

CEC
CCA
CCE

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

Camp Waste Not

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. Consumir el tallo del brócoli en lugar de desecharlo.
2. Utilizar la prueba de flotabilidad del huevo para comprobar su frescura, en lugar de basarse únicamente en la fecha de caducidad impresa en el empaque.
3. Almacenar adecuadamente las sobras de comida para aprovecharlas en vez de desperdiciarlas; por ejemplo, etiquetándolas para consumirlas dentro de los siguientes cuatro días.
4. Cortar los brotes de las papas y aprovechar el resto, en lugar de desecharlas.
5. Verificar si la leche sigue siendo apta para el consumo utilizando los sentidos —gusto y el olfato—, más que basarse sólo en la fecha de caducidad impresa en el envase.
6. Fomentar en las escuelas que el alumnado tome leche solamente cuando la va a consumir, en lugar de ofrecérsela de manera predeterminada.

¿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	Comercios minoristas	Qué	Animar a los consumidores a que aprovechen al máximo los alimentos que compran.
Quién	Público en general	Qué	Modificar los hábitos para aprovechar mejor los alimentos que se adquieren.
Quién	Gobiernos locales; por ejemplo, los municipios.	Qué	Difundir y reforzar el mensaje de la campaña.
Quién	Escuelas	Qué	Enseñar al alumnado a servirse únicamente los alimentos y bebidas que prevea consumir.

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.

IMPACTO

Gran impacto, baja viabilidad

~ Almacenar adecuadamente las sobras de comida para aprovecharlas en vez de desperdiciarlas; por ejemplo, etiquetándolas para consumirlas dentro de los siguientes cuatro días.
~ Recurrir a los sentidos —el gusto y el olfato— para verificar si la leche sigue siendo apta para el consumo, más que basarse sólo en la fecha de caducidad impresa en el envase.

Prioridad

Gran impacto, alta viabilidad

~ Fomentar en las escuelas que el alumnado elija solamente la leche que va a consumir, en lugar de ofrecérsela de manera predeterminada.
~ Consumir el tallo del brócoli en lugar de desecharlo.

Evitar

Bajo impacto, baja viabilidad

~ Utilizar la prueba de flotabilidad del huevo para comprobar su frescura, en lugar de basarse únicamente en la fecha de caducidad impresa en el empaque

Bajo impacto, alta viabilidad

~ Cortar los brotes de las papas y aprovechar el resto, en lugar de desecharlas

VIABILIDAD

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).
El alumnado	Durante el servicio de comida, a la hora del almuerzo.	En los comedores escolares	La leche es un alimento con alto desperdicio en las escuelas.
Las personas que, para desechar alimentos, se basan sólo en las fechas de caducidad impresas en el empaque.	Mientras están en casa.	En sus hogares; por ejemplo, mediante recordatorios en el refrigerador.	En investigaciones de campo de WRAP se encontró que quienes desperdician más alimentos son las personas que para desecharlos se basan sólo en las fechas de caducidad impresas en los envases.
Las personas menos reacias a consumir sobras de comidas (recalentado).	Mientras están en casa.	En sus hogares; por ejemplo, mediante recordatorios en el refrigerador o en los contenedores de sus alimentos.	Las investigaciones de WRAP revelaron que muchas personas desechan las sobras de alimentos uno o dos días después de haberlos preparado, en lugar de consumirlas.

¡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.

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?
N/A	Sí, siempre y cuando ya utilicen brócoli fresco entero como parte de su dieta habitual.	
¿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?
Comprender que los tallos de brócoli son seguros y tienen buen sabor.	No necesariamente, ya que lo más frecuente es no utilizar los tallos.	
¿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?
N/A	Probablemente les parezca extraño, ya que lo común es desechar los tallos del brócoli.	

Capacidad

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

Como ya se dijo, necesitan comprender que, además de ser seguros para el consumo, los tallos de brócoli tienen buen sabor.

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

Lo más común es no aprovechar los tallos del brócoli (incluso, en ocasiones, se vende sin ellos, como cuando se presenta congelado), lo que puede generar confusión acerca de cuál es la práctica adecuada.

Oportunidad

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

No se le considera normal y tampoco queda claro si es más común en determinados grupos.

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

Influye, sí, el ejemplo de terceras partes, especialmente entre quienes son jóvenes y están aprendiendo habilidades culinarias de otras personas en el hogar.

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

Sí, aunque podrían necesitar recetas o consejos de preparación.

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

Cocinar para sí mismas o para otras personas (puede ser que algunas no estén abiertas a la idea de cocinar y consumir tallos de brócoli)

Motivación

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

Sí, ya que es muy sencillo, pero habría que convencer a las personas de que lo intenten.

¿La persona se siente capaz de realizar este comportamiento?

Igual que en el caso anterior.

¿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	N/A		
Física	Si las personas cuentan con habilidades para cocinar.	Mediante encuestas dirigidas al público objetivo de la campaña.	
Oportunidad			
Social			
Física	Recetas	Colaborando con especialistas o consultores externos.	
Motivación			
Reflexiva			
Automática	Cuántas personas aprovechan o desechan habitualmente los tallos del brócoli.	Mediante encuestas dirigidas al público objetivo de la campaña.	

¡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?
Fortalecer la capacidad y la confianza de las personas para determinar qué partes de los alimentos son aptas para el consumo y actuar en consecuencia, con el fin de reducir el desperdicio de alimentos. En particular, se busca propiciar que se aprovechen los tallos del brócoli en lugar de desecharlos.

¿Qué comportamientos específicos conforman o generan el problema?			
Quién debe actuar	Qué debe hacer de manera diferente	Cuándo	Dónde
El público, al preparar los alimentos	Aprovechar el tallo del brócoli al cocinar, en lugar de desecharlo	Durante la preparación de los alimentos.	En el hogar.
El público, al consumir los alimentos.	Consumir en lugar de desechar el tallo del brócoli.	A la hora de la comida.	En el hogar.
Los comercios minoristas, fabricantes, supermercados y mercados de productores.	Promover entre los consumidores que aprovechen el tallo del brócoli; por ejemplo, mediante información o mensajes en el etiquetado del producto.	Cuando las personas observan el brócoli o deciden comprarlo.	En el punto de venta o durante la exhibición de los productos.

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 El público desecha los tallos del brócoli en lugar de aprovecharlos al preparar o consumir alimentos

Intervención	**Resultado**	**Impacto**
Recuadro 2: Describe tu intervención	**Recuadro 3:** ¿Qué cambio esperas lograr como resultado de la intervención? Por ejemplo, ¿qué quieres que las personas hagan de manera diferente?	**Recuadro 4:** ¿Cuál es el impacto esperado del conjunto de intervenciones? Los tallos del brócoli se aprovechan en lugar de desecharse, lo que permite utilizar todas las partes comestibles de la hortaliza y, en consecuencia, reducir el desperdicio de alimentos. La experiencia adquirida al aprovechar los tallos del brócoli puede motivar a las personas a utilizar otras partes comestibles de frutas y verduras que normalmente se consideran no aptas para el consumo, como la cáscara de las papas y las puntas de las zanahorias, entre otras.
Intervención Distribuir imanes para refrigerador que recuerden aprovechar los tallos del brócoli.	Las personas recuerdan, al momento de preparar sus alimentos, que los tallos del brócoli también pueden aprovecharse.	
Intervención Elaborar tarjetas con recetas para preparar platillos que incluyan tallos de brócoli, como ensalada de col, pesto y sopa.	Las recetas motivan a las personas a incorporar los tallos de brócoli en la preparación de sus alimentos.	

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).	Aprovechar los tallos del brócoli al prepararlo y consumirlo, en lugar de desecharlos.
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).	Personas que de manera habitual consumen brócoli pero aún no aprovechan sus tallos.
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.	Sabemos que, para la mayoría de las personas, desechar los tallos del brócoli sigue siendo la práctica habitual.
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.	Las personas reciben recordatorios visuales e ideas de recetas que las animan a aprovechar los tallos del brócoli; como resultado, aumenta el aprovechamiento de esta parte del alimento y disminuye su desperdicio.
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.	Ayudas para la memoria (recordatorios) y relevancia visual. Ubicar imanes en el refrigerador, cerca de donde se preparan los alimentos, aumenta la probabilidad de captar la atención de las personas en el momento oportuno para recordarles que pueden aprovechar los tallos del brócoli.
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.	Gobiernos municipales, organizaciones comunitarias y no gubernamentales, así como comercios minoristas, pueden colaborar con la distribución de los materiales de la intervención.
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.	Siempre que sea posible, se medirá directamente la reducción del desperdicio de alimentos; si ello no es viable, se aplicarán encuestas antes y después de la intervención para evaluar los cambios en el conocimiento y el comportamiento en relación con el aprovechamiento de los tallos del brócoli. La intervención podrá considerarse exitosa si aumenta el número de personas conscientes de que los tallos del brócoli son aptos para el consumo, y efectivamente los aprovechan.

¡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.	☑	**Quién:** Comercios minoristas. **Qué:** Informar a la gente que los tallos del brócoli son comestibles y mostrar formas atractivas de prepararlos. **Cuándo:** En el punto de venta, proporcionando a sus clientes un material para llevar a casa (por ejemplo, una tarjeta con recetas).
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.	☑	**Quién:** Equipo de la campaña. **Qué:** Difundir mensajes que recuerden a las personas que los tallos del brócoli son comestibles. **Cuándo:** Mediante un incentivo oportuno en el momento de preparar o cocinar el brócoli (por ejemplo, colocado en el refrigerador).
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.	☑	**Quién:** Equipo de la campaña. **Qué:** Una campaña en línea alojada en un micrositio y complementada con publicaciones en redes sociales difundidas por las organizaciones aliadas encargadas de ejecutar la campaña.

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.	☑	**Quién:** Equipo de la campaña. **Qué:** Diseñar un imán para refrigerador que recuerde a las personas utilizar los tallos del brócoli en lugar de desecharlos. **Cuándo:** Estos materiales pueden distribuirse durante diversos eventos.
Políticas y legislación Introducir cambios —o promover su adopción— que sancionen los comportamientos no deseados y recompensen aquellos que se desea fomentar.	☐	

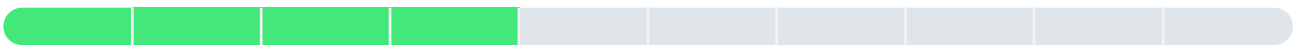
Ahora que has seleccionado los tipos de intervención, incorpora en el cuadro siguiente tus ejemplos preferidos.

Tipo de intervención	Educación y capacitación	Comunicación y mensajes	Participación, modelización y normas	Diseño de productos
Quién Qué Cuándo	**Quién:** Comercios minoristas. **Qué:** Tarjetas con recetas para informar a la gente que los tallos del brócoli son comestibles y mostrar formas atractivas de prepararlos. **Cuándo:** En el punto de venta, entregando a sus clientes material para llevar a casa.	**Quién:** Equipo de la campaña. **Qué:** Un imán para refrigerador que recuerde a las personas que los tallos del brócoli son comestibles. **Cuándo:** Al momento de preparar o cocinar el brócoli, el imán proporciona un incentivo oportuno.	**Quién:** Equipo de la campaña. **Qué:** Campaña en línea alojada en un micrositio y complementada con publicaciones en redes sociales difundidas por las organizaciones aliadas encargadas de poner en práctica la campaña.	**Quién:** Equipo de la campaña. **Qué:** Diseñar un imán para refrigerador que recuerde a las personas utilizar los tallos del brócoli en lugar de desecharlos. **Cuándo:** Estos materiales pueden distribuirse durante diversos eventos.
Ejemplos de referencia, para inspirarte (agrega una descripción o enlace).	Videos de la chef Mariana Orozco. Tarjetas con recetas de *Ama la comida, odia el desperdicio*.	Imán para refrigerador M MORCART 93: lista visual reutilizable para las compras y herramienta para llevar un seguimiento sencillo del inventario del refrigerador, en Amazon: www.amazon.co.uk/Mama-Kitchen-96PCS-Refrigerator-magnets/dp/B08HMJ2FFX	Sitio web de *Love Food, Hate Waste* (Canadá) que incluye una sección de recetas.	Véase la columna 2
¿Qué te gusta de estos ejemplos?	Las recetas ayudan a reforzar las normas sociales. Representan una buena oportunidad para colaborar con personas influyentes.	Visible cada vez que se abre el refrigerador.	Es una buena forma de presentar ideas de recetas.	Es muy visual y fácil de comprender. Llega a las personas en el momento y el lugar adecuados.
¿Qué cambiarías o añadirías para adaptarlos a tus necesidades?	Buscar recetas específicas para preparar tallos de brócoli.	Hacer el diseño más atractivo visualmente e incorporar más indicaciones escritas que sirvan como recordatorios, en lugar de depender sólo de las imágenes.	Fomentar que las personas compartan recetas y promover la participación de personas influyentes.	Hacer el diseño más atractivo visualmente y añadir más indicaciones escritas que sirvan como recordatorios, en lugar de depender sólo de las imágenes.

¡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?
Imán para el refrigerador	Sí, basta con invitar a las personas a que aprovechen el tallo del brócoli.	Sí, su diseño se inspira en la temática de las insignias del Camp Waste Not, con el atractivo de formar una colección.	Sí, mediante la temática de las insignias de "explorador de alimentos" del Camp Waste Not y gracias a su carácter coleccionable, reforzado con una hoja de calcomanías, un micrositio y publicaciones en redes sociales.	Sí, pues se coloca en el refrigerador, donde normalmente se almacena el brócoli.
Tarjetas con recetas	Sí, siempre que las recetas sean sencillas de preparar.	Sí, ya que utiliza fotografías junto con las recetas. Se considerará la posibilidad de realizar demostraciones culinarias y degustaciones.	Se puede colaborar con líderes de opinión y promover que integrantes del público objetivo intercambien recetas a través del micrositio.	Existe la oportunidad de exhibir las recetas en las áreas de frutas y verduras de los establecimientos.
Micrositio	Sí, pues reúne cinco acciones sencillas de realizar, en un mismo lugar.	Diseño atractivo con la temática de insignias que se pueden coleccionar.	Mediante publicaciones en redes sociales y la posibilidad de que las personas intercambien comentarios acerca de las insignias que han ido coleccionando.	Lanzarlo oportunamente, antes de la temporada de campamentos de verano.

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 un imán para refrigerador que recuerde a las personas utilizar los tallos del brócoli en lugar de desecharlos; estos materiales pueden distribuirse durante distintos eventos.

Ahora responde las siguientes preguntas:

¿Quién es el **mensajero** de confianza?	WRAP y los socios del proyecto We don't Waste (organización no gubernamental), la cadena de supermercados Sprouts y las escuelas, quienes, en conjunto, permiten llegar a una amplia diversidad de personas.
¿Qué **incentivos** ofrece?	La campaña hace énfasis en el dinero que las personas pueden ahorrar al aprovechar mejor sus alimentos y, además, ofrece insignias de "explorador de alimentos" que pueden ser coleccionadas.
¿Qué **normas sociales** (lo que otras personas hacen) aprovecha la intervención?	Busca modificar normas al presentar los comportamientos que la campaña promueve como socialmente aceptables mediante el sentido de pertenencia al club Camp Waste Not y la idea de que todas las personas participamos simultáneamente.
¿Es el comportamiento deseado la **opción predeterminada (*default*)?**	Buscamos convertirlo en la opción predeterminada con apoyo del sistema de insignias, toda vez que al obtener las insignias se están reforzando hábitos específicos de aprovechamiento de la comida.
Relevancia (*salience*) ¿Cómo se captará la atención de las personas y se hará que el tema les resulte relevante?	Toda la campaña se ejecutará con la idea de un campamento llamado Camp Waste Not, ya que acampar es una actividad muy popular en Denver, Colorado, Estados Unidos, tanto entre personas adultas como entre menores de edad; el imán se diseñará con la apariencia de una insignia de campamento de verano.
¿Estás aprovechando señales automáticas (no conscientes) para facilitar la **activación previa (*priming*)** del comportamiento?	Sí, mediante una fuerte identidad visual y su vinculación con el movimiento de exploradores (*scout*) y el sistema de insignias, utilizando, además, las imágenes para refrigerador como incentivos visibles en el momento oportuno.
Afecto: ¿Estás apelando a las emociones de las personas?	Sí, al aprovechar el atractivo de coleccionar insignias, ya que añadir una nueva a las que ya se tienen provoca una sensación positiva.
¿Estás motivando a las personas a asumir **compromisos** (fijarse metas o manifestar la intención de adoptar una conducta o realizar cierta acción, entre otros?)	Se elaborarán otros imanes e insignias para promover conductas que permiten saber si un alimento se encuentra apto para su consumo; por ejemplo, utilizar el sentido del olfato o el gusto, en lugar de la fecha impresa en el envase para verificar el estado de la leche. Además, se les refuerza con el mensaje: "¡Conviértete en explorador(a) de alimentos de Camp Waste-Not reuniendo las cinco insignias! Cada una representa un hábito práctico y sencillo que puede ayudarte a aprovechar mejor tus alimentos".
Ego: ¿Estás utilizando estrategias que propicien que las personas se sientan por participar en la intervención?	Probablemente sí, ya que se promueve una acción poco habitual, pero a la vez fácil de realizar, agradable y que, además, ayuda a ahorrar alimentos y dinero.

¡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

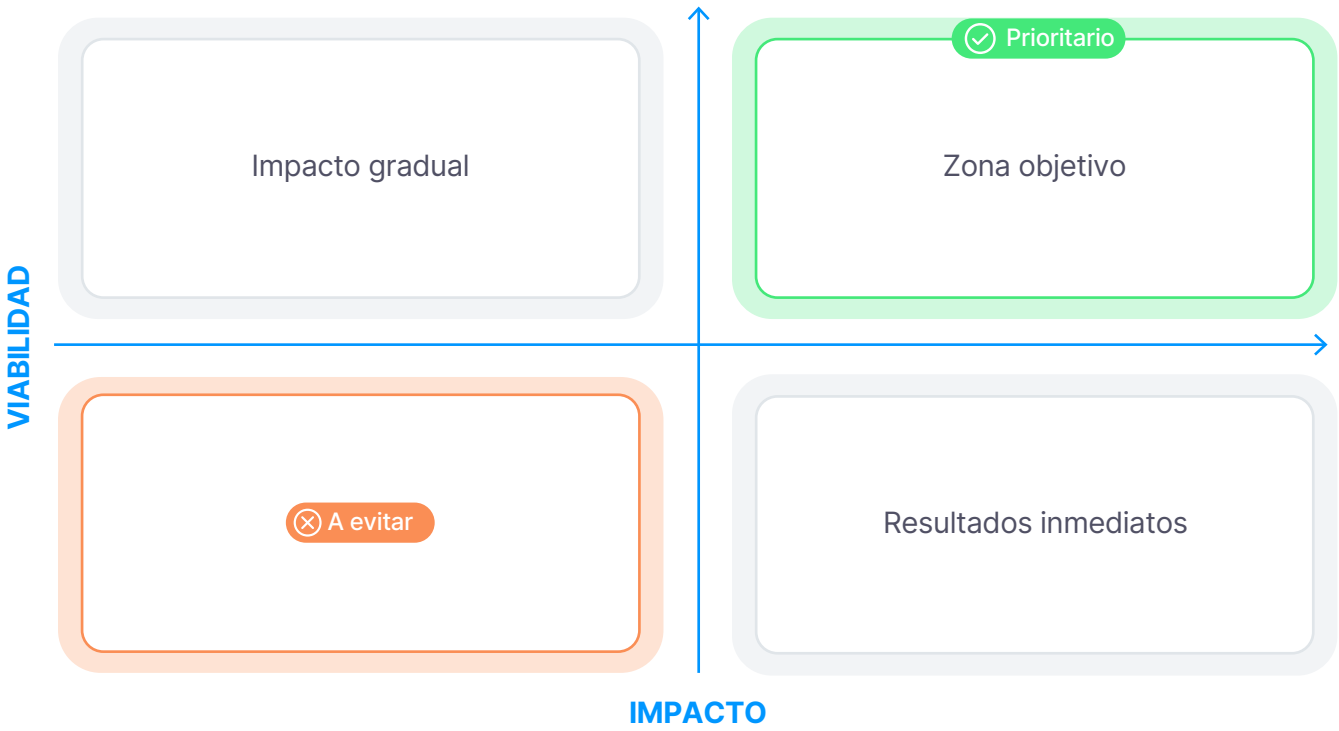
Esta hoja de trabajo te ayudará a decidir qué intervenciones llevar a la etapa piloto. A partir de lo que hiciste en las hojas de trabajo 4 y 5, ahora determinarás qué ideas poner a prueba en la etapa piloto, al final contarás con una lista preliminar de soluciones prácticas a implementar.

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. Imán para refrigerador y micrositio	2. Tarjetas con recetas
3.	4.
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. Imán para refrigerador y micrositio	3 / 3	3 / 3	3 / 3	2 / 3	11 / 12
2. Tarjetas con recetas	3 / 3	3 / 3	2 / 3	2 / 3	10 / 12
3.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 12
4.	/ 3	/ 3	/ 3	/ 3	/ 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, imán	Intervención núm. 2, recetas	Intervención núm. ____
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. Imán para refrigerador y micrositio	11 / 12
2. Tarjetas con recetas	10 / 12
3.	/ 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. Imán para refrigerador y micrositio
2.
3.

Fundamenta tu decisión

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

Esta solución presenta un riesgo menor, requiere de una inversión reducida y es fácil de llevar a la práctica; no obstante, aunque el cambio de comportamiento parece sencillo de obtener, no hay certeza de qué tan bien lo recibirá el público objetivo.

Los imanes pueden funcionar como un incentivo visual eficaz e incluso es posible que motiven a las personas a crear sus propias recetas. Las recetas que elaboremos en el marco de la intervención deberán ser fáciles de preparar y cocinar, aunque no hay garantía de que el público las utilice o considere atractivas.

Fundamenta tu decisión (cont.)

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

Sobre todo, que las personas no recurran a las recetas impresas. Aun así, las recetas propuestas podrían animarlas a experimentar con las propias.

Pasos próximos: anota los pasos que vas a seguir

Diseñar los imanes con texto en inglés y traducir una parte al español.

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. Se busca fortalecer la capacidad y la confianza de las personas para determinar si un alimento aún puede consumirse y actuar en función de dicha valoración con el fin de evitar que se desechen alimentos aprovechables. En particular, se busca propiciar que la gente aproveche los tallos del brócoli en lugar de desecharlos, para lo cual se elaborarán imanes para refrigerador a manera de recordatorios oportunos y tarjetas con una receta impresa que se preparará durante demostraciones de cocina en establecimientos de la cadena de supermercados Sprouts.

¿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
Cadena de supermercados Sprouts	We Don’t Waste (organización no gubernamental)	Habitantes de Denver

¿Qué deberá realizar cada persona o grupo participante?

Tarea 1. Plan de acción

¿Qué? Entregar los imanes.	**¿Qué?** Entregar los imanes.	**¿Qué?** Recibir los imanes.
¿Dónde? En el establecimiento.	**¿Dónde?** En un supermercado Sprouts.	**¿Dónde?** En un supermercado Sprouts.
¿Cuándo? Durante el periodo definido para la prueba piloto.	**¿Cuándo?** Durante el periodo definido para la prueba piloto.	**¿Cuándo?** Durante el periodo definido para la prueba piloto.
¿Por qué? Para interactuar con las personas en el punto de compra.	**¿Por qué?** Para interactuar con las personas en el punto de compra.	**¿Por qué?** Para que participen en la intervención.

Importante para la evaluación*

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

Tarea 2. Plan de acción

¿Qué? Facilitar un espacio para que We Don´t Waste realice demostraciones de cocina utilizando tallos de brócoli.	**¿Qué?** Realizar demostraciones de cocina.	**¿Qué?** Participar en las demostraciones de cocina.
¿Dónde? En el establecimiento.	**¿Dónde?** En un supermercado Sprouts.	**¿Dónde?** En un supermercado Sprouts.
¿Cuándo? Durante el periodo definido para la prueba piloto.	**¿Cuándo?** Durante el periodo definido para la prueba piloto.	**¿Cuándo?** Durante el periodo definido para la prueba piloto.
¿Por qué? Para que We Don´t Waste pueda interactuar con las personas en el punto de venta.	**¿Por qué?** Para contribuir a que este comportamiento se perciba como una práctica habitual.	**¿Por qué?** Para que las personas prueben los tallos de brócoli y comiencen a percibir su aprovechamiento como una práctica habitual.

Importante para la evaluación*

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

Tarea 3. Plan de acción

¿Qué? Orientar a las personas hacia la campaña e invitarlas a participar.	**¿Qué?** Orientar a las personas hacia la campaña e invitarlas a participar.	**¿Qué?** Consultar los materiales de la campaña en línea y responder las encuestas de referencia y de seguimiento.
¿Dónde? En el establecimiento.	**¿Dónde?** En el establecimiento.	**¿Dónde?** Inicialmente en el establecimiento y posteriormente por medios digitales.
¿Cuándo? Durante el periodo definido para la prueba piloto.	**¿Cuándo?** Durante el periodo definido para la prueba piloto.	**¿Cuándo?** Durante el periodo definido para la prueba piloto y con seguimiento posterior.
¿Por qué? Para difundir la campaña y los materiales de evaluación.	**¿Por qué?** Para difundir la campaña y los materiales de evaluación.	**¿Por qué?** Para favorecer la permanencia de la campaña y evaluar sus resultados.

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

Cantidad de imanes distribuidos	Número de imanes distribuidos y de personas asistentes a las demostraciones de cocina, así como los resultados de una dinámica participativa dirigida por We Don´t Waste; por ejemplo, pedir a las personas que levanten la mano si consideran comestibles los tallos de brócoli.	WRAP elabora una encuesta que estará disponible en línea y podrá consultarse mediante un código QR; se invitará a las personas participantes a escanear el código y responder algunas preguntas acerca de sus conocimientos, actitudes y comportamientos, y, unas semanas después, recibirán por correo electrónico una encuesta de seguimiento.

Cómo se utilizará la información

Para cuantificar el alcance de la intervención.	Para evaluar si la demostración de cocina contribuyó a ampliar los conocimientos de las personas participantes.	Para determinar en qué medida la campaña contribuyó a modificar los conocimientos, las actitudes y los comportamientos de las personas participantes.

* 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.** Con el propósito de propiciar que la gente aproveche los tallos del brócoli en lugar de desecharlos, elaborarán imanes para refrigerador a manera de recordatorios oportunos y tarjetas con una receta impresa que se preparará durante demostraciones de cocina en establecimientos de la cadena de supermercados Sprouts.
Problema de comportamiento	Copia aquí la información de la **hoja de trabajo 3.** Se busca fortalecer la capacidad y la confianza de las personas para determinar qué partes de los alimentos son aptas para el consumo y actuar en consecuencia, con el fin de reducir el desperdicio de alimentos. En particular, se busca propiciar que se aprovechen los tallos del brócoli en lugar de desecharlos.

¿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)	Que al menos 100 personas asistan a las clases de cocina. Que se distribuyan en los establecimientos al menos 200 tarjetas con recetas. Que se distribuyan al menos 200 imanes en los establecimientos. Que al menos 20 personas respondan la encuesta en el establecimiento y que, en total, más de 200 personas la contesten (presencialmente y en línea). Que al menos 30% de las personas encuestadas indiquen haber modificado su comportamiento.
¿Qué datos de referencia emplearás? ¿Cuál es tu base comparativa?	Se aplicará una encuesta inicial para saber qué hacen habitualmente las personas con los tallos de brócoli.
¿Cómo medirás el cambio con respecto a los datos de referencia?	Mediante una encuesta de seguimiento que se aplicará unas semanas después.
¿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 las preguntas de la encuesta se formularán de manera que permitan identificar cómo contribuyó —o no— la intervención a los cambios observados.

¿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
Conteo	Cantidad de personas asistentes a las demostraciones	En cada demostración, a cargo de We Don't Waste.
Encuestas antes y después de la intervención (autoinforme)	Conocimientos, actitudes y comportamientos relacionados con el aprovechamiento de los tallos de brócoli.	Al inicio y al término de la campaña, mediante encuestas en línea a las que se accederá escaneando los códigos QR incluidos en los materiales de la campaña; posteriormente, las personas participantes recibirán por correo electrónico una encuesta de seguimiento.

Indicadores clave de desempeño

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

Que al menos 100 personas asistan a las clases de cocina.
Que se distribuyan en los establecimientos al menos 200 tarjetas con recetas.
Que se distribuyan al menos 200 imanes en los establecimientos.
Que al menos 20 personas respondan la encuesta en el establecimiento y que, en total, más de 200 personas la contesten (presencialmente y en línea).
Que al menos 30% de las personas encuestadas indiquen haber modificado su comportamiento.

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 asistencia a las demostraciones de cocina y la participación en la encuesta fueron menores de lo previsto; sin embargo, se logró adaptar la estrategia de implementación mediante otros mecanismos de difusión, lo que permitió obtener un número suficiente de respuestas a la encuesta y recopilar información acerca de los cambios de comportamiento asociados con la campaña.

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 campaña apareció en un noticiero de TV! Se recurrió a personal de campo para distribuir cientos de paquetes con materiales de la intervención entre habitantes de Denver. Amplia participación en las encuestas (alrededor de 300 respuestas en la inicial y unas 100 en la de seguimiento). Buena colaboración de las organizaciones participantes.	Hubo que descartar algunos datos de la encuesta por presentar falta de congruencia o problemas de calidad (algunas personas respondieron sólo para recibir el incentivo). Las respuestas no permitieron medir cambios en el desperdicio de alimentos. Faltó capacitación para el personal encargado de las encuestas.
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.
Haber empleado personal de campo para distribuir los materiales.	Al parecer, las presentaciones en las escuelas—que no se mencionaron en las hojas de trabajo, pero formaron parte de la campaña— resultaron muy desorganizadas.

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?	No.	**Mensajero**	Se podría recurrir a grandes cadenas comerciales, chefs y líderes de opinión. ¿Posibilidad de colaborar con empresas productoras para incluir los materiales en los paquetes de brócoli?
¿Podría resultar más atractiva?	No.	**Incentivos**	¿Seguir destacando el ahorro de dinero y, quizá, los beneficios para la salud?
¿Podría aprovechar mejor el componente social?	Posiblemente.	**Normas**	Recurrir a “mensajeros” con mayor alcance ayudará a convertir en habitual el comportamiento objetivo.
¿Podría aplicarse en un momento más oportuno?	No.	**Opciones predeterminadas**	Como en el caso anterior.
Consideraciones para ampliar el alcance de la intervención		**Relevancia**	Adaptar la campaña a cada región.
		Activación previa	Mantener el enfoque actual.
		Afecto	Adaptar la campaña a cada región.
		Compromisos	Seguir desarrollando imanes para promover otros comportamientos, como se hizo en la intervención *Gestión de existencias: utilizar lo que ya se tiene en casa (antes de comprar más)* implementada en Hamilton, Ohio, EU.
		Ego	Mantener el enfoque actual.

Resultados	
Positivos	Negativos
Considera tanto los pequeños detalles como lo más evidente	Considera tanto los pequeños detalles como lo más evidente
Las encuestas reflejaron cambios positivos en actitudes, conocimientos y comportamientos.	Las preguntas de la encuesta sobre los cambios reportados en el desperdicio de alimentos no funcionaron como se esperaba, pues se utilizó un formato de matriz poco claro: las personas encuestadas no advertieron que las opciones de respuesta cambiaban y pasaban directamente a la siguiente pregunta.
Sorpresas	Consecuencias no previstas
Ninguna.	No se observó nada en este sentido.

Ejecución y resultados en función de los indicadores clave de desempeño

Que al menos 100 personas asistan a las clases de cocina: NO SE CUMPLIÓ. *Que se distribuyan en los establecimientos al menos 200 tarjetas con recetas:* RESULTADOS PENDIENTES. *Que se distribuyan al menos 200 imanes en los establecimientos:* RESULTADOS PENDIENTES. *Que al menos 20 personas respondan la encuesta en el establecimiento y que, en total, más de 200 personas la contesten (presencialmente y en línea):* CUMPLIDO. Que al menos 30% de las personas encuestadas indiquen haber modificado su comportamiento: RESULTADOS PENDIENTES. El análisis preliminar indica que “21% de las personas encuestadas cocinó por primera vez con tallos de brócoli después de conocer la campaña y otro 18% aún no lo había hecho, pero tenía previsto hacerlo, lo cual apunta a un posible cambio de comportamiento en 39% de quienes respondieron la segunda encuesta.”

Ajustes propuestos a los indicadores clave de desempeño

Reducir el número de asistentes a las demostraciones de cocina o cambiar la forma de realizarlas; por ejemplo, en un establecimiento más grande quizá se habría logrado cumplir lo planteado como indicador.

Sugerencias para una mejor evaluación

Capacitar al personal encargado de las encuestas para garantizar que las preguntas se formulen correctamente y los datos se recopilen de manera adecuada; también podría establecerse como requisito responder todas las preguntas para poder finalizar la encuesta.

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.

Por diversas razones, las personas pueden dudar de su capacidad para saber si un alimento aún se puede consumir: depender demasiado de las fechas de las etiquetas; no confiar en sus propios sentidos —como la vista, el olfato y el gusto—; guardar las sobras de comida sin haberlas etiquetado y olvidar cuánto tiempo llevan en el refrigerador, o desechar partes comestibles —como los tallos de brócoli y las cortezas de algunas verduras— por considerar que no son comestibles. Modificar estos comportamientos podría ayudar a reducir el desperdicio de alimentos en los hogares.

El cambio

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

Fortalecer la capacidad y la confianza de las personas para determinar si un alimento aún se puede consumir y actuar en consecuencia con el fin de evitar su desperdicio. En este caso, aprovechar los tallos de brócoli en lugar de desecharlos (tema central de las hojas de trabajo); oler la leche para saber si aún puede consumirse, en vez de basarse únicamente en la fecha de caducidad indicada; comprobar la frescura de los huevos con la prueba de flotación, en lugar de basarse sólo en la fecha que marca el empaquetado; etiquetar y consumir las sobras de comida para evitar que se olviden y terminen en la basura; aprovechar —en vez de desechar— las papas con brotes.

La intervención

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

WRAP encabezó la campaña junto con We Don´t Waste, el municipio de Denver, la cadena de supermercados Sprouts y escuelas públicas de Denver. Se creó un micrositio y se difundieron materiales en redes sociales, imanes referentes al cambio que buscamos, recetas para aprovechar los tallos de brócoli y la cinta adhesiva “Cómeme primero” para las sobras de comida. Junto con una hoja informativa, estos materiales se distribuyeron a 1,500 residentes en todo Denver, principalmente mediante personal de campo y organizaciones participantes. El impacto se midió con formularios de retroalimentación por parte de las personas y entidades aliadas, así como encuestas a las personas participantes, antes y después de la campaña.

Los resultados

¿Qué cambios observaste?

Los resultados preliminares muestran mayores cambios de comportamiento en relación con los huevos, las sobras de comida y el brócoli, y menores en cuanto a la leche y las papas; sin embargo, los datos recibidos no permitieron determinar con claridad el impacto en los niveles de desperdicio de alimentos en los hogares de las personas encuestadas.

Los aprendizajes

¿Qué aprendiste?

El personal de campo resultó fundamental para la distribución de los materiales; sin embargo, se registraron dificultades para aplicar las encuestas, aunque esto puede haberse debido a muy diversos factores.

Las recomendaciones

¿Qué harías de manera diferente la próxima vez?

Destinar más recursos a la etapa de evaluación.

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	Establecer contactos	Participar en otra prueba piloto
Otras fuentes de financiamiento	Establecer contactos	Financiar otra prueba piloto
Otros comercios	Establecer contactos	Coinanciar y participar en otra prueba piloto

¡Felicidades: has completado tu última hoja de trabajo!

Tu avance:

