

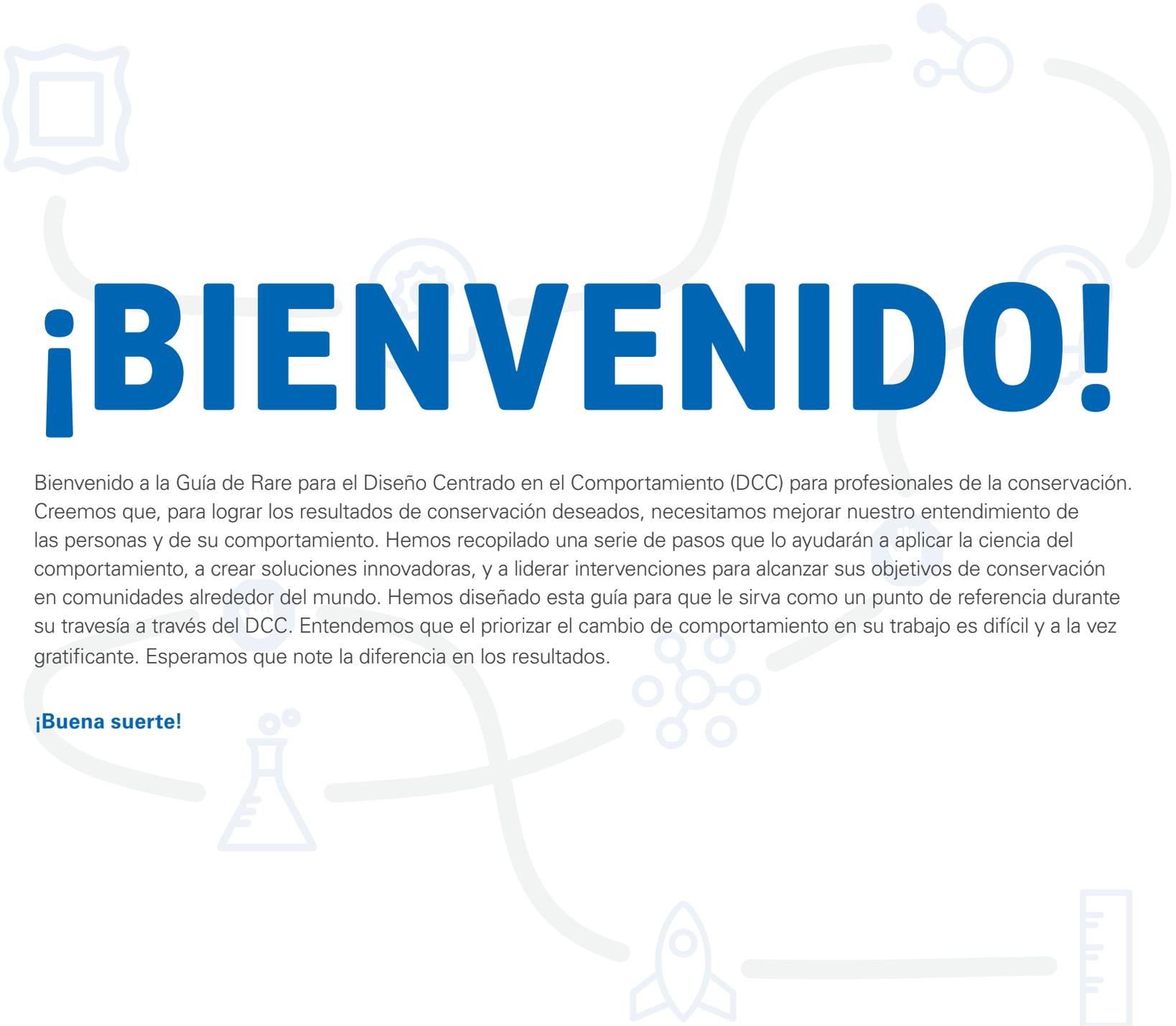


Diseño Centrado en el Comportamiento para la Conservación

LA TRAVESIA DEL USUARIO



CENTRO DEL
COMPORTAMIENTO
& MEDIO AMBIENTE



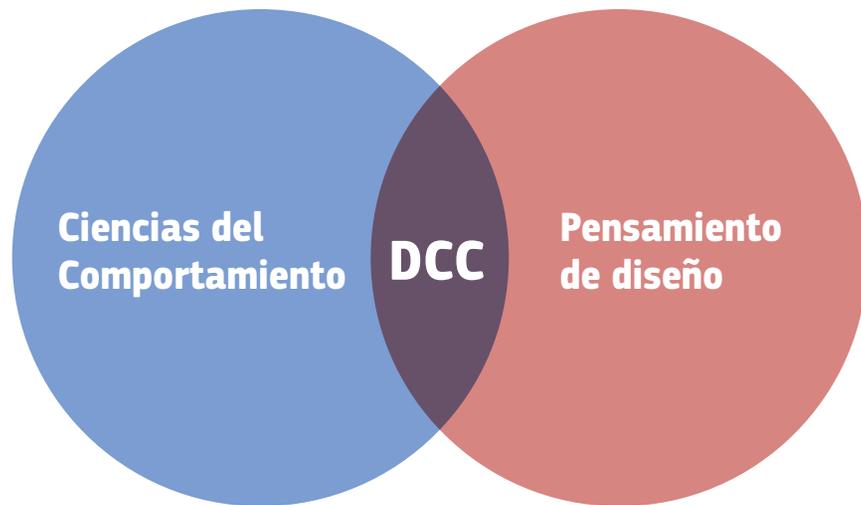
¡BIENVENIDO!

Bienvenido a la Guía de Rare para el Diseño Centrado en el Comportamiento (DCC) para profesionales de la conservación. Creemos que, para lograr los resultados de conservación deseados, necesitamos mejorar nuestro entendimiento de las personas y de su comportamiento. Hemos recopilado una serie de pasos que lo ayudarán a aplicar la ciencia del comportamiento, a crear soluciones innovadoras, y a liderar intervenciones para alcanzar sus objetivos de conservación en comunidades alrededor del mundo. Hemos diseñado esta guía para que le sirva como un punto de referencia durante su travesía a través del DCC. Entendemos que el priorizar el cambio de comportamiento en su trabajo es difícil y a la vez gratificante. Esperamos que note la diferencia en los resultados.

¡Buena suerte!

¿Qué es el Diseño Centrado en el Comportamiento (DCC)?

El Diseño Centrado en el Comportamiento (DCC) es un proceso que combina los mejores conocimientos y herramientas de la ciencia del comportamiento con la mentalidad y el enfoque del pensamiento de diseño para construir soluciones innovadoras a desafíos ambientales.



Comenzando su Travesía

CÓMO UTILIZAR ESTA GUÍA

Evalúe su punto de partida

Para ayudarle a decidir el mejor lugar para comenzar, hemos diseñado una lista de verificación que se encuentra en la página 7 con los pasos y resultados del DCC.

Siga los pasos

Para cada paso, describimos su objetivo principal (el qué), y su importancia (el por qué), y brindamos ejemplos de actividades (las herramientas) e indicadores para ayudarle a determinar cuándo pasar al siguiente paso.

Use las herramientas

Para ayudarle a completar su travesía, cada paso se combina con una lista de ejemplos de actividades y herramientas.

¡Tómese su tiempo!

Entendemos que usted puede tener limitaciones de tiempo y lo animamos a que antes de pasar al siguiente paso, lo complete en su totalidad y reflexione sobre cada paso.

¿Quiere más?

Visite nuestra página web, behavior.rare.org, para acceder a recursos adicionales.

Entendiendo el Cambio de Comportamiento

Hay muchas maneras de entender las motivaciones y las barreras para lograr el cambio de comportamiento. El Centro para el Comportamiento y el Ambiente de Rare tiene una metodología para el cambio de comportamiento compuesta de seis 'palancas' comportamentales. Cada palanca representa una categoría de estrategias que pueden ser utilizadas para crear intervenciones. Estas estrategias están basadas en principios y casos de estudio respaldados por evidencia de las ciencias sociales y del comportamiento. Las palancas son independientes y pueden ser utilizadas en diferentes combinaciones para lograr diferentes efectos. Para ver más información vea el Apéndice.



INCENTIVOS MATERIALES:

Aumentar o disminuir los costos reales o percibidos, o el tiempo o el esfuerzo requerido para adoptar un comportamiento

ARQUITECTURA DE LAS DECISIONES:

Cambiar el contexto en el cual la información es presentada

LEYES Y REGULACIONES:

Promulgar las reglas que restringen o promueven el comportamiento

INFLUENCIAS SOCIALES:

Descatar el comportamiento, las creencias, y las expectativas de los demás

INFORMACIÓN:

Proporcionar información sobre el comportamiento, por qué es importante y cómo hacerlo

LLAMADOS EMOCIONALES:

Usar mensajes que apelan a las emociones además de, o en lugar de, la razón

La Travesía del Diseño Centrado en el Comportamiento

1. ENMARCAR



2. EMPATIZAR



3. MAPEAR



4. IDEAR



5. PROTOTIPAR



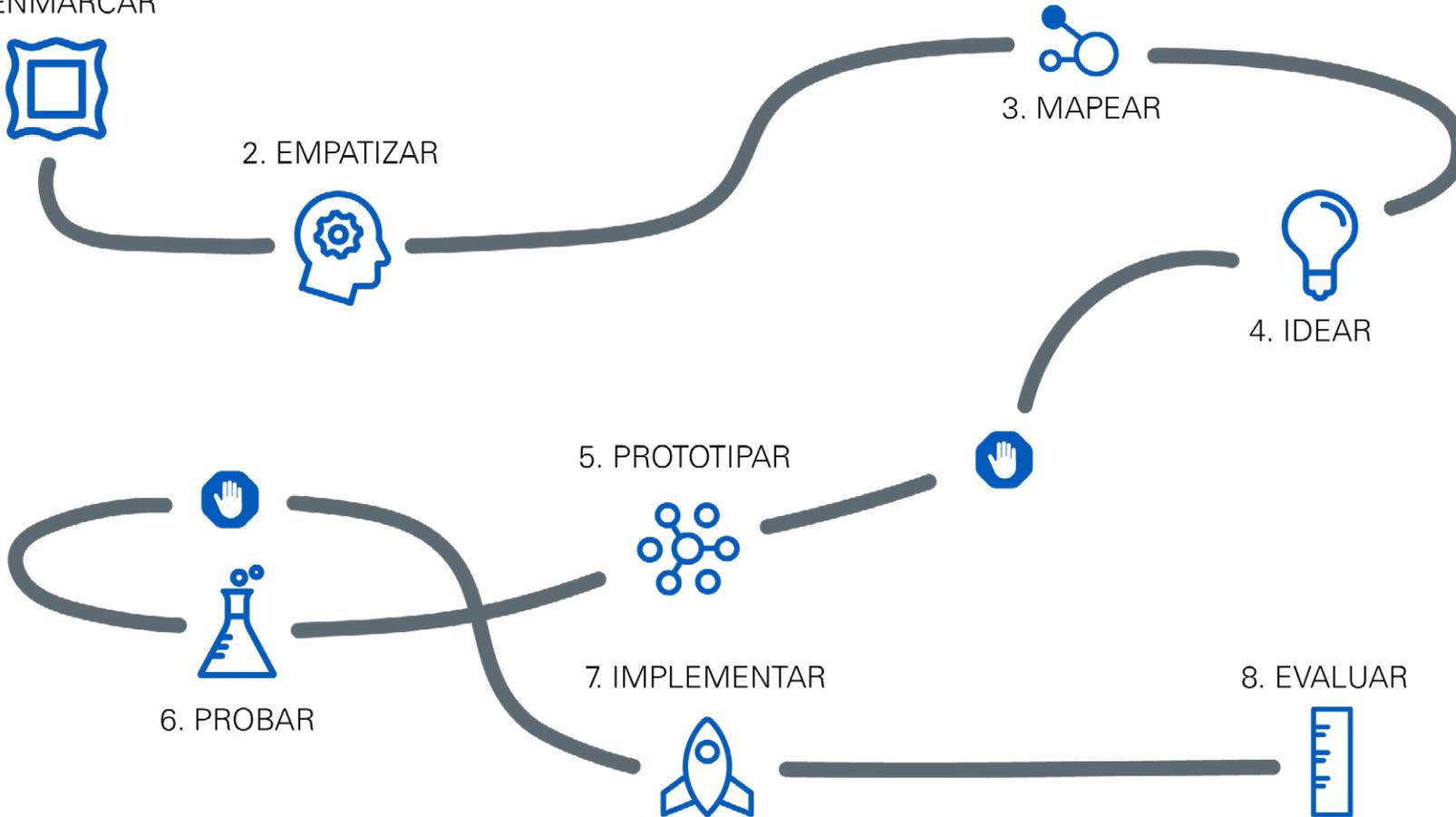
6. PROBAR



7. IMPLEMENTAR



8. EVALUAR



¿Por dónde empezar?

PASOS Y RESULTADOS DEL DCC

1. Enmarcar

Yo he identificado mi comportamiento y mi audiencia meta

2. Empatizar

Yo he recolectado información acerca de las motivaciones, desafíos, y contexto de mi audiencia meta para el comportamiento meta.

3. Mapear

Yo he desarrollado una hipótesis acerca de qué motiva a mi audiencia meta a realizar el comportamiento meta.

4. Idear

Yo tengo una lista priorizada de las intervenciones relacionadas con mi comportamiento meta.

5. Prototipar

Yo he creado un prototipo que captura las características esenciales de mi solución.

6. Probar

Yo he probado mi prototipo e incorporado la retroalimentación de mi audiencia meta.

7. Implementar

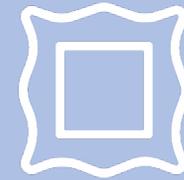
Yo puedo describir cómo, cuándo y dónde lanzaré mi intervención completa.

8. Assess

Yo tengo resultados de mi intervención que miden la adopción del comportamiento y tengo un plan para monitorear el cambio a lo largo del tiempo.

PASO 1:

Enmarcar



Qué:

Identifique los actores claves, comportamientos, y el contexto relacionado a su desafío de conservación.

¿Por Qué?:

Para centrar sus esfuerzos en los comportamientos y en las audiencias que tendrán un impacto significativo en sus metas de conservación.

Herramientas:

- Mapeo de problemas-actores-comportamientos
- Mapeo de partes interesadas
- Caminatas comunitarias

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted ha definido claramente un comportamiento meta y una audiencia meta.



PASO 2:

Empatizar



Qué:

Recolecte datos e información acerca de su audiencia meta y comportamiento meta.

¿Por Qué?:

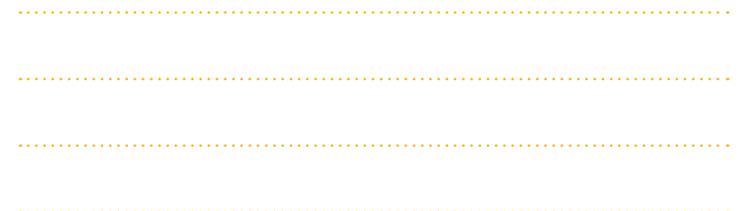
Las intervenciones exitosas dependen de su capacidad de entender las motivaciones, las barreras, y el contexto que afectan el comportamiento de las personas.

Herramientas:

- Rutas de comportamiento
- Observaciones
- Entrevistas y grupos focales
- Encuestas
- Fotografía participativa

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted ha recolectado información acerca de las motivaciones, desafíos, y contexto de su audiencia meta para el comportamiento meta.



PASO 3:

Mapear



Qué:

Cree conexiones entre sus datos, observaciones y los hallazgos de la ciencia del comportamiento.

¿Por Qué?:

Analizar sus datos enfocándose en el comportamiento meta lo llevará a soluciones más efectivas.

Herramientas:

- Lidere un taller de consenso
- Analice los datos
- Escriba hipótesis
- Describa a una persona de su audiencia meta

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted ha escrito al menos una hipótesis de lo que motiva a su audiencia meta a realizar el comportamiento meta

PASO 4:

Ideaar



Qué:

Genere, agrupe, y priorice ideas de intervenciones.

¿Por Qué?:

Expandir la esfera de posibles ideas lo ayudará a pensar creativamente.

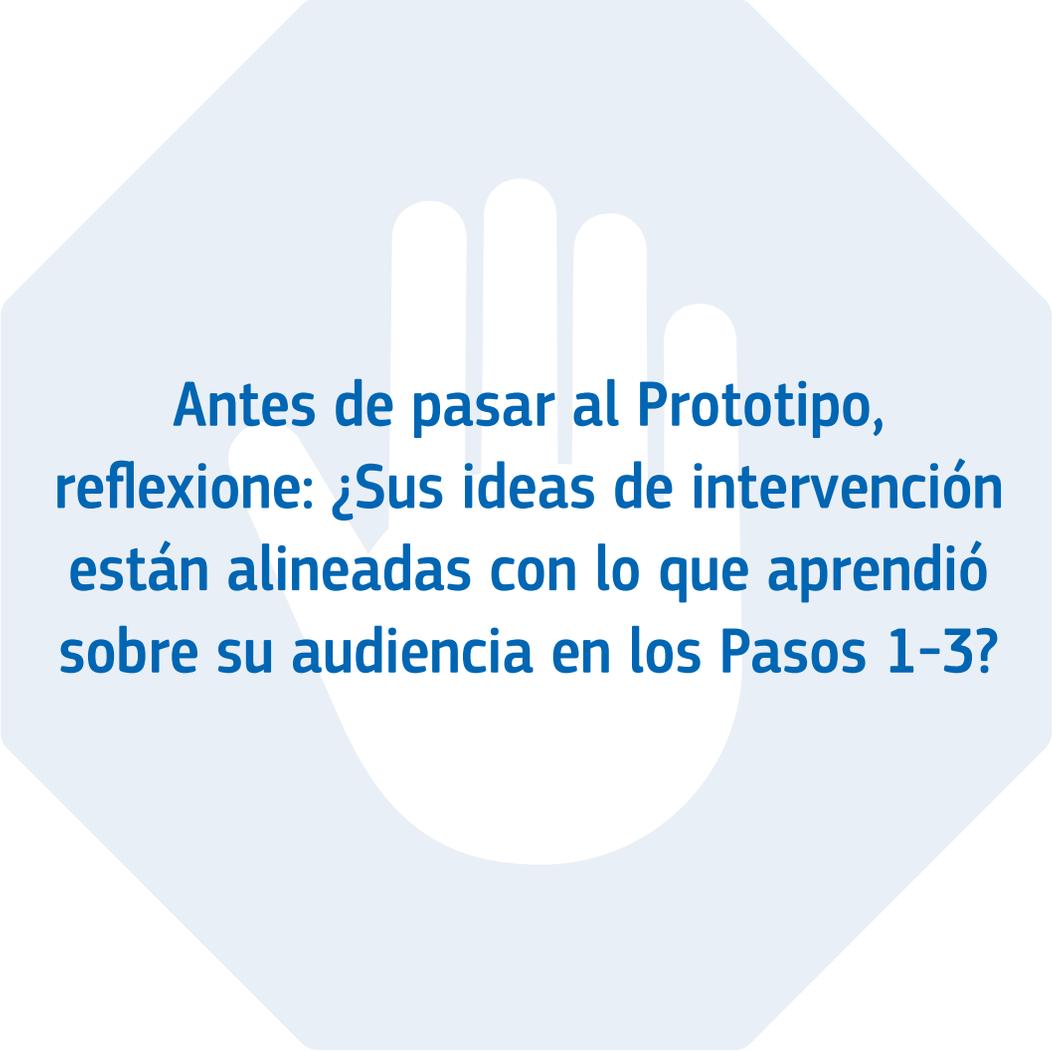
Herramientas:

- Lluvia de ideas
- Juegue un juego de soluciones

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted tiene una lista priorizada de intervenciones relacionadas a su comportamiento meta.

HAGA UNA PAUSA



**Antes de pasar al Prototipo,
reflexione: ¿Sus ideas de intervención
están alineadas con lo que aprendió
sobre su audiencia en los Pasos 1-3?**

PASO 5:

Prototipar



Qué:

Desarrolle un prototipo (una versión a pequeña escala) que capture las características esenciales de su intervención.

¿Por Qué?:

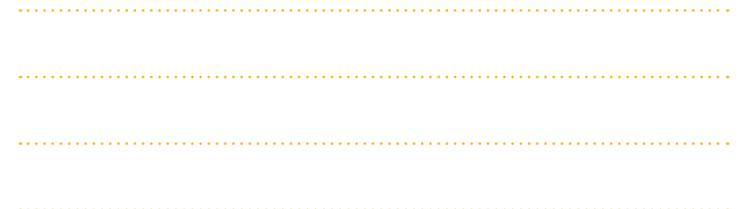
Los prototipos ayudan a hacer una idea tangible sin la necesidad de invertir tantos recursos.

Herramientas:

- Concursos de prototipos
- Diseño de una experiencia de usuario de bajo costo

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted tiene un prototipo con las características esenciales de su intervención.



PASO 6:

Probar



Qué:

Pruebe su prototipo con su audiencia meta y realice revisiones. ¿Puede que tenga que hacer más de una prueba!

¿Por Qué?:

Es importante validar o invalidar su hipótesis acerca de qué motiva un comportamiento y obtener retroalimentación para mejorar su solución.

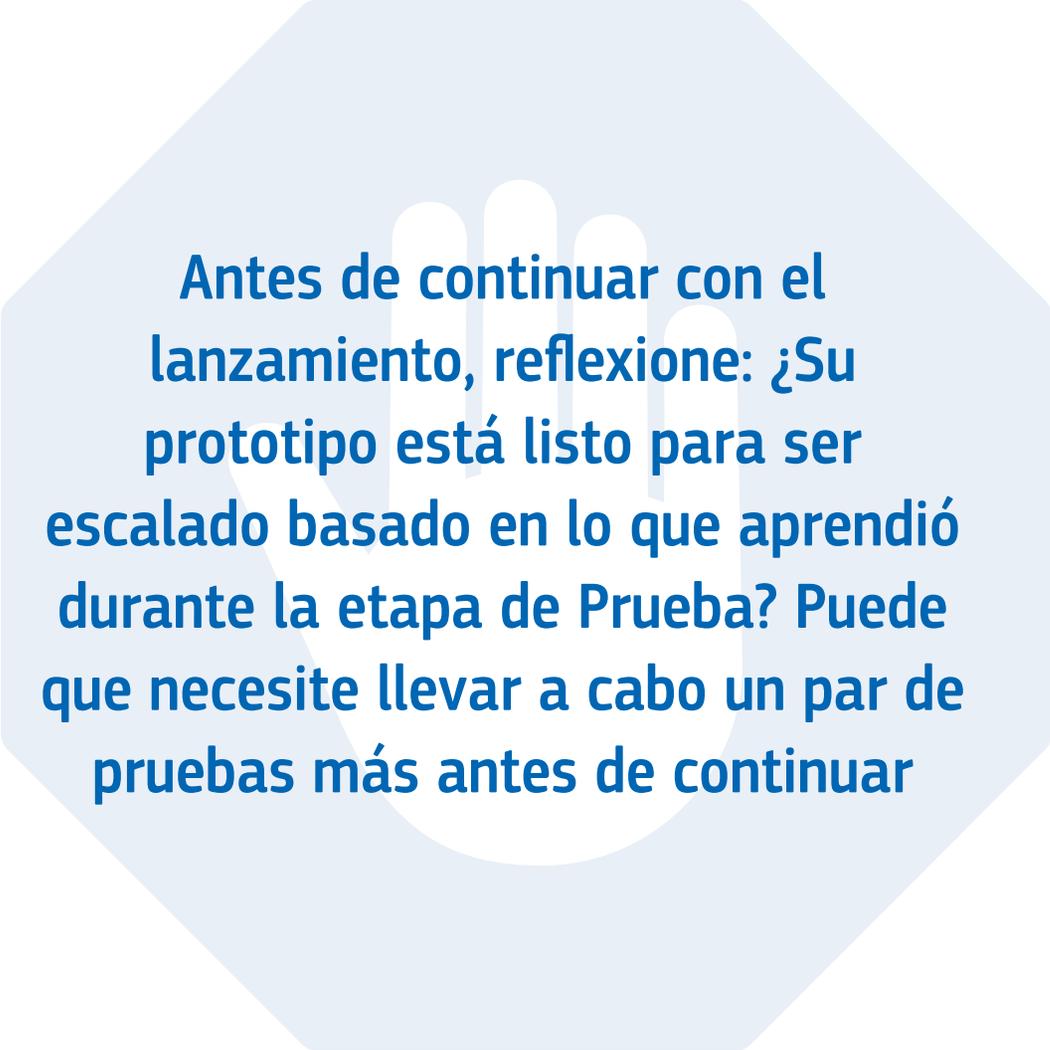
Herramientas:

- Lleve a cabo grupos focales/ simulaciones con la audiencia meta

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted ha probado su prototipo e incorporado la retroalimentación de su audiencia meta.

HAGA UNA PAUSA



Antes de continuar con el lanzamiento, reflexione: ¿Su prototipo está listo para ser escalado basado en lo que aprendió durante la etapa de Prueba? Puede que necesite llevar a cabo un par de pruebas más antes de continuar

PASO 7:

Implementar



Qué:

Planifique y lance su intervención a escala.

¿Por Qué?:

Permite visualizar cómo esta solución se desempeña en el mundo real.

Herramientas:

- Complete un plan de evaluación
- Elabore un plan de lanzamiento y un presupuesto
- Planifique experimentos a escala

Cuándo pasar al siguiente paso:

Usted puede describir cómo, cuándo y dónde lanzó su intervención a escala.

PASO 8:

Evaluar



Qué:

Evalúe el impacto de su intervención y monitoree cambios en el tiempo.

¿Por Qué?:

Observe si existen cambios de comportamiento y en qué medida.

Herramientas:

- Aplique encuestas y entrevistas postintervención
- Reflexione y comparta sus aprendizajes

Cuando usted haya completado este paso:

Usted tiene resultados de su intervención que demuestran cambios de comportamiento y planes para monitorear el cambio en el tiempo.

¡Lo logró! ¿Y Ahora Qué?

¡Felicidades! Ha trabajado duro para llegar a este punto, así que tómese un momento para celebrar todo lo que ha logrado. Por supuesto, la meta real del cambio de comportamiento no es sólo ver la adopción del comportamiento ahora o como resultado de su intervención, sino también ver que la adopción perdura en el futuro.

Ahora, su tarea es continuar monitoreando sus esfuerzos y modificarlos a medida que surjan nuevas condiciones:

- ¿Cómo está cambiando la comunidad?
- ¿Qué nuevas barreras u oportunidades están presentes?
- ¿Puede la adopción de sus comportamientos meta conducir a la adopción de nuevos comportamientos deseados?

Esperamos que su travesía con BCD no se detenga aquí y le ofrezca la oportunidad de mejorar aún más sus intervenciones actuales y futuras.

Apéndice

ACERCA DE LA METODOLOGÍA

Por décadas, la caja de herramientas ambiental tradicionalmente ha consistido en las siguientes palancas para cambiar comportamiento: información, leyes y regulaciones, e incentivos materiales.

Estas palancas pueden ser efectivas. Pero muchas veces, dependen de que las personas tomen decisiones racionales y lógicas. La investigación nos muestra que a menudo, las personas no son racionales. Por ejemplo, la gente toma decisiones basándose en sus emociones, lo que otros están haciendo y esperando que los demás hagan, y en como estructuramos el contexto de la toma de decisiones.

Al expandir la caja de herramientas con palancas adicionales, podemos diseñar soluciones que reflejen el espectro completo de las motivaciones comportamentales de las personas. Para completar las seis palancas, agregamos tres palancas menos utilizadas en el área ambiental: llamados emocionales, influencias sociales y la arquitectura de las decisiones.

Obtenga más información en behavior.rare.org.



INFORMACIÓN

Proporcionar información sobre el comportamiento, por qué es importante y cómo hacerlo

Proveer instrucciones paso a paso

- Ofrecer talleres o entrenamientos acerca del comportamiento
- Proveer herramientas de aprendizaje que expliquen como hacer el comportamiento

Crear conciencia y comprensión

- Proporcionar reuniones, foros, o materiales para llenar los vacíos de conocimiento sobre el comportamiento y su importancia
- Dar retroalimentación sobre cómo se está realizando el comportamiento



LEYES Y REGULACIONES

Promulgar las reglas que restringen o promueven el comportamiento

Crear un mandato

- Requerir ciertos comportamientos

Cear una prohibición

- Limitar o prohibir ciertos comportamientos



INCENTIVOS MATERIALES

Aumentar o disminuir los costos, reales o percibidos, el tiempo o el esfuerzo requerido para adoptar un comportamiento

Hacer que el comportamiento deseable sea fácil o que la alternativa sea difícil

- Hacer que el comportamiento deseable sea más conveniente y accesible (p.ej. removiendo barreras, promoviendo sustitutos)
- Crear inconvenientes para realizar el comportamiento indeseable para hacerlo más difícil

Dar premios o castigos

- Dar premios para incentivar o reforzar el comportamiento deseable
- Dar castigos o multas en casos donde se practique el comportamiento indeseable



LLAMADOS EMOCIONALES

Usar mensajes que apelan a las emociones además de, o en lugar de, apelar a la razón

Hacer uso de las emociones en contextos específicos

- Orgullo: motiva a las personas a compartir sus logros cuando han alcanzado una meta o podrían ser reconocidos por haber hecho lo correcto
- Alegría: motiva a las personas a compartir y reforzar el comportamiento meta cuando han logrado una meta o han obtenido recursos
- Esperanza: motiva a las personas a iniciar un comportamiento cuando perciben la oportunidad de lograr un resultado deseado ante una amenaza
- Miedo: motiva a las personas a evitar riesgos cuando se enfrentan a la incertidumbre o a una amenaza inmediata
- Enojo: motiva a las personas a confrontar a otros cuando son testigos de injusticia o cuando su autonomía personal se encuentra amenazada
- Sorpresa y diversión: motiva a las personas a buscar información cuando algo es nuevo y complejo
- Posibilidad de vergüenza: motiva a las personas a evitar acciones socialmente indeseables cuando existe la posibilidad que otros se enteren

Personalizar el mensaje

- Ponerles la dimensión humana a las campañas y enfocarse en una sola historia en lugar de en las estadísticas abstractas
- Enmarcar los mensajes en valores, identidades o intereses personales



INFLUENCIAS SOCIALES

Destacar el comportamiento, creencias y expectativas de los demás

Aumentar la observabilidad del comportamiento

- Identificar maneras de hacer el comportamiento público/ visible en vez de privado/invisible

Aumentar las expectativas sociales

- Enfatizar que pueden haber sanciones sociales como consecuencia de hacer el comportamiento indeseable
- Promover la norma deseable y casos exitosos que demuestren el comportamiento deseable
- Elegir un mensajero creíble y de confianza
- Facilitar intercambios personales o comunitarios en donde las personas puedan observar el comportamiento deseable y/o obtener apoyo social

Eliminar excusas para no hacer el comportamiento deseable

- Promover los compromisos públicos
- Proveer indicadores visibles que demuestren apoyo por el comportamiento (p.ej., sombreros, insignias)



ARQUITECTURA DE LAS DECISIONES

Cambiar el contexto en el cual la información es presentada

Dirigir la atención

- Designar el comportamiento deseable como la opción predeterminada
- Destacar el comportamiento deseado para dirigir la atención hacia ello (o para alejar la atención de otra cosa)

Simplificar los mensajes y las decisiones

- Optimizar procesos complejos (sin cambiar los costos o beneficios significativos)
- Brindar 'ayudas para la decisión' para simplificar aquellos comportamientos que involucran muchos pasos o opciones

Usar momentos oportunos y señales

- Enfoquarse en momentos de transición y formación de hábitos
- Proveer señales y recordatorios sobre el comportamiento

Brindar apoyo con la planificación y el establecimiento de metas

- Brindar apoyo con la planificación e implementación de las intenciones
- Utilizar herramientas que fomenten el compromiso de forma que las decisiones actuales restrinjan las del futuro

Notas

A series of horizontal dotted lines for writing notes, arranged in two columns.

Notas

Handwriting practice lines on the left side of the page, consisting of 20 horizontal dotted lines.

Handwriting practice lines on the right side of the page, consisting of 20 horizontal dotted lines.



Rare inspira al cambio para que la gente y la naturaleza prosperen

Obtenga más información en behavior.rare.org y síganos en @Rare_org.

