés: *messenger, incentives, norms, defaults, salience, priming, affect, commitments* y *ego* [mensajero, incentivos, normas, opciones predeterminadas, relevancia, activación previa, afecto, compromisos y ego]). MINDSPACE pone de relieve la manera en que las señales automáticas, emocionales y sociales influyen en el comportamiento, más allá de los procesos conscientes de toma de decisiones o de los modelos basados exclusivamente en la elección racional.

Intervención	Describe brevemente tu intervención aquí: Elaborar y distribuir un pizarrón magnético de borrado en seco para el refrigerador.

Ahora responde las siguientes preguntas:

¿Quién es el **mensajero** de confianza?	El condado de Hamilton y la ciudad de Cincinnati.
¿Qué **incentivos** ofrece?	Ahorrar dinero al no comprar de más.
¿Qué **normas sociales** (lo que otras personas hacen) aprovecha la intervención?	Normas institucionales u organizativas.
¿Es el comportamiento deseado la **opción predeterminada (*default*)?**	El objetivo es crear un nuevo hábito para que el comportamiento deseado se convierta en la opción predeterminada.
Relevancia (*salience*) ¿Cómo se captará la atención de las personas y se hará que el tema les resulte relevante?	Se hará hincapié en que la campaña y las intervenciones estén relacionadas con la comunidad, el condado o la ciudad.
¿Estás aprovechando señales automáticas (no conscientes) para facilitar la **activación previa (*priming*)** del comportamiento?	Sí. Al usar señales visuales sencillas y repetidas, junto con personajes amigables colocados justo donde se toman las decisiones, la campaña activa de forma no consciente la idea “usa lo que ya tienes” antes de ir de compras, cocinar o tirar cosas.
Afecto: ¿Estás apelando a las emociones de las personas?	Sí. Vamos a hacer que la gente se sienta bien al tomar buenas decisiones en relación con los alimentos.
¿Estás motivando a las personas a asumir **compromisos** (fijarse metas o manifestar la intención de adoptar una conducta o realizar cierta acción, entre otros?)	Sí, alentando a las personas a publicar en sus redes sociales su compromiso de convertirse en “profesionales del refrigerador” y tomar el control del aprovechamiento de los alimentos que ya tienen. Utilizaremos la etiqueta #FanáticosContraElDesperdicio”.
Ego: ¿Estás utilizando estrategias que propicien que las personas se sientan por participar en la intervención?	Sí, utilizando lemas como “Profesionales del refrigerador”, “Brigada de revisión de existencias” y “Conviértete en gurú de la lista de compras”.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 5!

Ahora estás perfeccionando tus soluciones (ideas) para decidir cuáles llevar a la etapa piloto. Pronto avanzarás al paso 4: Implementar tu(s) prueba(s) piloto.

Tu avance:



Hoja de trabajo 6

Paso 3: Diseñar tu solución

Paso 3: Diseñar tu solución

Parte 3: Prioriza y selecciona tus intervenciones

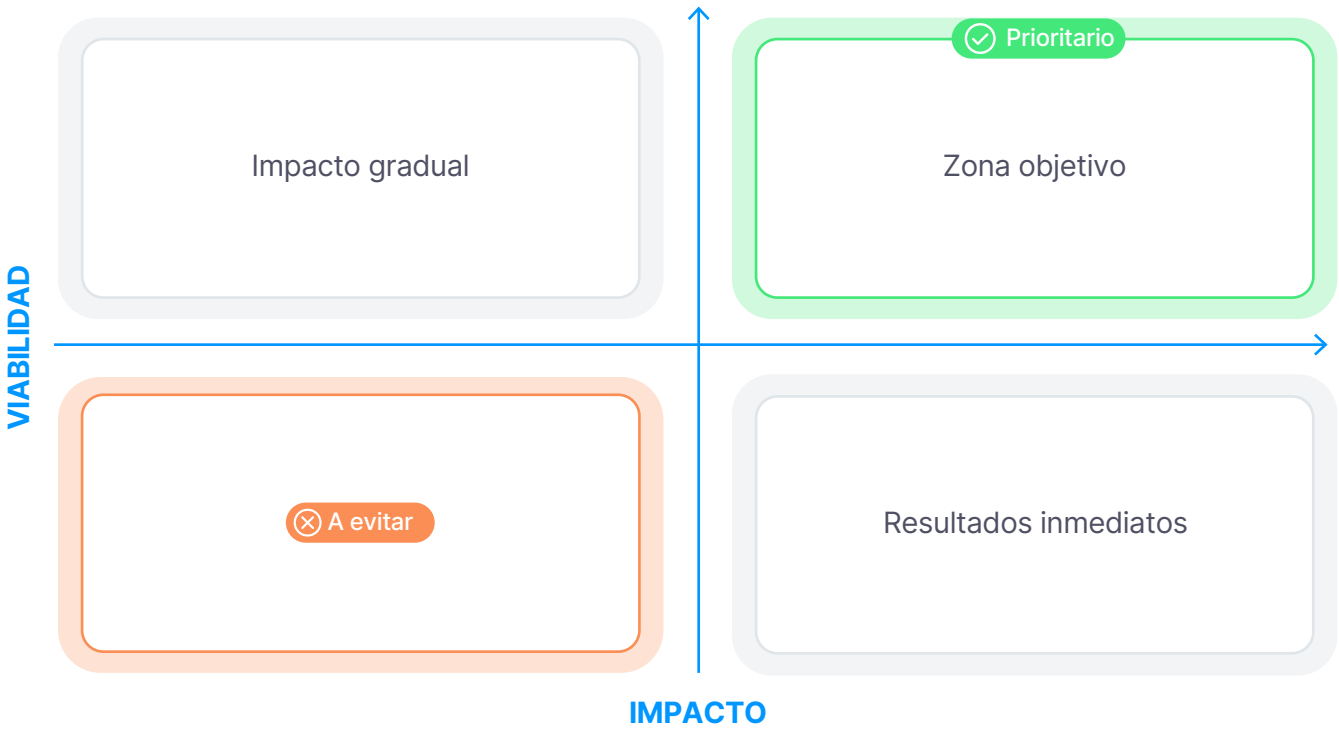
Esta hoja de trabajo te ayudará a decidir qué intervenciones llevar a la etapa piloto. A partir de lo que hiciste en las hojas de trabajo 4 y 5, ahora determinarás qué ideas poner a prueba en la etapa piloto, al final contarás con una lista preliminar de soluciones prácticas a implementar.

Elegir las intervenciones es, a la vez, un arte y una ciencia, por lo que debes tener en cuenta que, aunque las ideas que consiguen una calificación elevada tanto en impacto como en viabilidad suelen ser las más prometedoras, las soluciones que escojas al final deberán ajustarse a los recursos disponibles, las alianzas o colaboraciones, las limitaciones presupuestarias y los plazos previstos.

Primero define el enfoque estratégico que deseas adoptar: ¿buscas obtener resultados inmediatos que den impulso a tu intervención desde el inicio o estás en condiciones de dedicar más tiempo y esfuerzo para lograr cambios de mayor alcance? Sin duda, ambas opciones son válidas, pero la elección más adecuada dependerá del contexto y de los objetivos que persigas.

Con el fin de orientar la selección de las intervenciones y facilitar las deliberaciones de tu equipo, apóyate en la guía de evaluación y preguntas opcionales de análisis detallado que se presentan a continuación, o bien recurre un método de puntuación sistemática para calificar cada intervención con base en criterios clave. Cualquiera de estos dos enfoques te permitirá establecer prioridades entre tus diversas ideas de intervención e identificar las más convenientes para avanzar hacia la etapa piloto.

Marco con la combinación más favorable



Tu objetivo: Seleccionar (priorizar) intervenciones que se sitúen en el cuadrante superior derecho (alto impacto + alta viabilidad).

Enumera tus ideas de intervención

De entre las ideas que pusiste a prueba en la hoja de trabajo 5, selecciona las que de entrada consideres más prometedoras y desees evaluar (se recomienda elegir entre tres y ocho). Anótalas aquí.

Ideas de intervención

1. Pizarrón magnético de borrado en seco para el refrigerador que permita anotar los alimentos disponibles en el hogar antes de comprar más
2. Iniciativa “Cómeme primero”: distribuir cinta adhesiva y etiquetas para crear espacios en el refrigerador
3. Serie en redes sociales: publicaciones semanales “Revisa antes de comprar”, con el uso de etiquetas
4. Bolsa de tela reutilizable: impresa con recomendaciones para conservar alimentos perecederos
5.
6.
7.
8.

Califica tus intervenciones

Asigna una puntuación a cada intervención de acuerdo con la siguiente escala:

3 = Alta (muy favorable; viable).

2 = Media (aceptable; con algunos aspectos por atender)

1 = Baja (poco favorable; con reservas importantes)

Tabla de puntuación

Intervención	Tiempo	Costo	Factores externos	Impacto	Total
1. Pizarrón magnético de borrado en seco	3 / 3	3 / 3	3 / 3	3 / 3	12 / 12
2. Cinta con la leyenda “Cómeme primero”	3 / 3	3 / 3	3 / 3	3 / 3	12 / 12
3. Serie de publicaciones en redes sociales	3 / 3	2 / 3	2 / 3	2 / 3	9 / 12
4. Bolsa de tela reutilizable	3 / 3	2 / 3	3 / 3	2 / 3	10 / 12
5.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
6.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
7.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
8.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12

Guía de puntuación; preguntas orientadoras

TIEMPO
¿Es posible llevar a cabo esta intervención dentro del plazo previsto?

- 3 = Alta (Puede ejecutarse dentro del plazo establecido)
- 2 = Media (El plazo es ajustado pero viable)
- 1 = Baja (El tiempo disponible es insuficiente)

COSTO
¿Se dispone de los recursos necesarios (financieros, humanos y de otro tipo)?

- 3 = Alta (Se cuenta con todos los recursos necesarios)
- 2 = Media (Se dispone de la mayor parte de los recursos, aunque existen algunas limitaciones)
- 1 = Baja (Existen carencias importantes de recursos o el costo de la intervención es demasiado elevado)

"CONDICIONES DEL VIENTO"
¿Qué factores externos podrían favorecer o dificultar la puesta en práctica de la intervención?

- 3 = Alta (Existe un sólido respaldo por parte de las políticas, las organizaciones aliadas, y el momento es oportuno)
- 2 = Media (Se cuenta con cierto apoyo y las condiciones, en general, son favorables)
- 1 = Baja (Existen obstáculos importantes, resistencia al cambio o una coyuntura desfavorable)

IMPACTO
¿Permitirá alcanzar los resultados esperados?

- 3 = Alta (Es muy probable que genere un cambio significativo)
- 2 = Media (Tiene un potencial moderado para generar un cambio de comportamiento)
- 1 = Baja (Con posibilidades limitadas para propiciar modificaciones de comportamiento)

Análisis detallado opcional (con base en los criterios APEASE)

Para las tres intervenciones que hayan obtenido las puntuaciones más altas, considera estos factores adicionales:

Factor:	Intervención núm. 1	Intervención núm. 2	Intervención núm. 3
Aceptabilidad (¿La aceptará la gente?)	Alta ● Media | Baja	Alta Media ● Baja	Alta ● Media | Baja
Viabilidad práctica (¿Puede implementarse?)	Alta ● Media | Baja	Alta Media ● Baja	Alta Media ● Baja
Eficacia (¿Realmente dará resultados?)	Alta Media ● Baja	Alta Media ● Baja	Alta Media ● Baja
Asequibilidad (¿Es sostenible a largo plazo?)	Alta ● Media | Baja	Alta ● Media | Baja	Alta ● Media | Baja
Efectos no previstos (¿Podría generar consecuencias imprevistas)	Pocos ● Algunos | Muchos	Pocos Algunos ● Muchos	Pocos Algunos ● Muchos
Equidad (¿Beneficia de manera pareja a los distintos grupos?)	Alta Media ● Baja	Alta Media ● Baja	Alta Media ● Baja

Haz tu selección final Selecciona las intervenciones que pondrás en práctica

Las tres intervenciones mejor evaluadas:

1. Pizarrón magnético de borrado en seco	12 / 12
2. Cinta con la leyenda “Cómeme primero”	12 / 12
3. Bolsa de tela reutilizable	10 / 12

Criterios para la decisión:

- ¿Cuáles intervenciones obtuvieron las mejores puntuaciones?
- ¿Existe algún criterio con calificación baja (de 1 a 3) que por sí mismo sea motivo suficiente para descartar la intervención?
- ¿Qué te dice tu intuición sobre la viabilidad?
- ¿Cuál intervención se ajusta mejor a tu teoría del cambio?
- ¿Cuentas con el respaldo de las partes interesadas para llevar estas intervenciones a la práctica?

Selección final de intervenciones que pondrás en práctica

1. Pizarrón magnético de borrado en seco
2. Cinta con la leyenda “Cómeme primero”
3. Bolsa de tela reutilizable

Fundamenta tu decisión

¿ Qué te motivó a elegir estas intervenciones? ¿Por qué las seleccionaste?

Los productos físicos se eligieron porque permiten incorporar un estímulo en el momento de tomar una decisión: la bolsa de tela al guardar las compras, y el imán para el refrigerador y la cinta con la leyenda “Cómeme primero” al preparar alimentos y revisar las existencias. Estos materiales se eligieron por su bajo costo de producción, su posibilidad de ampliación a mayor escala y su potencial para modificar hábitos existentes.

Hoy en día, a la gente le gusta recibir productos gratuitos, y éstos constituyen un medio por el cual proporcionar información y ofrecer un estímulo en el momento y el lugar oportunos.

Fundamenta tu decisión (cont.)

¿Cuáles son los principales riesgos, desafíos o aspectos que generan preocupación?

El hecho de proporcionar los productos no garantiza que se utilicen; incluso podrían percibirse como elementos que generan residuos, en especial la cinta con la leyenda “Cómeme primero”, ya que es de un solo uso.

Aunque la cinta parece tener un gran potencial de impacto al proporcionar una señal visual con miras a interrumpir hábitos de consumo arraigados, también es cierto que su carácter novedoso podría hacer que tenga menor aceptación. Es posible que las personas se muestren renuentes a utilizarla o incluso que, si se tiene el refrigerador lleno de alimentos por consumir pronto, su cantidad resulte abrumadora y la cinta no logre contribuir a interrumpir el hábito, por lo que simplemente termine siendo ignorada.

Pasos próximos: anota los pasos que vas a seguir

Diseñar los productos.
Elaborar planes de comunicación e implementación.
Finalizar el “paquete de intervención”.
Elaborar el plan de evaluación.
Preparar los materiales para captar participantes.

Recomendaciones para el éxito

- Incluye una amplia diversidad de perspectivas: recaba aportaciones de distintas partes interesadas e integrantes del equipo.
- Realiza una evaluación objetiva (con total honestidad): no sobrevalores las puntuaciones; una valoración realista ahorrará tiempo en etapas posteriores.
- Confía en el proceso: si una idea obtuvo una puntuación baja, en general, seguramente hay una buena razón que la explica.
- Prioriza la calidad sobre la cantidad: es preferible implementar un menor número de intervenciones de manera eficaz que dispersar los recursos entre demasiadas iniciativas.
- Documenta todo: las razones en las que bases tus decisiones hoy serán valiosas para futuras revisiones.

Recuerda: Rara vez existe una intervención “perfecta”. Elige intervenciones que sean lo suficientemente buenas o sólidas para empezar y con margen para aprender y hacer ajustes sobre la marcha, de manera que las puedas ir perfeccionando y adaptando.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 6!

Ahora que sabes qué intervenciones quieres probar, avanza al paso 4: Implementar tu(s) prueba(s) piloto.

Tu avance:



Hoja de trabajo 7

Paso 4: Implementar tu(s) prueba(s) piloto

Paso 4: Implementar tu(s) prueba(s) piloto

Parte 1: Elabora tu plan de implementación

Esta hoja de trabajo te orientará sobre los aspectos clave que debes considerar a efecto de poner en marcha la fase piloto de una intervención eficazmente, de modo que tengas claridad respecto de las actividades, la asignación de responsabilidades y los plazos para la ejecución.

Al elaborar tu plan de implementación es importante que tomes en cuenta lo siguiente:

- **Quiénes** participarán.
- **Qué** deberá realizar cada persona o grupo participante.
- **Cuándo y dónde** deberán hacerlo.
- **Por qué** es necesario registrar lo que sucede.
- **Cómo** se utilizará la información recopilada.

Plan para realizar una prueba piloto de la intervención	Anota el nombre y una breve descripción de tu intervención. *Gestión de existencias: utilizar lo que ya se tiene en casa (antes de comprar más)* Un kit de intervención que incluye un pizarrón blanco magnético de borrado en seco para el refrigerador, cinta adhesiva con la leyenda “Cómeme primero”, una bolsa de tela, un folleto e imanes para el refrigerador. El paquete se proporciona como parte de un proyecto de investigación, en el que algunas personas responden una encuesta y otras participan en una entrevista a detalle.

¿Quiénes participarán?

Indica las personas o grupos involucrados. Incluye tanto a quienes recibirán la intervención como a quienes estarán a cargo de implementarla.

A	B	C
Entidades del gobierno local de los órdenes condal y municipal Mercados de productores locales	WRAP	Población en general

¿Qué deberá realizar cada persona o grupo participante?

Tarea 1. Plan de acción

¿Qué? Recibir y poner en práctica el plan de comunicación y asistir a almuerzos con sesiones de aprendizaje.	**¿Qué?** Preparar los paquetes de intervención, la encuesta, los recursos para que las personas documenten su propia experiencia (autoetnografía) y el plan de comunicación, y distribuir los materiales. Organizar almuerzos con sesiones de aprendizaje.	**¿Qué?** Inscribirse en el proyecto de investigación y recibir el paquete de intervención.
¿Dónde? En informes de distrito, boletines, sitios web y redes sociales, y mediante materiales físicos distribuidos en mercados de productores y tiendas.	**¿Dónde?** En colaboración con los respectivos organismo encargados.	**¿Dónde?** Mercados de productores, tiendas, redes sociales y sitios web participantes.
¿Cuándo? Durante el periodo definido para la prueba piloto	**¿Cuándo?** Antes de agosto de 2025	**¿Cuándo?** Septiembre de 2025
¿Por qué? Para lograr una amplia participación y asegurar que el personal sepa qué está sucediendo y qué debe hacer. Para facilitar la captación de participantes.	**¿Por qué?** Para hacer posible la prueba piloto y asegurar que cada grupo sepa qué debe hacer.	**¿Por qué?** Para someter a prueba la intervención y recabar una diversidad de opiniones.

Importante para la evaluación*

Anotar cualquier cosa que haya ocurrido de manera diferente a lo previsto.

Tarea 2. Plan de acción

¿Qué? Difundir los mensajes.	**¿Qué?** Llevar a cabo una intervención participativa basada en la investigación, con la participación de 150 personas.	**¿Qué?** Involucrarse en las intervenciones, responder la encuesta y, en algunos casos, participar en una entrevista a detalle.
¿Dónde? Bibliotecas, publicidad en autobuses, murales, zoológicos, clínicas de salud, escuelas, centros recreativos y canales de televisión por cable de acceso público.	**¿Dónde?** Población que reside dentro de los límites de la ciudad.	**¿Dónde?** En casa y al hacer las compras de alimentos.
¿Cuándo? Periodo de 5 meses: agosto-diciembre	**¿Cuándo?** Un periodo de dos semanas en septiembre	**¿Cuándo?** Un periodo de dos semanas en septiembre
¿Por qué? Para poder llegar a la población local.	**¿Por qué?** A fin de obtener comentarios sobre las intervenciones y evaluar qué funcionó y qué no.	**¿Por qué?** Con el objetivo de probar la intervención, aportar comentarios y crear nuevos hábitos que permitan reducir el desperdicio de alimentos.

Importante para la evaluación*

Anotar cualquier cosa que haya ocurrido de manera diferente a lo previsto.

Tarea 3. Plan de acción

¿Qué? Continuar con la difusión.	**¿Qué?** Recibir los datos de las encuestas y las grabaciones de las entrevistas a detalle.	**¿Qué?** Seguir utilizando los materiales del kit de intervención.
¿Dónde? En los mismos lugares que antes.	**¿Dónde?** Por Teams o correo electrónico.	**¿Dónde?** En los mismos lugares que antes.
¿Cuándo? Noviembre-diciembre	**¿Cuándo?** Noviembre-diciembre	**¿Cuándo?** Noviembre-diciembre
¿Por qué? Para maximizar las posibilidades de lograr un cambio de comportamiento duradero.	**¿Por qué?** A fin de analizar los resultados de la intervención y formular recomendaciones con miras a ampliarla a mayor escala.	**¿Por qué?** Para adquirir hábitos duraderos y lograr un cambio de comportamiento.

Importante para la evaluación*

Anotar cualquier cosa que haya ocurrido de manera diferente a lo previsto.

¿Qué información debe registrar o medir cada grupo participante y cómo se utilizará?

(*Nota*: Podría ocurrir que quienes participen en la intervención no registren información alguna, lo cual resulta, por sí mismo, un dato a destacar.)

Registro y medición

Visitas a páginas web e interacciones en redes sociales	Datos de las encuestas y grabaciones de las entrevistas en detalle	Respuestas a la encuesta y, cuando corresponda, entrevista en detalle

Cómo se utilizará la información

Para evaluar el proceso y la reacción del público, así como las consecuencias imprevistas.	A fin de analizar los resultados y formular recomendaciones conducentes a ampliar la intervención a mayor escala.	Para poder analizar la eficacia y conocer las opiniones sobre lo que funcionó y lo que no.

* Los imprevistos y los ajustes al plan forman parte de cualquier proceso de implementación. A veces surgen obstáculos y es necesario cambiar la ruta. ¡Esto es completamente normal! Por ello, registrar las diferencias entre lo planeado y lo realizado, así como las razones de dichos cambios, proporciona aprendizajes valiosos para evaluar la eficacia de la intervención y orientar mejoras posteriores.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 7!

¡Felicidades! Ya está casi todo listo para que implementes tu(s) prueba(s) piloto. Antes de comenzar, reflexiona acerca de los resultados que esperas alcanzar en esta fase piloto y la manera en que sabrás si se lograron y ésta tuvo éxito. La siguiente hoja de trabajo te servirá de guía para ello.

Tu avance:



Hoja de trabajo 8

Paso 4: Implementar tu(s) prueba(s) piloto

Paso 4: Implementar tu(s) prueba(s) piloto

Parte 2: Elabora tu plan de evaluación

Esta hoja de trabajo te ayudará a planificar cómo evaluar tu intervención y determinar qué tan exitosa resultó. Pensar en la evaluación desde el principio te permite asegurarte de recopilar la información idónea, con los métodos adecuados y en el momento oportuno. Al finalizar esta hoja de trabajo, dispondrás de un plan claro para definir qué datos se necesitan, y cómo recopilarlos y utilizarlos a fin de dar seguimiento a los avances y extraer aprendizajes fortalezcan futuras intervenciones.

Para elaborar tu plan de evaluación necesitas:

- definir qué se considerará un resultado exitoso (objetivos con base en los criterios SMART*);
- convertir los objetivos en indicadores clave de desempeño;
- comprobar si puedes obtener datos adecuados;
- tener en cuenta los aspectos logísticos necesarios para obtener datos confiables;
- tener claro qué aspectos de la intervención estás evaluando.

* SMART, acrónimo en inglés de *specific* [específico], *measurable* [medible], *achievable* [factible]), *relevant* [importante] y *time-bound* [con un plazo definido].

Plan para realizar una prueba piloto de la intervención	Copia aquí la información de la **hoja de trabajo 7.** *Gestión de existencias: utilizar lo que ya se tiene en casa (antes de comprar más)* Un kit de intervención que incluye un pizarrón blanco magnético de borrado en seco para el refrigerador, cinta adhesiva con la leyenda “Cómeme primero”, una bolsa de tela, un folleto e imanes para el refrigerador. El paquete se proporciona como parte de un proyecto de investigación, en el que algunas personas responden una encuesta y otras participan en una entrevista a detalle.
Problema de comportamiento	Copia aquí la información de la **hoja de trabajo 3.** 1. Las personas comienzan a utilizar —o lo hacen con mayor regularidad— los alimentos que ya tienen en casa antes de comprar más. 2. Las personas comienzan a almacenar —o lo hacen con mayor regularidad— los productos perecederos (frutas y verduras frescas) en condiciones óptimas.

¿Cómo defines el éxito?

¿Qué considerarás un resultado exitoso? ¿Cómo sabrás si ocurrió el cambio de comportamiento?

¿Qué resultados deseas observar? (Quién, qué, cuándo y dónde)	Las personas señalan que revisan el refrigerador y la despensa antes de hacer las compras y que, como resultado, desperdician menos alimentos (porque ya no compran de más). Las personas indican que sus productos perecederos (frutas y verduras frescas) duran más después de seguir los consejos de almacenamiento.
¿Qué datos de referencia emplearás? ¿Cuál es tu base comparativa?	Nuestra encuesta reveló niveles elevados de desperdicio de alimentos, según lo declarado por las propias personas encuestadas: en promedio, se desperdicia 34.9% de cuatro productos principales (pan, pollo, leche y papas). De entre las personas participantes, 39% se clasifica en la categoría de quienes desperdician grandes cantidades de alimentos. Este grupo valora sistemáticamente como baja su capacidad para revisar lo que ya tienen antes de hacer las compras; evitar comprar de más; llevar un control de lo que se tiene en el refrigerador y el congelador; consumir los alimentos antes de la fecha de caducidad; terminar los productos ya abiertos, y preparar una comida con los ingredientes a mano.
¿Cómo medirás el cambio con respecto a los datos de referencia?	Se efectuará una comparación del desperdicio de alimentos y las competencias declarados en la medición de referencia (encuesta y entrevistas en detalle) con los comportamientos retrospectivos posteriores a la intervención y la documentación de la experiencia por las propias personas (autoetnografía). La evaluación se centrará principalmente en determinar si las personas consideraron que las intervenciones funcionaron e identificar cómo podrían mejorarse.
¿Cómo determinarás si los cambios observados son atribuibles a la intervención? (Por ejemplo, ¿tendrás un grupo de control?)	No habrá grupo de control, por lo que la atribución de los cambios a la intervención se basará en lo declarado por las propias personas participantes. Los cambios se medirán con respecto a las competencias clave registradas como punto de partida.

¿Qué datos necesitas recopilar?

El cuadro siguiente te permitirá reflejar qué métodos de medición consideras más adecuados para los distintos tipos de intervención.

Método de evaluación	Qué se medirá	Quién, cuándo y cómo lo realizará
Autoetnografía	Reflexiones de las personas participantes sobre las intervenciones y cómo usaron los elementos del kit de herramientas.	A través de la plataforma Indeemo: entre 2 y 2.5 horas de participación a lo largo de un periodo de dos semanas, tras la entrega del paquete de intervención (20 personas).
Encuesta de reflexión	Cantidad de alimentos desperdiciados y cambio de comportamiento declarados por las propias personas participantes.	Encuesta Inca: poco después de finalizar el periodo de intervención (meta: 100 personas encuestadas).

Indicadores clave de desempeño

Define o formula tus indicadores clave de desempeño teniendo en cuenta la información anterior.

Las personas participantes señalan un cambio en la forma de decidir qué comprar a partir de lo que encuentran al evisar el refrigerador y la despensa; por ejemplo, en lugar de planificar las comidas y después comprobar qué ingredientes tienen, planifican las comidas en función de los ingredientes ya disponibles en casa.
Las personas afirman tener mayor conciencia de los alimentos con los que cuentan y de cuáles deben consumir primero.
Las personas señalan que sus productos perecederos (frutas y verduras frescas) duran más tras seguir las recomendaciones para un almacenamiento óptimo.

Reflexiones

Al concluir tu prueba piloto registra en este recuadro lo ocurrido durante la implementación, lo que se midió y los datos y principales hallazgos obtenidos. Registra también los costos en que se incurrió, ya que esta información servirá para mejorar y adaptar la intervención según sea necesario, así como ampliarla a mayor escala.

La evaluación generó una base amplia y sólida de información, que aporta conclusiones útiles y aplicables. Sin embargo, es importante señalar una limitación: la muestra fue de carácter autoselectivo y se ofrecieron incentivos económicos por participar en el ensayo mismo, no sólo en la evaluación.
En ese sentido, la evaluación permite responder adecuadamente a la pregunta “¿cuán eficaces resultaron las intervenciones con este grupo de personas?”; además, aporta indicios importantes sobre cómo podrían mejorarse intervenciones futuras y cómo otras personas podrían recibirlas.

Sin embargo, el carácter autoselectivo de la muestra, derivado del método empleado para captar participantes, y su composición impiden afirmar que los efectos logrados con este grupo se reproducirían necesariamente en otros contextos o sin incentivos económicos. Esto no significa que los resultados carezcan de validez ni que deban desestimarse sus implicaciones, pero es importante considerar la posible influencia de las características de la muestra de participantes.

Métodos para evaluar intervenciones orientadas a reducir el desperdicio de alimentos en los hogares

Método de evaluación	Indicadores	Tipos de intervención para los que el método de evaluación resulta más adecuado	Ventajas	Desventajas
Encuestas antes y después de la intervención	Porcentaje de personas que reportan haber reducido el desperdicio de alimentos; aumento porcentual en los conocimientos sobre almacenamiento de alimentos y planificación de las comidas; kg menos de alimentos desperdiciados por semana, reportados por las propias personas participantes	Programas escolares y universitarios; espacios de los sectores recreativo y de la hospitalidad; campañas, y compromisos públicos	Permite observar cambios en las actitudes, conocimientos o comportamientos que las propias personas participantes reportan.	Sesgo natural del autoinforme; resulta difícil establecer una relación precisa y directa entre los resultados reportados y el desperdicio real de alimentos.
Diarios de cocina / registros del desperdicio de alimentos / tecnologías de medición (p. ej., contenedores inteligentes)	Alimentos desperdiciados, por peso, por hogar, por semana; % de los desechos por tipo de alimento (frutas y verduras, carne, pan, etc.); motivos de su eliminación (p. ej., alimentos caducados o preparación de cantidades excesivas)	Ensayos en los hogares; pruebas piloto de cambio de comportamiento; desafíos comunitarios	Permite registrar el desperdicio diario, sus causas y el contexto.	Supone una carga para las personas participantes; existe riesgo de abandono o de subregistro; el propio método de medición puede constituir, en sí mismo, una intervención.
Pesaje y análisis de la composición de los desechos alimentarios	Alimentos desperdiciados, por kg, por hogar, por semana; % de desperdicio de alimentos evitable frente al inevitable; % que los desechos alimentarios representan respecto del total de desechos residuales producidos	Intervenciones en los hogares (por ejemplo recomendaciones para el almacenamiento de alimentos en el refrigerador y orientación sobre el tamaño de las porciones)	Medición directa y objetiva de los alimentos desechados.	Requiere mucha mano de obra; exige controles rigurosos; no es viable a gran escala.
Analítica de plataformas digitales	Núm. de inicios de sesión o descargas; tiempo de uso de la herramienta; núm. de recetas o calculadoras de porciones utilizadas; núm. de recordatorios configurados.	Herramientas en línea (p. ej., calculadoras de porciones), aplicaciones de supermercados y sitios web de recetas	Muestra el nivel de interacción digital y los patrones de uso.	No permite observar si las acciones realizadas en línea efectivamente se traducen en cambios de comportamiento en el hogar.

Método de evaluación	Indicadores	Tipos de intervención para los que el método de evaluación resulta más adecuado	Ventajas	Desventajas
Retroalimentación solicitada (p. ej., mensajes SMS de seguimiento o encuestas de seguimiento)	% que responde a los mensajes de seguimiento; % que informa haber realizado la acción luego de recibir el recordatorio; reducción reportada del desperdicio de alimentos a corto plazo	Mensajes en recibos de compra de establecimientos comerciales; compromisos y desafíos comunitarios; campañas vinculadas a eventos	Forma sencilla y escalable de evaluar el impacto a corto plazo.	Información limitada; depende de la información reportada por las personas participantes.
Entrevistas semiestructuradas y grupos de análisis	% de personas que mencionan barreras o factores facilitadores; temas comunes relacionados con los factores motivadores; información cualitativa sobre efectos no previstos	Clases de cocina en el hogar; programas de campeones o embajadores del combate al desperdicio de alimentos; programas de colaboración entre familias y escuelas	Explora motivaciones, barreras conductuales percibidas y resultados no previstos.	Muestras pequeñas; los resultados pueden no ser representativos de la población en general.
Interacción en redes sociales (“me gusta”, veces que se comparten contenido y comentarios)	Núm. de impresiones, “me gusta”, veces que se comparte contenido y comentarios; % de comentarios positivos; alcance de las etiquetas de la campaña.	Campañas con líderes de opinión; campañas de sensibilización; contenido viral.	Permite medir el alcance y la recepción del mensaje.	No confirma que el comportamiento haya cambiado en la práctica.
Indicadores sustitutivos (p. ej., ventas de alimentos, descargas de recetas o uso de aplicaciones para la planificación de comidas)	Cambio en las ventas de alimentos “propensos al desperdicio” (p. ej., ensaladas envasadas); número de descargas de recetas o planes de comidas; nivel de interacción con la aplicación	Incentivos conductuales (mensajes cortos y directos) en establecimientos comerciales o entornos digitales; señalización en el punto de venta	Permite monitorear la intención y los cambios en los hábitos de compra o preparación de alimentos.	Podría no traducirse en una reducción del desperdicio de alimentos; es difícil aislar el efecto causal de la intervención.
Seguimiento longitudinal en el hogar	Alimentos desperdiciados, por peso, por hogar, en un periodo de seguimiento (p. ej., 6 a 12 meses); % de cambio en la composición del desperdicio de alimentos a lo largo del tiempo; adopción sostenida de nuevos comportamientos	Pruebas piloto comunitarias intensivas; intervenciones combinadas de educación y cuantificación	Permite observar cambios sostenidos en contextos reales.	Alta demanda de recursos; requiere incentivos sólidos para mantener la participación

Método de evaluación	Indicadores	Tipos de intervención para los que el método de evaluación resulta más adecuado	Ventajas	Desventajas
Encuestas sobre el efecto de transferencia entre la escuela o el lugar de trabajo y el hogar	% de madres, padres o personas cuidadoras que reportan la influencia de las infancias o de adolescentes en los hábitos alimentarios del hogar; % de personas empleadas que reportan cambios en sus prácticas en el hogar; cambios reportados en la planificación de las comidas o en las compras de alimentos	Intervenciones dirigidas a las infancias, el estudiantado o las personas empleadas (p. ej., actividades educativas sobre loncheras o cafeterías en los lugares de trabajo)	Permite identificar la influencia indirecta sobre los comportamientos en el hogar.	Es difícil aislar o atribuir los cambios de comportamiento a la intervención.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 8!

¡Excelente trabajo! Ya está todo listo para implementar tu(s) prueba(s) piloto. Cuando concluyas la fase piloto, utiliza las últimas dos hojas de trabajo de esta serie para documentar los resultados obtenidos y los principales aprendizajes.

Tu avance:



Hoja de trabajo 9

Paso 5: Adaptar y escalar

Paso 5: Adaptar y escalar

Parte 1: Momento de reflexionar y perfeccionar

¡Felicidades por haber sacado adelante tus pruebas piloto! Has llegado al paso 5, en el que analizarás cómo adaptar la intervención y ampliar su alcance.

En primer lugar, toca analizar qué funcionó bien y qué aspectos no salieron conforme a lo previsto o tan bien como se esperaba. Esta información te dará ideas valiosas para planificar futuras intervenciones y tomar decisiones al respecto.

Al finalizar esta hoja de trabajo contarás con recurso práctico, de utilidad tanto para ti como para otras personas, en el que se describirán los logros y las oportunidades de mejora, así como las razones que los sustentan.

Prueba piloto de la intervención: lecciones aprendidas y planeación de mejoras

Implementación	
¿Qué funcionó bien?	¿Qué no salió como se esperaba?
Considera tanto los pequeños detalles como lo más evidente.	Considera tanto los pequeños detalles como lo más evidente.
La combinación de intervenciones tuvo buena aceptación. Los incentivos económicos fueron un factor importante para la captación de participantes. Se observó una reacción positiva a la apariencia y presentación de las intervenciones. El pizarrón blanco magnético de borrado en seco para el refrigerador tuvo una excelente acogida: algunas personas participantes le tomaban una foto antes de hacer las compras. Hubo quienes compartieron recomendaciones con familiares y amistades.	El carácter autoselectivo de la captación de participantes y la composición de la muestra impiden afirmar que los efectos logrados con este grupo se obtendrían también en otros contextos o sin incentivos económicos. Las cintas adhesivas con la leyenda “Cómeme primero” no funcionaron tan bien como se esperaba. Para algunas personas sería útil contar con instrucciones sobre cómo emplearlas (con qué alimentos, cuándo, etc.), así como con un espacio para anotar la fecha. Algunas personas consideraron que el diseño estaba más orientado a las familias con menores de edad; para otras, el hecho de que las etiquetas fueran de un solo uso era un inconveniente, pues contribuía a generar residuos.
Logros destacados	Grandes tropiezos
Esperamos que haya varios.	Esperamos que sean pocos, aunque recordemos que los fracasos siempre representan una oportunidad pues pueden aportar aprendizajes rápidos y valiosos.
De 92% de las personas encuestadas, 22% señaló haber reducido en gran medida sudesperdicio de alimentos y 70%, sólo un poco. En 65% de las respuestas se indicó que los alimentos perecederos se preservaron mejor como resultado de haber seguido las recomendaciones para su almacenamiento.	¡Uf, no hubo fracasos!

Reflexión a partir del marco EAST		Reflexión a partir del marco MINDSPACE	
Utiliza estos marcos para anotar ideas que permitan mejorar la intervención.			
¿Podría ser más fácil?	Cinta: sí; con mayor adherencia e instrucciones. Pizarrón: más grande y con categorías más claras.	**Mensajero**	Todo salió bien: mantener el formato para colaboraciones en el ámbito local.
¿Podría resultar más atractiva?	Cinta: sí; algunas personas señalaron que no era estéticamente atractiva.	**Incentivos**	Quizá los incentivos fueron elevados, lo que probablemente resultó en mayores compromiso y participación. Se podrían añadir incentivos sociales; por ejemplo, por los ahorros que se reporten.
¿Podría aprovechar mejor el componente social?	Sí; más oportunidades para compartir aprendizajes.	**Normas**	Agregar un aspecto social podría ayudar a normalizar el comportamiento. Quizá también valga la pena recurrir a figuras influyentes.
¿Podría aplicarse en un momento más oportuno?	El momento fue adecuado; no se dependió de ningún evento ni de otras campañas. El aprovechamiento del refrigerador fue oportuno, pues el estímulo conductual se presentaba en el momento de tomar la decisión.	**Opciones predeterminadas**	La intervención pretendía cambiar la opción predeterminada de comportamiento, de manera que la gente revisara los alimentos disponibles en casa antes de comprar.
Consideraciones para ampliar el alcance de la intervención		**Relevancia**	El kit de intervención pareció dar buenos resultados por cuanto a crear conciencia. Los mensajes en autobuses y paradas también ayudaron con este aspecto.
		Activación previa	El pizarrón sirvió de herramienta de preactivación: ayudaba a recordar qué alimentos había disponibles en casa. Se recibieron sugerencias para mejorar: más espacio y categorías más claras.
		Afecto	Evitar el desperdicio de alimentos genera la satisfacción de hacer algo positivo.
		Compromisos	El compromiso se fomentó mediante un incentivo económico por el tiempo dedicado al proyecto. A falta de tal incentivo, sería conveniente recurrir a otras formas de fomentar el compromiso. Es un aspecto que conviene reconsiderar.
		Ego	La participación en el proyecto —y el hecho de que se recabe la opinión de las personas— apela al ego. Si el kit de intervención se implementara sin el componente de investigación, sería necesario explorar este aspecto, quizás en combinación con el componente social y de incentivos.

Resultados

Positivos	Negativos
Considera tanto los pequeños detalles como lo más evidente	Considera tanto los pequeños detalles como lo más evidente
El formato de investigación consistente en combinar el kit de intervención con el estímulo conductual + tuvo buenos resultados. La variedad de productos funcionó bien: las personas podían elegir los que mejor les funcionaban.	Los imanes para el refrigerador entregados como parte del kit fueron el elemento que menos gustó.
Sorpresas	**Consecuencias no previstas**
Puesto que se tuvo poco tiempo disponible para la impresión, la bolsa de tela no se imprimió a color. Cabe pensar que por ello resultó más difícil de leer y llamó menos la atención. Sin embargo, en general tuvo una buena acogida y recibió comentarios positivos sobre su utilidad.	No se observó nada en este sentido.

Ejecución y resultados en función de los indicadores clave de desempeño

Las personas participantes señalaron que revisaban los alimentos que tenían en casa antes de comprar más (este elemento del cambio conductual no se midió). La encuesta se centró en la reducción declarada del desperdicio de alimentos: 22% señaló que desperdiciaba mucho menos y 70%, que desperdiciaba un poco menos. Esto significa que, en total, 92% declaró haber reducido el desperdicio de alimentos.

Del total de personas participantes, 65% señaló que sus productos perecederos (frutas y verduras frescas) duraban más al seguir las recomendaciones para un almacenamiento óptimo.

Ajustes propuestos a los indicadores clave de desempeño

Podrían considerarse y medirse indicadores clave de desempeño más específicos; por ejemplo:

- Porcentaje de participantes que señalan haber mejorado la planificación de comidas.
- Porcentaje de participantes que señalan haber optimizado la revisión de los alimentos en casa (antes y después de la intervención).
- Porcentaje de participantes que señalan haber aumentado la frecuencia de prácticas para aprovechar los alimentos a tiempo y evitar su desperdicio.

Sugerencias para una mejor evaluación

Incluir en la encuesta preguntas basadas en habilidades y comportamientos específicos, y considerar aplicar cuestionarios antes y después de la intervención a efecto de comparar los resultados.

Oportunidades

La evaluación aportó retroalimentación útil para mejorar las intervenciones (este era el aspecto prioritario de la medición en esta etapa piloto). Ahora, se tiene la oportunidad de continuar con el perfeccionamiento de la intervención a partir de los comentarios recibidos, así como de realizar nuevas pruebas con una evaluación más centrada en las competencias y comportamientos a modificar.

¡Has completado exitosamente la hoja de trabajo 9!

Buen trabajo. ¡Ya sólo resta un paso!

Tu avance:



Hoja de trabajo 10

Paso 5: Adaptar y escalar

Paso 5: Adaptar y escalar

Parte 2: Cuenta tu historia y haz que se escuche

La difusión consiste en garantizar que tus resultados, logros, hallazgos y aprendizajes lleguen a los públicos adecuados, de modo que se genere un impacto que vaya más allá del propio proyecto o iniciativa; por ello, es importante que compartas tu experiencia para ampliar su alcance. Esta hoja de trabajo te ayudará a definir con claridad qué quieres comunicar, a quién y por qué medios, para que puedas elegir las formas más eficaces de hacerlo. Cuando la termines, contarás con un plan concreto y viable para maximizar el alcance, la comprensión y la influencia duradera de tu intervención.

La historia (tu experiencia)

El problema

Describe el problema que te propusiste resolver.

La gente suele ir a comprar comida sin antes revisar lo que ya tiene en casa. Esto conduce a comprar de más y también a desperdiciar alimentos.

El cambio

Describe los comportamientos específicos que buscabas modificar, el público destinatario y el cambio que deseabas conseguir.

Nuestro proyecto se dirigió a quienes tenían, en mayor medida, la encomienda de comprar los alimentos para el hogar. El propósito de la iniciativa fue fomentar y facilitar la gestión de los alimentos disponibles, de modo que antes de comprar más, se aprovechara lo que ya se tenía en casa. Elaboramos un kit de intervención diseñado para motivar en las personas el hábito de revisar lo que tienen en el refrigerador y la despensa y aprovecharlo antes de comprar más alimentos.

La intervención

¿Qué hiciste? Incluye tus actividades de medición y evaluación de resultados.

Distribuimos kits de intervención que incluían un pizarrón magnético de borrado en seco para el refrigerador, con el objetivo de ayudar a las personas a llevar un control de sus alimentos disponibles y de cuáles debían consumir primero; una bolsa de tela con recomendaciones para almacenar productos perecederos (frutas y verduras frescas), y un rollo de etiquetas adhesivas con la leyenda “Cómeme primero”, para llamar la atención sobre los alimentos perecederos, los envases abiertos y los productos próximos a su fecha de caducidad. Dimos seguimiento a las personas participantes durante un periodo de dos semanas, a fin de determinar de qué manera estas intervenciones contribuyeron a reducir el desperdicio de alimentos.

Los resultados

¿Qué cambios observaste?

Después de seguir las recomendaciones de almacenamiento, 65% de las personas participantes señaló que sus alimentos duraron más. La mayoría (92%) comentó que el kit de intervención les ayudó a desperdiciar muchos menos alimentos (en 22% de los casos) o un poco menos (70%). Las personas valoraron que los materiales fueran sencillos y no resultaran abrumadores, lo que hizo que la campaña se percibiera como fácil de llevar a la práctica y accesible. El pizarrón y la cinta adhesiva con la leyenda “Cómeme primero” se mencionaron en varias de las respuestas como herramientas eficaces para ayudar a reducir el desperdicio al llevar un control de los alimentos que debían consumirse primero.

Los aprendizajes

¿Qué aprendiste?

Si se vuelven a implementar intervenciones similares, habrán de considerarse las siguientes sugerencias por cuanto a diseño:
- Pizarrón: hacerlo más grande y resistente; incluir un borrador; ajustar la estructura y las categorías; ofrecer una versión digital.
- Cinta: mejorar su adherencia a los envases; utilizar un código de colores según el grado de urgencia; incluir un espacio para anotar fechas; utilizar materiales más sustentables.

Existe una disyuntiva entre lograr una participación más profunda con grupos pequeños, o bien una participación menos profunda pero con un mayor número de personas. Ambos planteamientos presentan ventajas y desventajas. Para encontrar el equilibrio adecuado en iniciativas futuras, será necesario adaptar el grado de profundidad y el alcance de la participación en función de los objetivos y necesidades específicos de cada caso.

Las recomendaciones

¿Qué harías de manera diferente la próxima vez?

Este enfoque de incentivos conductuales (a manera de avisos o mensajes cortos y directos) con el que se implementaron las intervenciones, aunado a la documentación de la propia experiencia (autoetnografía), llevó a las personas a reflexionar sobre las intervenciones y su propio comportamiento, lo que posiblemente aumentó su impacto. En trabajos futuros se podría tratar de reproducir este enfoque o implementar intervenciones en varias capas que incluyan estímulos para la reflexión. Conviene hacer especial hincapié en recordar a las personas que revisen los alimentos que tienen en casa. Esta práctica tuvo una buena acogida y favorece componentes conductuales clave para reducir el desperdicio alimentario, al contribuir a que se compre solamente lo necesario, se utilice lo que ya se tiene y se planifiquen las comidas. Siguiente paso: Revisar y adaptar las intervenciones a partir de la retroalimentación recibida y poner a prueba las nuevas versiones a fin de conocer el impacto de las modificaciones. Posteriormente, implementar el paquete de intervención a mayor escala y realizar una evaluación centrada ya no en su diseño, sino en el impacto, con miras a determinar su eficacia en la reducción de los niveles de desperdicio de alimentos, en comparación con grupos de control que no reciban las intervenciones. Es preciso destinar recursos a la medición de la cantidad de desechos alimentarios para superar algunas de las limitaciones que supone depender de datos declarados por las propias personas (autoinforme). También se requiere incorporar un componente social.

La difusión

¿A quién quieres comunicar los resultados? ¿Cuál es la mejor forma de llegar a tu público y qué esperas que la gente haga con esa información?

¿A quién?	¿Cómo?	¿Para qué?
Otras ciudades o municipios: compartir la campaña con condados vecinos, como el condado de Franklin, Ohio, que comprende 16 ciudades, municipios y localidades, cuyos servicios están a cargo de la Autoridad de Residuos Sólidos del Centro de Ohio (*Solid Waste Authority of Central Ohio, SWACO*), entidad que cuenta con sus propios programas.	Compartir los materiales de la campaña de WRAP para prevenir el desperdicio de alimentos en los hogares, elaborados para el condado de Hamilton, mediante correos electrónicos directos a contactos conocidos. Posible seminario web dirigido a organizaciones asociadas. Participación como ponentes en conferencias.	Analizar la posibilidad de utilizar o adaptar al contexto de otras localidades el sitio web “Wild About Saving Food”; los materiales con recomendaciones de almacenamiento elaborados por la entidad pública ReSource del condado de Hamilton, y otros recursos de la cartera de WRAP, como la campaña “Camp Waste Not” implementada en Denver. Examinar su posible interés en participar en un taller de generación de ideas, como el realizado por el condado de Hamilton.

¡Felicidades: has completado tu última hoja de trabajo!

Tu avance: