

¿Cómo **diseñar** **espacios** **de formación?**

Guía práctica desde las **ciencias del comportamiento**



Define
los objetivos

Diseña
la ruta

Implementa
con intención

Fundación **corona**



• Prólogo	6
• Introducción	7
◦ El reto: formar no es solo informar	7
◦ ¿Por qué utilizar ciencias del comportamiento en espacios de formación?	9
◦ Beneficios para diseñadores, instructores y participantes	10
◦ ¿Qué vas a encontrar en este cuadernillo y cómo sacarle el máximo provecho?	12
◦ ¿Este cuadernillo es para ti? - Haz este checklist inicial de diagnóstico	13
• ¡Empecemos! Sigue este paso a paso y transforma enseñando	14
• Paso 1. Define el objetivo en términos comportamentales	14
◦ ¿Qué es un comportamiento?	15
◦ ¿Cómo traducir metas abstractas en acciones observables?	15
◦ Ejercicio 1: Define tu objetivo comportamental paso a paso	15
◦ Plantilla 1: Guía para construir tu objetivo comportamental	15
◦ Caso de ejemplo	15
◦ Plantilla 2: Redacción final del objetivo comportamental	16
◦ Ejercicio 2. Verifica tu objetivo comportamental	16
◦ Plantilla 3. Inventario de comportamientos posibles	17
• Paso 2. Identifica qué debe cambiar	17
◦ Diagnóstico: conoce a tu población objetivo	18
◦ Ejercicio 3: mapeo rápido de barreras y facilitadores	19
◦ Plantilla 4: Mapa de análisis de barreras por tipo	19
◦ Plantilla 5: Prioriza y descarta	19
◦ Caso ejemplo: Priorización de barreras	21
• Paso 3. Diseña para reducir las barreras	22
◦ Ruta de alineación: de barreras a diseño	24
◦ Plantilla 6: Plan de diseño comportamental del espacio formativo	25
◦ Ejercicio 4. Valida tu ficha de diseño de espacio de formación	26
• Paso 4. Implementa con intención	27
◦ Ejercicio 5. Checklist de implementación: antes, durante y después del espacio de formación	28
◦ Tips de facilitación para impulsar los comportamientos deseados	29
◦ Caso ejemplo de guía de implementación sobre una formación en vacunas para infantes.	30
◦ Plantilla 7: guía de implementación	31
• Paso 5. Mide lo que importa	32
◦ ¿Cómo saber si tu espacio formativo realmente cambió comportamientos?	32
◦ Qué medir: indicadores conductuales	33
◦ ¿Cómo medir? Métodos sencillos y útiles	33
◦ Ejercicio 6: tu primer plan de medición	34
◦ Caso ejemplo de plan de medición simple	34
◦ Plantilla 8: Plan de medición simple	35
◦ Tips finales	35
• Referencias	37
• Anexos: plantillas de proyectos	38
◦ Proyecto Escuela de Democracia Abierta	39
◦ Proyecto Ciclos Deliberativos	45
◦ Proyecto Ocupar la Política	57

¿Cómo diseñar espacios de formación?

Fundación corona

Daniel Uribe Parra
Director Ejecutivo

Diana Dajer
Gerente de Democracia

Tatiana Forero Torres
Líder Estratégica de Democracia

Armando Navarro
Coordinador de Estado Abierto

Elaborado por:



Beatriz Helena Vallejo
Directora Ejecutiva de Ethos BT

Maureen Guerrero Gutiérrez
Investigadora Senior de Ethos BT

Fundación Corona © 2026 - Todos los derechos reservados

Calle 70 No. 7-30 oficina 1001 Teléfono (+571) 400 00 31. Bogotá, D.C. - Colombia. Febrero 2026.

Queda prohibida toda reproducción por cualquier medio sin previa autorización escrita del editor. Esta obra fue financiada por la Fundación Corona.



Beatriz Helena Vallejo Reyes es **Directora Ejecutiva de Ethos BT - Behavioral Team**, científica del comportamiento y economista (MSc Behavioural Change, UCL; MA en Economía, Uniandes). Cuenta con amplia experiencia en la formación de equipos y en el diseño, implementación y evaluación de proyectos basados en ciencias del comportamiento en educación, desarrollo regional, derechos humanos y cambio comportamental. Su trabajo ha impactado áreas como la reducción de desinformación y polarización, ahorro pensional, confianza ciudadana, DEI, liderazgo, salud y medio ambiente.

Maureen Guerrero Gutiérrez es **Investigadora Senior de Ethos BT - Behavioral Team**, con más de 15 años de experiencia en el diseño e implementación de estrategias de cambio cultural y comportamental en el sector público, privado y social. Es Filósofa, magíster en Gerencia para el Desarrollo, especialista en Cooperación Internacional y Gestión de Proyectos, y cuenta con un posgrado en Economía del Comportamiento. Fundadora y líder de la Red de Ciencias del Comportamiento de Colombia **REDCICO**.



Daniel Uribe es **Director Ejecutivo de Fundación Corona**. Es ingeniero industrial de profesión con énfasis en organizaciones y finanzas corporativas. Ha trabajado en Betainvest - Banca de Inversión, como analista de banca de inversión social, donde fue Gerente de un proyecto de inversión social enfocado en educación. Trabajó como Asociado en Endeavor Colombia entre el 2010 hasta el 2013, donde diseñó y ejecutó planes estratégicos para el crecimiento de Emprendedores de Alto Impacto en industrias como: educación, telecomunicaciones, mercadeo y biotecnología.

Diana Dajer es **Gerente de Democracia en Fundación Corona**, con amplia trayectoria en cargos directivos y de asesoría en los sectores público, privado y de cooperación internacional. Ha liderado iniciativas de innovación pública, democracia participativa y transformación de conflictos en Colombia. Ha ocupado roles clave en la Procuraduría General de la Nación, el Ministerio del Interior, la Fundación Konrad Adenauer y organizaciones internacionales. Integra juntas y redes globales como People Powered y Build Up.



Tatiana Forero es **líder estratégica de democracia en la Fundación Corona**. Cuenta con más de 13 años de experiencia liderando procesos de cambio cultural y social en los sectores social, público y privado. Se especializa en el diseño e implementación de estrategias para promover cambios voluntarios de comportamientos colectivos. Ha ocupado cargos directivos en Movilizador, el Observatorio de Cultura Ciudadana de Bogotá y Corpovisionarios. Es antropóloga de la Universidad de los Andes, con maestría en Ciencias Sociales.

Armando Navarro es **Coordinador de Estado Abierto e Innovación Pública de Fundación Corona**. Es politólogo y magíster en Gobierno y Políticas Públicas, con más de diez años de experiencia en investigación y ejecución de proyectos. Se especializa en Transparencia, Innovación Pública y Gobierno Abierto. Ha trabajado en entidades del gobierno nacional, empresas internacionales y organizaciones de la sociedad civil. Ha sido conferencista y docente invitado en universidades de Colombia y América Latina.



PRÓLOGO

Este proyecto nació en el marco de la **Escuela de Democracia Abierta (EDA)**, una apuesta colectiva de la Alianza por el Congreso Abierto en la que participan Fundación Corona, Extituto de Política Abierta, NIMD, Congreso Visible, Oxfam Colombia, el Observatorio Legislativo de la Universidad del Rosario y el Observatorio de Violencia contra las Mujeres en Política.

Entre mayo y junio de **2025**, desde **Ethos Behavioral Team (Ethos BT)** acompañamos a Fundación Corona y a los equipos de esta alianza en un desafío particular: preguntarnos cómo las **ciencias del comportamiento** podrían ayudarnos a repensar los espacios de formación. La meta era clara: no solo transmitir conocimientos, sino lograr que las sesiones mismas fueran un escenario de cambio en las formas de pensar y actuar.

El comportamiento elegido para trabajar fue **“no aceptar ni entregar regalos en el Congreso”**, un tema simbólico y concreto para avanzar en la construcción de integridad pública. A partir de este foco diseñamos e implementamos **tres módulos de formación** que combinaron teoría y práctica, planificación de acciones y compromisos personales, aplicando marcos como **COM-B, la Behaviour Change Wheel y el modelo EAST**. Durante el proceso, medimos antes y después cómo cambiaban las capacidades, oportunidades y motivaciones de los participantes frente al comportamiento deseado.

El camino nos dejó aprendizajes valiosos: comprobamos que cuando un espacio formativo se diseña con intención, puede convertirse en una **intervención de cambio real**. También confirmamos que los equipos legislativos están abiertos a explorar nuevas formas de fortalecer la democracia desde lo cotidiano y lo concreto.

Fruto de esa experiencia, nace esta **cartilla**. Una guía práctica para que otras organizaciones y personas diseñen sus propios espacios de formación con un enfoque en cambio de comportamiento. Aquí encontrarán ideas, pasos y ejemplos que buscan inspirar y facilitar el trabajo.

Porque creemos que cada espacio formativo, por pequeño que sea, puede sembrar una transformación más grande.



¿Cómo trascender hacia espacios de formación que activan transformaciones visibles de actitudes y comportamiento?

Lograr transformaciones concretas en personas y grupos con un espacio de formación depende de la forma como definimos problemáticas a solucionar, objetivos a lograr, formas de identificar exactamente qué tipo de información debemos incluir en el currículo, métodos más efectivos de entregar dicha información y de identificar las actividades y comunicaciones necesarias que deben complementar el espacio. En todos estos ámbitos las metodologías, marcos teóricos, investigaciones y herramientas que se utilizan en las ciencias del comportamiento tienen mucho para aportar al momento de diseñar e implementar espacios de formación.

Esta guía entrega un paso a paso concreto para que cualquier persona y organización independientemente de si tiene o no bases en ciencias del comportamiento pueda aprovechar los mejores aprendizajes de las mismas y utilizar **su expertise temática en diseñar espacios de formación que transforman realidades.**

El reto: Formar para transformar no es solo informar

¿Qué significa formar?

Según la recomendación sobre el aprendizaje y la educación de adultos de la UNESCO (2015), “El aprendizaje y la educación de adultos es un componente esencial a lo largo de toda la vida. Abarca todas las formas de educación y aprendizaje destinados **a que todos los adultos participen en sus sociedades y en el mundo del trabajo...** El aprendizaje y la educación de adultos entrañan actividades y procesos sostenidos de adquisición, reconocimiento, intercambio y adaptación de capacidades.” (UNESCO, 2015, p. 7).

Desde esta perspectiva, formar no se limita a “informar”. **El objetivo no es sólo transmitir contenidos, sino crear condiciones para que las personas hagan algo diferente** como resultado del proceso formativo. Deben **adquirir competencias, modificar actitudes y aplicar lo aprendido en contextos reales.**

Aunque el conocimiento es esencial, la evidencia muestra que **proporcionar solo información, raramente genera cambios de comportamiento sostenidos;** por ejemplo, en conductas proambientales (Abrahamse et al., 2005) o de salud pública (Hornik, 2002). Por ello, modelos como **COM-B** (Michie et al., 2011) enfatizan la necesidad de incidir también en **las capacidades (conocimientos y habilidades), oportunidades (contexto físico, social y cultural) y motivaciones (emociones, identidad, creencias, juicios etc),** no solo en los conocimientos.

Conocer no implica actuar:

La brecha *intención-acción*

Una de las contribuciones más sólidas de las ciencias del comportamiento es la evidencia sobre la **brecha entre intención y acción**: las personas pueden querer actuar de cierta forma, e incluso saber cómo hacerlo, y sin embargo no hacerlo. Esta brecha se ha documentado en ámbitos como la salud, el medio ambiente, la participación ciudadana y la educación. Sheeran y Webb (2016) señalan que sólo **aproximadamente la mitad de las intenciones se convierten en acción, y que la calidad de la intención** influye en las probabilidades de que esto ocurra.

Estos hallazgos tienen implicaciones directas en el diseño de programas y espacios de formación: no basta con transmitir información o motivar brevemente intenciones de cambio.

La intención debe ser de alta calidad (con bases identitarios y motivacionales fuertes) y adicionalmente deben considerarse barreras prácticas, sociales y motivacionales que afectan el comportamiento. Reconocer esta brecha permite **pasar de enfoques informativos a intervenciones estratégicas**, que permitan la transición de la intención a la acción.

Limitaciones del enfoque tradicional basado en información

Buena parte de las estrategias formativas se sustentan en el supuesto de que las personas, al recibir información clara y suficiente, ajustarán sus decisiones y prácticas en consecuencia. Este modelo, conocido en la literatura como **information deficit model**, ha mostrado ser insuficiente en múltiples contextos.

Limitaciones

Salud pública

Las campañas informativas sobre alimentación, ejercicio o uso de preservativos tienen un impacto limitado si no se consideran las barreras prácticas, emocionales o sociales que enfrentan las personas (Marteau et al., 2012).

Educación financiera

Incrementar el conocimiento sobre ahorro o tasas de interés no garantiza mejores decisiones si no se ajustan la arquitectura de elección o los incentivos (Bertrand et al., 2004).

Reciclaje

Aunque muchas personas dicen estar conscientes de la importancia de reciclar, existen discrepancias entre lo declarado y lo realizado. La falta de hábito suele impedir que actitudes positivas se conviertan en acción (Barr et al., 2001; Knussen & Yule, 2008).

Democracia

La información sobre derechos electorales no asegura participación en elecciones; influyen más la autoeficacia, los costos percibidos y la presencia de recordatorios oportunos (Gerber & Green, 2000).

Estos y otros ejemplos indican que **intervenir únicamente sobre el nivel de información es insuficiente para generar cambios sostenibles**. De ahí la necesidad de diseñar espacios de formación que integren principios conductuales que aborden tanto los factores individuales como contextuales que condicionan la acción.

¿Por qué utilizar ciencias del comportamiento en espacios de formación?

Diseñar espacios de formación implica tomar decisiones sobre contenidos, dinámicas, tiempos y prioridades, pero muchas veces estas se definen sin considerar cómo las personas realmente aprenden, deciden o cambian su comportamiento.

Las **ciencias del comportamiento**, que integran hallazgos de la psicología, economía, neurociencia y sociología, ofrecen herramientas para entender y modificar los factores que influyen en la acción humana. Aplicar este enfoque al diseño formativo permite alinear mejor lo que se enseña con las condiciones reales en las que se espera que las personas actúen.

Un enfoque conductual en la formación ayuda a:

Identificar barreras cognitivas, contextuales y motivacionales.

Diseñar experiencias que respondan a decisiones reales.

Usar técnicas probadas como recordatorios, planificación de implementación, retroalimentación inmediata o ajustes en el entorno.

Esto no reemplaza a la pedagogía, sino que la complementa: no se trata solo de transmitir información, sino de crear condiciones que aumenten la probabilidad de que lo aprendido se convierta en acción y se sostenga en el tiempo.

Si bien existen diversos enfoques teóricos sobre aprendizaje y cambio de comportamiento, como el aprendizaje experiencial, el aprendizaje transformacional, las teorías de influencia social o los modelos sobre formación de hábitos, en esta cartilla decidimos concentrarnos en el **modelo COM-B** (Michie et al., 2011) y sus desarrollos asociados (la Behaviour Change Wheel y la taxonomía de BCTs).



La razón es que COM-B ofrece un **marco integrador, simple y práctico**, que permite traducir los hallazgos de la teoría en decisiones concretas de diseño. Su valor agregado para los procesos de formación radica en que articula de manera clara tres dimensiones que determinan cualquier comportamiento; **Capacidad, Oportunidad y Motivación**, y brinda herramientas directas para identificar barreras reales y transformarlas en actividades pedagógicas efectivas. A diferencia de otros enfoques, que suelen quedarse en el plano conceptual o en un tipo específico de cambio (por ejemplo, la reflexión crítica en el aprendizaje transformacional o la repetición en la formación de hábitos), el COM-B facilita un **punto operativo** entre diagnóstico, diseño y evaluación de espacios formativos, convirtiéndose en una guía práctica para quienes buscan no solo enseñar, sino generar cambios observables y sostenibles en la acción.

Beneficios para diseñadores, instructores y participantes.

Formar con ciencias del comportamiento: más allá de la intuición

Diseñar o facilitar un espacio de formación no es solo transmitir contenido: es crear condiciones para que las personas desarrollen y sostengan comportamientos deseados en contextos reales. Las ciencias del comportamiento ofrecen marcos y herramientas que permiten alinear la formación con cómo realmente **aprendemos, decidimos y actuamos**. Cuando se integran en el diseño, aportan beneficios para tres actores clave: **diseñadores, instructores y participantes**.

1

Diseñadores de programas

El uso de modelos como **COM-B** o la **Rueda del Cambio de Comportamiento** (Michie et al., 2011) ayuda a formular objetivos más claros y medibles, identificar barreras específicas y seleccionar mecanismos de cambio basados en evidencia.

Beneficios:

Claridad sobre qué debe cambiar (y qué no).

Mejor toma de decisiones sobre contenidos y actividades.

Justificación sólida frente a financiadores o evaluadores.

Marco replicable y escalable para otros equipos.

Ejemplo:

Ethos Behavioral Team tradujo la meta general “formar servidores públicos íntegros” en un comportamiento observable: “no aceptar regalos en el ejercicio del cargo”. Con ello diseñaron sesiones centradas en **reducir la presión social y fortalecer la planificación**, logrando mayor **coherencia y efectividad**.

2

Instructores y facilitadores

Facilitar no es improvisar: es guiar dinámicas que impulsen a la acción. Las ciencias del comportamiento brindan herramientas para ajustar estilo, ritmo y estrategias pedagógicas en función de las barreras y motivaciones de los participantes.

Beneficios:

Estrategias para adaptar la facilitación al objetivo conductual.

Mayor capacidad de observar y ajustar sobre la marcha.

Menos frustración frente a resultados limitados.

Satisfacción profesional al ver cambios reales.

Ejemplo:

En una formación sobre reciclaje realizado por Ethos Behavioral Team, los participantes conocían el proceso pero no lo aplicaban. Se introdujo un ejercicio de planificación semanal y compromisos públicos, lo que aumentó significativamente quienes practicaron lo aprendido en casa.

3

Participantes

Los espacios diseñados con ciencias del comportamiento no solo informan: ayudan a superar barreras concretas y a trasladar lo aprendido a la vida cotidiana.

Beneficios:

Conexión entre lo aprendido y los desafíos reales.

Reducción de la carga cognitiva con métodos como repetición estratégica o feedback inmediato.

Mayor motivación al ver utilidad práctica.

Sensación de logro y compromiso con el proceso.

Ejemplo:

En un taller de participación ciudadana, los jóvenes ya conocían sus derechos, pero las simulaciones realistas y los planes de acción concretos facilitaron el paso del conocimiento a la acción, aumentando su involucramiento en espacios comunitarios.

En resumen, incorporar ciencias del comportamiento en la formación beneficia a todos:

Quienes diseñan logran **claridad y coherencia**, quienes facilitan cuentan con **más herramientas**, y quienes participan encuentran **sentido, motivación y la posibilidad real de cambiar lo que hacen**.

¿Qué vas a encontrar en este cuadernillo y cómo sacarle el **máximo provecho**?

Diseñar espacios de formación que realmente generen cambios en el comportamiento requiere más que buenas intenciones. Este cuadernillo es una **guía práctica** que te acompañará paso a paso en ese proceso, desde la **definición de lo que quieres lograr hasta cómo medirlo y reforzarlo con evidencia**.

¿Qué vas a encontrar?

- Un método en **5 pasos**, basado en modelos reconocidos de cambio comportamental.
- **Ejercicios y plantillas listas para usar** en cada paso del proceso.
- **Casos ejemplo** que muestran cómo aplicar la metodología.
- **Fichas y recursos de consulta rápida**, útiles para formadores y equipos técnicos.
- Secciones **imprimibles y reutilizables** para diferentes contextos.

¿Cómo sacarle el máximo provecho?

- **Sigue todos los pasos:** incluso si crees tener claro tu objetivo, el proceso ayuda a detectar barreras y ajustar detalles.
- **Haz los ejercicios:** están diseñados para estructurar tu pensamiento y dar más rigor a tus decisiones.
- **Adapta las plantillas:** úsalas como base y ajústalas a tu realidad sin perder su lógica.
- **Compártelo en equipo:** funciona también como herramienta para co-crear.
- **No necesitas ser experto:** la guía está pensada para cualquier persona en rol de formación, sin tecnicismos.

¿Qué tipo de problemas te ayuda a resolver?

Este cuadernillo es útil cuando:

- Tu espacio formativo busca algo más que transferir información: quieres que las personas hagan algo distinto después.
- No tienes claridad sobre si las actividades actuales están alineadas con lo que quieres lograr.
- Has notado que los participantes aprenden, pero no aplican lo aprendido.
- Quieres aumentar la efectividad de talleres, formaciones, campañas educativas u otras intervenciones formativas.

¿Este cuadernillo es para ti?

Antes de avanzar, te invitamos a responder estas preguntas rápidas. **No necesitas tener todas las respuestas afirmativas**, pero si varias se aplican a tu caso, este cuadernillo puede ayudarte a mejorar significativamente tu diseño formativo.

Si **No**

¿Estás diseñando o rediseñando un espacio de formación en el que quieres que las personas cambien o adopten nuevos comportamientos?

☐ ☐

¿Te interesa que lo aprendido en la formación se traduzca en acciones observables fuera del espacio formativo?

☐ ☐

¿Notas que, aunque las personas comprenden el contenido, no necesariamente lo aplican?

☐ ☐

¿Te preguntas si las actividades actuales están alineadas con los comportamientos que deseas fomentar?

☐ ☐

¿Quieres mejorar la participación, retención o motivación de quienes asisten a tus espacios?

☐ ☐

¿Te gustaría tener una metodología clara y estructurada para diseñar tus sesiones?

☐ ☐

¿Trabajas en contextos donde las personas enfrentan barreras estructurales, sociales o motivacionales que dificultan actuar como se espera?

☐ ☐

¿Sientes que necesitas herramientas prácticas, sin tecnicismos, para mejorar la efectividad de tu formación?

☐ ☐

¿Te gustaría incorporar principios de diseño centrado en las personas y basado en evidencia?

☐ ☐

Si respondiste afirmativamente a 5 o más preguntas, este cuadernillo te será especialmente útil.

Si respondiste que sí solo a 2 o 3 preguntas, aún puedes encontrar herramientas valiosas, pero podrías complementar con otras guías sobre diseño instruccional tradicional o facilitación participativa.

Si respondiste que no a todas, este cuadernillo probablemente no se ajusta a tu necesidad actual. Aun así, puedes explorar los conceptos para futuras aplicaciones.

¡Empecemos!

Sigue este paso a paso
y **transforma enseñando**



Paso 1.

Define el objetivo en términos comportamentales

¿Por qué es importante este paso?

Todo diseño efectivo de un espacio de formación debe partir de una claridad total sobre qué comportamiento específico queremos promover. Sin esta definición, es fácil caer en generalidades o centrar el espacio solo en la transmisión de información, sin que eso se traduzca en acciones concretas.

Este paso te ayudará a:



Traducir metas amplias o abstractas en comportamientos observables



Identificar claramente qué se espera que las personas hagan diferente como resultado de la formación.



Guiar todas las decisiones posteriores del diseño (contenido, actividades, evaluación, etc.).

¿Qué es un comportamiento?

Un comportamiento es una acción observable y medible que una persona realiza en un contexto específico. **Un buen objetivo comportamental debe:**

- **Comenzar con un verbo de acción** (hacer, asistir, entregar, reportar, usar...).
- **Ser específico y no ambiguo.**
- **Poder ser observado y medido.**

¿Cómo traducir metas abstractas en acciones observables?

Metas amplias como “fomentar el liderazgo” o “generar conciencia ambiental” son inspiradoras, pero poco útiles para diseñar actividades concretas o evaluar resultados. Para que sean efectivas, deben traducirse en **acciones específicas y visibles** que cualquier persona pueda identificar. Esta traducción permite alinear objetivos, actividades y evaluaciones con conductas claras, aumentando la probabilidad de lograr cambios reales.

Ejercicio 1

Define tu objetivo comportamental paso a paso

El primer paso para diseñar tu espacio de formación es **precisar qué comportamiento específico quieres promover**. Recuerda: debe ser una acción observable y medible, no una idea abstracta.

PLANTILLA 1

Guía para construir tu objetivo comportamental

Usa esta plantilla para traducir tu **meta formativa** en un **comportamiento claro y observable**.

- ¿Cuál es el comportamiento que deseas promover?
- ¿Qué lo hace observable y medible?
- ¿En qué contexto o situación debe ocurrir?
- ¿Quién debe realizar ese comportamiento?
- ¿Con qué frecuencia o en qué momento se espera que ocurra?

Caso de Ejemplo:

Muchas metas formativas suelen ser abstractas, como **“generar conciencia ambiental”**. Aunque inspiradoras, estas metas dificultan diseñar actividades o medir resultados.

- **Contexto:**
Una organización ambiental quiere trabajar con ciudadanos de una ciudad intermedia.
- **Meta original:**
Generar conciencia ambiental.
- **Objetivo comportamental redactado:**
“Los participantes separan en su hogar los residuos reciclables del resto y los entregan semanalmente al reciclador autorizado del barrio.”

Según esta información podemos concluir que...



Comportamiento observable:

Separar residuos y entregarlos al reciclador semanalmente

- | | | | |
|----------|--------------------------------|----------------------|------------------------------|
| ¿Quién? | Personas adultas del municipio | Comportamiento: | Separar residuos reciclables |
| ¿Dónde? | En su hogar | ¿Con qué frecuencia? | Cada semana |
| ¿Cuándo? | Al final del día | | |

Como ves, pasar de una meta abstracta a un comportamiento observable ayuda a orientar mejor el diseño y la evaluación de la formación. **¡Ahora hazlo tú mismo!**

PLANTILLA 2

Redacción final del objetivo comportamental

Con lo anterior, **redacta tu objetivo** usando esta estructura:

“Queremos que [Persona o grupo objetivo] **realice**
[Comportamiento específico y observable] **en** [Lugar/contexto específico]
[Con qué frecuencia o en qué momento].
”

Ejemplo completado:

“Queremos que las personas adultas del municipio entreguen los residuos reciclables al reciclador autorizado del barrio cada semana en la mañana del día correspondiente.”

Ejercicio 2

Verifica tu objetivo comportamental

Antes de avanzar, asegúrate de que tu objetivo esté bien formulado.

Usa este checklist de validación.

	Si	No
El comportamiento empieza con un verbo de acción	☐	☐
Es observable (se puede ver si se hizo o no)	☐	☐
Es específico (no es una idea general como “generar conciencia”)	☐	☐
Está contextualizado (se dice dónde y/o cuándo se espera que ocurra)	☐	☐
Está alineado con el objetivo general del espacio de formación	☐	☐

Si marcaste todos los criterios de manera positiva, felicitaciones: **¡ya tienes un objetivo comportamental** claro y listo para trabajar en tu espacio de formación! Si aún no los cumples todos, no te preocupes: vuelve a intentarlo, cada ajuste te acercará más a un objetivo que realmente impulse el cambio que buscas.

Finalmente...

Si tienes varias ideas para tu espacio de formación, esta plantilla te ayudará a compararlas y priorizar el **comportamiento más estratégico**. Elegir bien desde el inicio aumenta las probabilidades de lograr un impacto real y medible.

PLANTILLA 3

Inventario de comportamientos posibles

Usa esta tabla para **anotar tus opciones** y validar dando **check** en cada una:

Comportamiento candidato	¿Es observable?	¿Es medible?	¿Es prioritario?	¿Es viable en este espacio?
	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐
	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐
	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐

Paso 2.

Identifica qué debe cambiar

Definir el comportamiento es solo el inicio. El siguiente paso es entender **qué lo está impidiendo hoy**. Este análisis permite que tu formación no se limite a transmitir información, sino que ayude a remover barreras reales.

El modelo **COM-B** (Michie et al., 2011) explica que todo comportamiento depende de tres condiciones:



Capacidad: saber cómo hacerlo o poder hacerlo físicamente.

Ejemplo: Conocer los pasos para separar residuos.



Oportunidad: que el entorno lo permita o lo facilite.

Ejemplo: Tener bolsas diferenciadas en casa.



Motivación: tener razones o hábitos que impulsen la acción.

Ejemplo: Percibir valor en reciclar o haberlo convertido en costumbre.



Un cambio de comportamiento requiere al menos una modificación en **Capacidad, Oportunidad o Motivación**. Veamos qué significan cada una de estas condiciones en la siguiente tabla:

COM-B	Descripción breve	Ejemplo aplicado
Capacidad	Saber cómo hacerlo o poder hacerlo físicamente.	Conocer los pasos para separar residuos.
Oportunidad	Que el entorno permita o facilite hacerlo.	Tener bolsas diferenciadas en casa.
Motivación	Tener razones para hacerlo o el hábito incorporado.	Percibir valor en reciclar o tener el hábito ya instalado.

En resumen: **las personas actúan según lo que pueden, lo que su entorno les permite y lo que quieren hacer**. Identificar estas tres piezas es la base para diseñar formaciones efectivas.

Con esto en mente, el siguiente paso es **diagnosticar a tu población objetivo**, entendiendo sus capacidades, oportunidades y motivaciones, para que tu diseño responda a su realidad.

Diagnóstico: Conoce a tu población objetivo

Saber en abstracto qué dificulta un comportamiento no es suficiente: hay que **acercarse al contexto real y a las personas específicas**. El diagnóstico conductual busca identificar **barreras y facilitadores** concretos, conectándolos con el modelo **COM-B (Capacidad, Oportunidad y Motivación)**.

Si **YA** tienes datos:

Clasifícalos con COM-B (**Ejemplo: si no separan residuos porque no entienden el código de colores, es una barrera de capacidad**).

Si **NO** tienes datos:

Usa herramientas rápidas para generar hipótesis iniciales.

Métodos útiles para el diagnóstico:

- **Revisión de literatura:** consulta estudios previos.
- **Actores clave:** conversa con líderes o personas que conocen la población.
- **Mini entrevistas o encuestas:** preguntas breves a un grupo pequeño.
- **Observación directa o simulaciones:** analiza qué ocurre en la práctica.
- **Técnicas participativas:** mapas colectivos, lluvias de ideas o votaciones rápidas.

Incluso con información limitada, un diagnóstico sencillo y conectado al COM-B permite decidir **dónde actuar**: si reforzar la capacidad, la oportunidad o la motivación en tu espacio de formación.

Ejercicio 3

Mapeo rápido de barreras y facilitadores

1. Retoma el comportamiento definido en el **paso 1**.
2. **Pregúntate:** ¿Qué puede estar impidiendo que las personas ya lo hagan?
3. **Clasifica cada barrera en:** Capacidad, Oportunidad, Motivación.
4. **Identifica también facilitadores:** ¿Qué elementos ya existen que lo hacen más fácil?

Para realizar este ejercicio, usa la plantilla a continuación.

PLANTILLA 4

Mapa de análisis de barreras por tipo

Tipo (COM-B)	Barrera/Frenador	Facilitador/Impulsor	Fuente (dato, entrevista, hipótesis)
Capacidad			
Oportunidad			
Motivación			

Caso de Ejemplo:

- **Contexto:**
Promover que los docentes denuncien situaciones de acoso laboral en su institución.
- **Comportamiento deseado:**
Realizar una denuncia formal de acoso laboral.

TIPO	BARRERA	FACILITADOR
Capacidad	No saber qué cuenta como acoso ni cómo denunciarlo.	La institución ofrece un protocolo claro.
Oportunidad	Temor a represalias o exposición pública.	Existen canales confidenciales habilitados.
Motivación	Pensar que “no va a pasar nada” al denunciar.	Deseo de proteger a otros colegas.

La siguiente plantilla te ayudará a tomar decisiones claras: marca cuáles barreras son **clave**, cuáles son **modificables** y cuáles, aunque importantes, deberás dejar por fuera en esta ocasión.

PLANTILLA 5

Prioriza y descarta

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento?	¿Es modificable en el espacio formativo?	¿Decides incluirla?	Razón
		Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	
		Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	
		Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	
		Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	
		Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	Si ☐ No ☐	

Caso de Ejemplo:

Priorización de barreras

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento?	¿Es modificable en el espacio formativo?	¿Decides incluirla?	Razón
No saben cómo separar los residuos correctamente.	Capacidad	Si	Si	Si	Con una breve explicación práctica se resuelve la falta de conocimiento.
Piensen que "nadie más recicla, así que no vale la pena".	Motivación	Si	Si	Si	Es clave trabajar la motivación con ejemplos y compromisos colectivos.
No hay suficientes bolsas diferenciadas en los hogares.	Oportunidad	Si	No	No	Aunque es clave, no se puede solucionar desde la formación; requiere gestión externa.

Al priorizar, ya tienes claro **qué barreras vale la pena trabajar** en tu espacio de formación y cuáles no dependen de ti. Con esta claridad, estás listo para el siguiente paso: **diseñar estrategias concretas que reduzcan esas barreras y faciliten el comportamiento deseado a través de los espacios de formación que realizarás.**





Paso 3.

Diseña para reducir las barreras

Un espacio de formación efectivo no se centra solo en **transmitir información**, sino en **reducir las barreras** que impiden el comportamiento deseado. Con el modelo **COM-B** ya sabes que esas barreras pueden estar en la **capacidad** (saber o poder hacerlo), en la **oportunidad** (condiciones del entorno) o en la **motivación** (razones, hábitos o emociones). El diseño debe alinear cada parte de la sesión para responder a esas necesidades reales.

Bases clave para un diseño efectivo

Al diseñar, considera tres elementos fundamentales:



Actividades:

Ejercicios prácticos, simulaciones, role-play, planificación paso a paso.



Dinámicas:

Interacción entre participantes, compromisos públicos, debates guiados.



Ambiente:

Recursos disponibles, organización del espacio, materiales de apoyo.

La clave está en que **todo lo que hagas ayude a superar una barrera COM-B específica.**

• Ejemplos de técnicas según COM-B

Capacidad (saber / poder hacerlo)

¿Qué necesita cambiar?

Las personas no saben cómo hacerlo o no tienen las habilidades necesarias.

Técnicas clave

- **Práctica guiada:** Ejercicios paso a paso.
- **Repetición:** Volver a practicar en diferentes momentos.
- **Planificación:** Guiar a las personas a definir “cuándo, dónde y cómo” lo harán.

Ejemplo aplicado en formación

En un taller sobre reciclaje, se hace un ejercicio práctico de separar residuos con colores y luego se pide a cada persona escribir cómo lo aplicará en casa.

Oportunidad (contexto)

¿Qué necesita cambiar?

El entorno o las normas sociales no facilitan el comportamiento.

Técnicas clave

- **Nudges:** Recordatorios visibles, mensajes en el momento clave.
- **Reestructuración del espacio:** Cambiar el entorno para hacerlo más fácil.
- **Modelos a seguir:** Mostrar ejemplos reales de personas que ya lo hacen.

Ejemplo aplicado en formación

En una capacitación sobre lectura en casa, se entrega un calendario visual con recordatorios y se muestran videos de padres que ya practican la lectura con sus hijos.

Motivación (querer / estar dispuesto)

¿Qué necesita cambiar?

Falta de interés, confianza o hábito.

Técnicas clave

- **Feedback inmediato:** Retroalimentación positiva en la sesión.
- **Reconocimiento social:** Celebrar públicamente a quienes lo intentan.
- **Compromisos públicos:** Pedir que los participantes declaren su compromiso en voz alta o por escrito.

Ejemplo aplicado en formación

En una formación sobre participación ciudadana, se invita a los jóvenes a firmar un compromiso público de asistir a una reunión comunitaria y se comparte reconocimiento en la siguiente sesión.

Ruta de alineación: de barreras a diseño

Para pasar del diagnóstico a la acción, sigue esta ruta:

Caso de Ejemplo:

Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?	Módulo o sección
Padres creen que las vacunas no son necesarias si el niño "se ve sano".	Motivación	Testimonio en video de un padre/madre que vivió complicaciones por no vacunar a tiempo.	Genera una conexión emocional y muestra consecuencias reales, reforzando la motivación para actuar de inmediato.	Introducción: "¿Por qué vacunar?"
Confusión sobre el calendario de vacunación.	Capacidad	Entregar y explicar un calendario visual de vacunación con fechas clave y colores por edad.	Facilita que los padres comprendan y recuerden cuándo deben acudir, aumentando la capacidad práctica de cumplir.	Módulo 2: Información clara
Miedo al dolor o efectos secundarios.	Oportunidad	Dinámica de juego de roles: practicar cómo responder a preguntas del niño o familiares que dudan de la vacuna.	Permite ensayar respuestas y enfrentar barreras sociales en un entorno seguro, aumentando la confianza y preparación.	Módulo 3: Simulación práctica
Postergación por falta de recordatorio.	Motivación / Oportunidad	Firma de un "compromiso personal" con fecha concreta para llevar al bebé a vacunar, y agendar recordatorio en celular.	Combina motivación (compromiso) con oportunidad (recordatorio práctico), asegurando la acción más allá del taller.	Cierre: Compromiso público

PLANTILLA 6

Plan de diseño comportamental del espacio formativo

Esta plantilla te ayudará a estructurar tu sesión con un enfoque claro: en cada módulo se deben incluir temáticas, actividades, reflexiones, etc. que busquen **reducir cada una de las barreras identificadas** y que dificultan el comportamiento objetivo. No se trata de acumular actividades, sino de asegurarse de que cada recurso tiene un propósito conductual.

Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?	Módulo o sección

¿Cómo usarla?

- En la primera columna, identifica la barrera principal que quieres trabajar en este módulo. **Ejemplo: “no sé cómo denunciar”, “no tengo tiempo para reciclar”, “creo que no sirve de nada participar”.**
- Clasifica la barrera con el **tipo COM-B** (Capacidad, Oportunidad o Motivación). Esto te permitirá ver si tu formación está equilibrada o si solo se concentra en un tipo de cambio.
- Diseña una **actividad o recurso específico**. Aquí es clave ser concreto: ¿qué dinámica, ejercicio o material ayudará a superar la barrera?
- Explica brevemente cómo esa actividad contribuye al cambio. Esto obliga a validar que lo que propones realmente tiene sentido para tu objetivo.
- Finalmente, escribe el nombre del módulo o sección de tu espacio de formación. Esto ayuda a **mantener clara la estructura**.



Ejercicio 4

Valida tu ficha de diseño de espacio de formación

Una vez diligenciada la ficha, hazte estas preguntas para comprobar si tu diseño realmente impulsa el cambio, **responde de 1-5, qué tanto se cumplen los siguientes criterios.**

(1=Para nada - 5=Totalmente).

	1	2	3	4	5
¿La o las actividades propuestas responden a barreras reales identificadas en el diagnóstico?	☐	☐	☐	☐	☐
Al terminar, ¿está claro qué quiero que los participantes sientan, piensen o hagan diferente?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Es probable que lo trabajado en la o las actividades se mantenga o se replique después del taller?	☐	☐	☐	☐	☐

Si entre todos tus puntos sumaste mas de 13, ¡felicitaciones!, Tu actividad está bien alineada al cambio de comportamiento. **Si no, ajusta lo necesario y vuelve a revisar.**

Valida tu diseño:

Pídele a otra persona del equipo que revise si las actividades realmente responden a barreras específicas y no se quedan solo en transmitir información.

Tip final:

Recuerda la diferencia:

- **Contenido informativo** entrega datos.
- **Contenido transformador** facilita acción, práctica y cambio de perspectiva.

Diseñar para el cambio significa ir más allá de informar: es crear condiciones para que lo aprendido se convierta en acción.



Paso 4.

Implementa con intención

Diseñar bien es importante, pero lo que realmente marca la diferencia es **cómo se ejecuta el espacio de formación**. Una buena implementación asegura que lo planeado no se quede en papel y que los comportamientos deseados se activen durante y después de la sesión.

Claves para una buena ejecución:



Mantén visibles las barreras priorizadas: Recuerda que cada actividad responde a una necesidad concreta de COM-B.



Prepara todo con detalle: Guión, tiempos, roles y materiales listos.



Simplifica las instrucciones: Menos confusión, más acción.



Práctica antes de la sesión: Te permitirá ajustar ritmo y anticipar dudas.



Refuerza los comportamientos en el momento: Reconoce cuando alguien hace lo esperado.



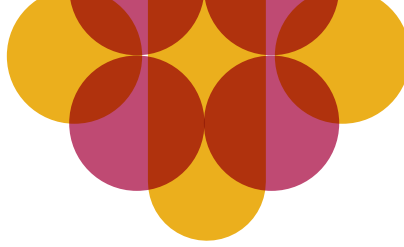
No sobrecargues de actividades: Mejor pocas, claras y alineadas al objetivo.

Ejercicio 5 - Checklist de implementación:

Antes, durante y después del espacio de formación.

	Si	No
ANTES		
DURANTE		
DESPUÉS		

Si marcas la mayoría de estas casillas, ¡tu sesión está lista para generar impacto!.



Tips de facilitación para impulsar los comportamientos deseados

La manera en que facilitas un espacio puede marcar la diferencia entre que las personas solo escuchen o que **realmente cambien lo que hacen**. Estos tips te ayudarán a guiar la sesión hacia la **acción**.

Modela el comportamiento:
Da el ejemplo antes de pedirlo.

Refuerza en vivo:
Reconoce y celebra lo que quieres promover.

Usa preguntas poderosas: “¿Cómo aplicarías esto en tu vida diaria?”.

Cierra con acción:
Cada persona debe salir con un plan pequeño y concreto.



Guía de implementación

Ya tienes claro tu **comportamiento objetivo** y has diseñado tu espacio de formación. El siguiente paso es asegurarte de que, en la práctica, la sesión se ejecute de manera coherente con lo planeado.

La **Guía de implementación** es tu hoja de ruta: Te permite definir quién hace qué, con qué recursos y cómo se reforzarán los comportamientos clave durante y después de la formación.

Caso de Ejemplo:

Guía de implementación sobre una formación en vacunas para infantes.

Elemento	Acción específica	Objetivo comportamental	Barreras abordadas	Facilitador/a responsable	Recursos necesarios	Actividades clave	Acciones posteriores
Inicio de la sesión	Explicar con ejemplos claros por qué la vacunación protege también a toda la comunidad.	Que padres y madres comprendan el valor colectivo de la vacunación.	Falta de motivación / percepción de que “no es necesario”.	Facilitador principal.	Presentación visual, datos locales de salud.	Charla breve + testimonio de un padre: Participantes expresan en voz alta un motivo personal para vacunar.	Enviar material recordatorio digital.
Desarrollo	Entregar folleto con calendario de vacunación y hacer simulación de planificación familiar.	Que los participantes sepan cuándo y dónde vacunar.	Barrera de capacidad (no saber fechas y lugares).	Auxiliar de apoyo.	Folleto, formatos de planificación.	Ejercicio práctico: “marca las fechas en tu calendario”; Padres/madres completan plan con fechas reales.	Revisión de cumplimiento vía WhatsApp a la semana.
Cierre	Compromiso público: cada participante comparte su plan con otro compañero.	Que el compromiso se refuerce socialmente.	Motivación (refuerzo social).	Facilitador principal.	Tarjetas o formularios de compromiso.	Ronda de compromisos: Padres/madres dicen en voz alta qué día llevarán a sus hijos.	Recordatorio grupal en dos semanas.

PLANTILLA 7

Esta plantilla la puedes completar antes de la sesión para asegurar claridad en la ejecución, y puede revisarse después como insumo de evaluación.

Elemento	Acción específica	Objetivo comportamental	Barreras abordadas	Facilitador/a responsable	Recursos necesarios	Actividades clave	Acciones posteriores
Inicio de la sesión							
Desarrollo							
Cierre							

Cómo usarla:

- Escribe en cada fila qué harás **antes, durante y al final** de la sesión.
- Asegúrate de que cada acción responda directamente a **una barrera COM-B priorizada**.
- Incluye cómo reforzarás el comportamiento dentro del espacio y qué harás **después** para darle seguimiento.



Paso 5.

¿Cómo saber si tu espacio formativo realmente cambió comportamientos?

No basta con saber si las personas asistieron, quedaron satisfechas o si aprendieron algo nuevo. Si el objetivo es transformar prácticas, la medición debe enfocarse en cambios observables en el comportamiento, tanto durante como después de la intervención.

¿Por qué medir comportamientos?



Porque las buenas intenciones no son evidencia de cambio.



Porque mejora el diseño iterativo: **lo que se mide, se mejora.**



Porque permite rendir cuentas y demostrar impacto a equipos, financiadores y aliados.



¿Qué medir?: indicadores conductuales

Medir no implica montar una gran evaluación de impacto, sino contar con **datos útiles y prácticos** que te permitan ajustar, aprender y tomar mejores decisiones.

Una forma sencilla de organizar lo que quieres medir es pensar en tres tipos de **indicadores conductuales**:

Tipo de indicador	Ejemplo	Propósito
Indicadores de proceso	% de participantes que completan un ejercicio clave.	Medir si se activó la conducta esperada en el espacio.
Indicadores de resultado	% de personas que implementan lo aprendido una semana después.	Medir si la conducta se mantiene más allá del espacio.
Indicadores de percepción conductual	% que reporta mayor disposición o autoeficacia para actuar.	Medir predisposición o cambio motivacional.

¿Cómo medir?: Métodos sencillos y útiles

Estos indicadores pueden recogerse con métodos sencillos y útiles, adaptados al tipo de espacio que conduzcas:

Técnica	¿Cuándo usarla?	Ventajas
Observación directa	Durante sesiones presenciales.	Datos objetivos, inmediatos, requiere entrenamiento mínimo.
Encuestas rápidas	Antes/después o días después de la formación.	Capturan cambio percibido o auto-reporte.
Mini evaluaciones prácticas	Al final de una actividad específica.	Permiten saber si la persona puede aplicar lo aprendido.
Seguimiento posterior	Una o dos semanas después.	Identifica sostenibilidad del cambio.

En síntesis, medir significa **cerrar el círculo**: pasas de la intención de diseñar para el cambio a comprobar si ese cambio ocurre, y con esa información, mejorar tus próximas formaciones.

¡Vamos ahora a la práctica!

Ejercicio 6

Tu primer plan de medición

Sigue las siguientes instrucciones:

- 1. Reescribe tu objetivo comportamental (el del paso 1) en términos observables.**
Ej: “Usar lenguaje claro al dar instrucciones en clase”.
- 2. Elige un indicador de proceso.**
Ej: “Durante el taller, 80% de participantes reformulan una instrucción compleja en lenguaje claro”.
- 3. Elige un indicador de resultado.**
Ej: “Dos semanas después, 60% reporta aplicar lenguaje claro en su entorno laboral”.
- 4. Define cómo lo vas a medir.**
Ej: observación con lista de chequeo + encuesta corta vía WhatsApp.
- 5. Define quién lo va a medir y cuándo.**
Ej: El equipo organizador durante el cierre y al día 10 post evento.

Caso de Ejemplo:

Veamos un caso práctico para guiarte en cómo hacerlo.

Objetivo comportamental	Indicador	Método de medición	¿Quién mide?	¿Cuándo se mide?
Madres y padres leen con sus hijos al menos 3 veces por semana en casa	Proceso: % de participantes que elaboran un plan semanal de lectura al final de la sesión.	Revisión de los planes escritos durante la sesión.	Facilitador/a	Durante la formación.
	Resultado: % de familias que reportan haber leído mínimo 3 veces en la semana posterior.	Encuesta rápida por WhatsApp o formulario online.	Equipo de seguimiento.	1 semana después.
	Percepción: % de participantes que expresan sentirse más capaces de organizar rutinas de lectura.	Mini encuesta de autoeficacia con escala de 1 a 5.	Facilitador/a	Inmediatamente después de la actividad.

PLANTILLA 8

Usa la siguiente plantilla para desarrollar el ejercicio:

Objetivo comportamental	Indicador	Método de medición	¿Quién mide?	¿Cuándo se mide?
	Proceso:			
	Resultado:			
	Percepción:			

Tips Finales

- No todo se puede medir en el momento. Algunas conductas solo se evidencian con tiempo.
- Prioriza indicadores útiles, no exhaustivos.
- Comparte resultados con los participantes si es posible. Refuerza su rol como agentes de cambio

Llegaste al final de esta guía, pero en realidad aquí empieza lo más importante: **Poner en práctica lo que diseñaste.**

Recuerda que cada espacio de formación es una oportunidad para transformar no solo lo que las personas saben, sino lo que hacen en su vida cotidiana.

No importa si tu formación es corta o extensa, presencial o virtual, con diez personas o con cientos: Lo esencial es que logres **encender esa chispa** que conecta el aprendizaje con la acción. Esa chispa es la que convierte la información en cambio real.

Este cuadernillo no pretende darte fórmulas mágicas, sino acompañarte en el camino de **diseñar con intención**, paso a paso, desde la evidencia y siempre con las personas en el centro. Confía en tu creatividad, ajusta lo que necesites y recuerda que cada pequeño cambio cuenta.

Porque cuando logramos que alguien actúe distinto, aunque sea en algo pequeño, ya estamos sembrando transformación. Y de eso se trata: de que nuestras formaciones no pasen desapercibidas, sino que dejen huellas visibles en la vida de quienes las viven.

¡Gracias por llegar hasta aquí y por atreverte a diseñar para el cambio!

Fundación **corona**



Referencias

1. Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C., & Rothengatter, T. (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology*, 25(3), 273–291. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.08.002>
2. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
3. Barr, S., Gilg, A. W., & Ford, N. J. (2001). Differences between household waste reduction, reuse and recycling behaviour: A study of reported behaviours, intentions and explanatory variables. *Environmental and Waste Management*, 4(2), 69–82. <https://doi.org/10.1504/IJEP.2001.000530>
4. Bertrand, M., Mullainathan, S., & Shafir, E. (2004). A behavioral-economics view of poverty. *American Economic Review*, 94(2), 419–423. <https://doi.org/10.1257/0002828041302019>
5. Gerber, A. S., & Green, D. P. (2000). The effects of canvassing, telephone calls, and direct mail on voter turnout: A field experiment. *American Political Science Review*, 94(3), 653–663. <https://doi.org/10.2307/2585837>
6. Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement: A meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69–119.
7. Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The Power of Feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
8. Hornik, R. C. (2002). *Public health communication: Evidence for behavior change*. Routledge.
9. Knussen, C., & Yule, F. (2008). “I’m not in the habit of recycling”: The role of habitual behaviour in the disposal of household waste. *Environment and Behavior*, 40(5), 683–702. <https://doi.org/10.1177/0013916507307527>
10. Marteau, T. M., Ogilvie, D., Roland, M., Suhrcke, M., & Kelly, M. P. (2012). Judging nudging: Can nudging improve population health? *BMJ*, 344, e263. <https://doi.org/10.1136/bmj.e263>
11. Marteau, T., Hollands, G., & Fletcher, P. (2012). Changing human behavior to prevent disease: The importance of targeting automatic processes. *Science*, 337(6101), 1492–1495. <https://doi.org/10.1126/science.1226918>
12. Michie, S., van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(42), 1–12. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>
13. Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The intention–behavior gap. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(9), 503–518. <https://doi.org/10.1111/spc3.12265>
14. UNESCO. (2015). Recomendación sobre el aprendizaje y la educación de adultos. Conferencia General de la UNESCO, 38ª reunión, París, 3–18 de noviembre de 2015. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245178_sp
15. West, R., & Michie, S. (2020). A brief introduction to the COM-B model of behaviour and the PRIME theory of motivation. *Qeios*. <https://www.qeios.com/read/WPPQSB.8>



Plantillas de proyectos

A continuación, te presentamos tres proyectos que demuestran la aplicabilidad de los conceptos abordados en la guía en contextos reales y que pueden orientarte en la ideación y el desarrollo de espacios de formación efectivos. Estos ejemplos también te sirven como referencia para comprender la estructura de las plantillas y aprender a diligenciarlas correctamente. En cada proyecto encontrarás su objetivo general y las diferentes plantillas desarrolladas durante el proceso de ideación.

Proyecto 1.

Proyecto Escuela de Democracia Abierta

Este proyecto tuvo como propósito: utilizar el espacio de formación **Ethos BT** en ciencias del comportamiento como intervención de cambio comportamental.

Plantilla 1: Guía para construir tu objetivo comportamental

Pregunta	Tu respuesta
¿Cuál es el comportamiento que deseas promover?	No aceptar regalos en el congreso.
¿Qué lo hace observable y medible?	La cantidad de personas que aceptan regalos en el congreso.
¿En qué contexto o situación debe ocurrir?	La ejecución de labores legislativas en el congreso.
¿Quién debe realizar este comportamiento?	Congresistas entre 35 y 50 años.
¿Con qué frecuencia o en qué momento se espera que ocurra?	Cada vez que personas, grupos y organizaciones dentro y fuera del Congreso les ofrezcan o insinúen regalos.

Plantilla 2: Redacción final del objetivo comportamental

Queremos que congresistas entre 35 y 50 años no acepten regalos cada vez que personas, grupos y organizaciones dentro y fuera del congreso se los ofrezcan o insinúen.

Plantilla 3: Inventario de comportamientos posibles

Comportamiento candidato	¿Es observable?	¿Es medible?	¿Es prioritario?	¿Es viable en este espacio?
No aceptar regalos en el congreso.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐
Implementar guía de audiencias públicas.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☐ No ☒
Inscribirse en participa y construye.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☐ No ☒
Publicar y actualizar a tiempo sus conflictos de interés.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☐ No ☒

Plantilla 4: Mapa de análisis de barreras por tipo

Tipo COM - B	Barrera	Facilitador	Fuente (dato, entrevista, hipótesis)
Capacidades	No tener el conocimiento de la norma	No identificado	• Test de diagnóstico • Reunión y análisis con actores clave
Capacidades	No tener la capacidad de decir "NO", dada la presión del contexto	No identificado	• Test de diagnóstico • Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Pensar que la mayoría de las personas del entorno aprueba recibir regalos	No identificado	• Test de diagnóstico • Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	No sentir respaldo en caso de levantar una alerta o no querer recibir un regalo	No identificado	• Test de diagnóstico • Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	Nivel de acuerdo con la normativa	Ética y metas personales de integridad y honor	• Test de diagnóstico • Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	No hay visibilidad de las consecuencias que trae esta práctica	Creencia de que la aceptación de regalos es visible por terceros	• Test de diagnóstico • Reunión y análisis con actores clave

Nota: En esta oportunidad no se identificaron facilitadores para algunas de las dimensiones, para esos casos se reportan como "no identificado".

Plantilla 5: Prioriza y descarta

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento? (S/N)	¿Es modificable en el espacio formativo? (S/N)	¿Decides incluirla? (S/N)	Razón
No tener el conocimiento de la norma	Capacidad	Si	Si	Si	Normativa como uno de los temas centrales en la conversación
No tener la capacidad de decir "NO", dada la presión del contexto	Capacidad	Si	Si	Si	Se puede diseñar un plan de respuesta automática (si-entonces) accionable fácilmente en momentos de presión
Pensar que la mayoría de las personas del entorno aprueba recibir regalos	Oportunidad	Si	Si	No	Depende de la evidencia disponible de una norma social positiva que refuerce y favorezca el comportamiento objetivo
No sentir respaldo en caso de levantar una alerta o no querer recibir un regalo	Oportunidad	Si	No	No	Requiere ajustes institucionales o una estrategia de comunicación
Nivel de acuerdo con la normativa	Motivación	Si	No	Si	La convicción personal sobre la importancia de la normativa facilita la adopción del comportamiento
No hay visibilidad de las consecuencias que trae esta práctica	Motivación	Si	Si	Si	Casos de estudio y reflexiones personales que permiten dimensionar el impacto de esta práctica

Plantilla 6: Plan de diseño comportamental del espacio formativo

Módulo o sección	Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?
Módulo 1	No tener conocimiento de la norma. Pensar que la mayoría de personas del entorno aprueba	Oportunidad	Introducción a las ciencias del comportamiento y sesgos cognitivos en el contexto de comportamiento ético	Facilita reinterpretar la aceptación de la práctica a nivel social e institucional
Módulo 2	No hay visibilidad de las consecuencias que trae esta práctica	Motivación	Preguntas de reflexión al inicio y fin de la sesión sobre la importancia de la normatividad y casos de ejemplo	Fortalece la motivación reflexiva para cumplir la normatividad y no aceptar regalos
Módulo 2	Nivel de acuerdo con la prohibición	Motivación	Reflexión y discusión sobre la práctica de aceptar regalos	Tener al comportamiento objetivo en el centro de la conversación, suscitar reflexiones y análisis sobre los efectos y el contexto en el que se desarrolla la práctica funciona como ejercicio de autoconvencimiento
Módulo 3	No tener la capacidad de decir "NO", dada la presión del contexto	Capacidad	Escenario hipotético y planificación si - entonces	Permite anticipar situaciones de riesgo y responder de acuerdo a lo planeado, mitigando el efecto de impulsividad o presión del contexto



Plantilla 7: Guía de implementación

Momento	Acción específica	Barreras abordadas	Facilitador responsable	Recursos necesarios	Actividades clave	Acciones posteriores
Sesión 1	Presentar conceptos de ciencias del comportamiento y sesgos cognitivos, incluye estudios de caso en política pública	Pensar que la mayoría de personas del entorno aprueba	Facilitador principal	Presentación power point y videos pedagógicos	Presentación de conceptos y videos Dinámicas de participación y preguntas	Compartir presentación power point a los participantes
Sesión 2	Preguntas de reflexión en typeform	No hay visibilidad de las consecuencias que trae esta práctica	Facilitador principal	Presentación power point + Typeform	Responder Typeform y reflexión grupal	Socialización grupal de los principales insights y conclusiones del ejercicio
Sesión 2	Reflexión y discusión sobre el comportamiento objetivo	Nivel de acuerdo con la prohibición	Facilitador principal	Preguntas orientadoras	Reflexión y análisis sobre la práctica de aceptar regalos, sus implicaciones, en qué escenarios sucede y porqué	Socialización grupal
Sesión 3	Ejercicio de planificación si-entonces	No tener la capacidad de decir "NO", dada la presión del contexto	Facilitador principal	Presentación power point	Completar matriz de planificación si-entonces	No aplica

Plantilla 8: Plan de medición simple

Se desarrolló un cuestionario para ser aplicado antes y después de la formación, con el propósito de medir el impacto de las sesiones en las **capacidades, oportunidades, motivaciones** y comportamiento de los congresistas. Además, teniendo en cuenta la asistencia a las sesiones, el post-test se dividió en 2 grupos (**quienes asistieron a 1 sesión y asistentes a 2 o 3 sesiones**).

Objetivo comportamental:

No aceptar regalos en el congreso

Método de medición:

Pre y post test

¿Quién mide?:

Diseño del test por Ethos BT y el equipo de Fundación Corona lo compartió con los asistentes

¿Cuándo se mide?:

Al inicio de la primera sesión (pre-test) y al finalizar la tercera sesión (post-test)

Indicador

Cambio porcentual en la medida de **comportamiento y en la disposición al comportamiento** objetivo

Cambio porcentual en capacidades: Dificultad para rechazar regalos bajo presión, conocimiento de la prohibición de aceptar regalos, conocimiento de las razones para la prohibición, conocimiento de los mecanismos de reporte de ofrecimiento de regalos

Cambio porcentual en oportunidades: Expectativa de normas sociales que legitiman la práctica, modelos de rol que aceptan regalos, percepción ambigua sobre las intenciones de quienes ofrecen regalos, percepción de baja detección o visibilidad al recibir regalos, percepción baja de consecuencias por aceptar regalos

Cambio porcentual en motivaciones: Emociones al recibir regalos, percepción de afectar relaciones u oportunidades laborales al rechazar regalos, sensación de riesgo al denunciar o rechazar regalos, nivel de acuerdo con la prohibición, sesgo de exceso de confianza, experiencia previa de ofrecimiento de regalos

Proyecto 2.

Proyecto ciclos deliberativos

Este proyecto se enfocó en dos objetivos principales:

- Ajustar y complementar la formación para incrementar su impacto utilizando ciencias del comportamiento
- Enseñar bases de ciencias del comportamiento a la ciudadanía

Adicionalmente, es importante destacar que dada la capacidad de intervención, en este proyecto fue posible fijar 3 objetivos comportamentales, al contar con espacios de formación asincrónica (WhatsApp) y formación sincrónica presencial. En el desarrollo del proyecto, Ethos apoyó en el proceso de definición de objetivo comportamental, análisis de barreras e ideación de soluciones, sin embargo, la implementación fue asumida en mayor medida por el equipo de ciclos deliberativos.

Plantilla 1: Guía para construir tu objetivo comportamental

Pregunta	Tu respuesta
¿Cuál es el comportamiento que deseas promover?	Separar los residuos adecuadamente
¿Qué lo hace observable y medible?	Separación en 3 bolsas de 3 colores
¿En qué contexto o situación debe ocurrir?	En sus hogares
¿Quién debe realizar este comportamiento?	Asambleístas y sus familias
¿Con qué frecuencia o en qué momento se espera que ocurra?	Todos los días y el día que pasa el camión y el reciclador

Pregunta	Tu respuesta
¿Cuál es el comportamiento que deseas promover?	Hacer recomendaciones, participar y presentar propuesta
¿Qué lo hace observable y medible?	Registro de participación y propuestas en las sesiones
¿En qué contexto o situación debe ocurrir?	En la sesión en la Torre Atrio, a lo largo del día, 3 preguntas una al final del día.
¿Quién debe realizar este comportamiento?	Asambleístas: Viven en Bogotá, 14 - 80 años todos los grupos poblacionales. Incluye Migrantes
¿Con qué frecuencia o en qué momento se espera que ocurra?	En la fase deliberativa: 4 sesiones. Sincrónicas. 4, 18, 25

Pregunta	Tu respuesta
¿Cuál es el comportamiento que deseas promover?	Asistan a todos los espacios y leer y hacer las actividades que se envían todos los días
¿Qué lo hace observable y medible?	Registro de asistencia y cantidad de actividades realizadas y entregadas
¿En qué contexto o situación debe ocurrir?	En la torre atrio Whatsapp: casas, celular, medios de transporte
¿Quién debe realizar este comportamiento?	Asambleístas (familia clave): Viven en Bogotá, 14 - 80 años todos los grupos poblacionales. Incluye Migrantes
¿Con qué frecuencia o en qué momento se espera que ocurra?	3 sábados seguidos, y otros 2 sábados seguidos

Plantilla 2: Redacción final del objetivo comportamental

Separación de residuos

Queremos que los asambleístas y sus familias separen los residuos adecuadamente (en 3 bolsas de 3 colores) en sus hogares, todos los días y el día que pasa el camión y el reciclador

Participación dentro del proceso deliberativo

Queremos que los asambleístas, residentes en Bogotá de entre 14 y 80 años, incluyendo población migrante, realicen recomendaciones, participen y presenten propuestas de manera activa durante las sesiones deliberativas presenciales en la Torre Atrio

Asistencia y respuesta a retos/mensajes

Queremos que los asambleístas y sus familias, residentes en Bogotá, de entre 14 y 80 años, incluyendo población migrante, asistan a todos los espacios presenciales programados en la Torre Atrio y que, de manera cotidiana, lean y realicen las actividades enviadas diariamente a través de WhatsApp, ya sea desde sus hogares, el celular o durante sus desplazamientos

Plantilla 3: Inventario de comportamientos posibles

Comportamiento candidato	¿Es observable?	¿Es medible?	¿Es prioritario?	¿Es viable en este espacio?
Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐
Reducir la generación de residuos en el hogar	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☐ No ☒
Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐
Replicar ejercicio en los barrios	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☐ No ☒
Aumentar asistencia y respuesta a retos/mensajes	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐



Plantilla 4: Mapa de análisis de barreras por tipo

Comportamiento 1: Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar

Tipo COM - B	Barrera	Facilitador	Fuente (dato, entrevista, hipótesis)
Capacidades	Entender tipos de residuos, cómo prepararlos y cómo disponerlos en cada bolsa	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Capacidades	Recordar el uso de los colores de las bolsas donde deben depositar cada tipo de residuo	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Las personas no disponen de recursos ni tiempo	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Las redes de apoyo dificultan la separación, no es una práctica común en los hogares	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	Existe la creencia de que no sirve para nada, que todo se mezcla en el camión	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	Existen respuestas automáticas asociadas a no separar	No identificado	Reunión y análisis con actores clave

Comportamiento 2: Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo.

Tipo COM - B	Barrera	Facilitador	Fuente (dato, entrevista, hipótesis)
Capacidades	Se requiere habilidades de expresión, habilidades cognitivas y actitudinales para realizar recomendaciones	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Capacidades	Se requiere claridad en las instrucciones	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Si las personas no hacen recomendaciones, se genera el efecto espectador	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Falta de modelos de rol	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	Temas de su interés (como animales, personas) o un beneficio para la ciudad	No identificado	Reunión y análisis con actores clave

Comportamiento 3: Aumentar asistencia y respuesta a retos/mensajes.

Tipo COM - B	Barrera	Facilitador	Fuente (dato, entrevista, hipótesis)
Capacidades	Comprender la complejidad del tema o saturación con mucha información	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Capacidades	Se pueden olvidar las fechas	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Poca asistencia de otros (Norma social)	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Ubicación, trancón, actividades de sábado	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	miedo, angustia, preocupación, timidez	No identificado	Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	Creencia de que será una pérdida de tiempo	No identificado	Reunión y análisis con actores clave

Nota: En esta oportunidad no se identificaron facilitadores para algunas de las dimensiones, para esos casos se reportan como “no identificado”

Plantilla 5: Prioriza y descarta

Este proyecto contó con módulos de formación asincrónica (WhatsApp) y formación sincrónica presencial, implementados en gran parte por el equipo de ciclos deliberativos. Ethos guió el proceso de análisis comportamental, realizó la síntesis de soluciones de los procesos de ideación e implementó el taller para los assembleístas. Aunque no se cuenta con información sobre lo que fue implementado del portafolio de soluciones, **las plantillas a continuación presentan tanto los elementos que fueron implementados en el taller como los que potencialmente se incluyeron en los demás módulos sincrónicos y asincrónicos.**

Comportamiento 1: Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento?	¿Es modificable en el espacio formativo?	¿Decides incluirla?	Razón
Entender tipos de residuos, cómo prepararlos y cómo disponerlos en cada bolsa	Capacidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Recordar el uso de los colores de las bolsas donde deben depositar cada tipo de residuo	Capacidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Las personas no disponen de recursos ni tiempo	Oportunidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Las redes de apoyo dificultan la separación, no es una práctica común en los hogares	Oportunidad	Si	Si	Si	Impacto de normas sociales en el comportamiento
Existe la creencia de que no sirve para nada, que todo se mezcla en el camión	Motivación	Si	Si	Si	El taller incluye resultados de casos de éxito y ejercicio de ideación de soluciones
Existen respuestas automáticas asociadas a no separar	Motivación	Si	Si	Si	El taller incluye impacto de sistema automático de toma de decisiones y sesgos cognitivos

Comportamiento 2: Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo.

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento?	¿Es modificable en el espacio formativo?	¿Decides incluirla?	Razón
Se requiere habilidades de expresión, habilidades cognitivas y actitudinales para realizar recomendaciones	Capacidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Se requiere claridad en las instrucciones	Capacidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Si las personas no hacen recomendaciones, se genera el efecto espectador	Oportunidad	Si	Si	No	Hace parte del módulo de sesgos cognitivos
Falta de modelos de rol	Oportunidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Temas de su interés (como animales, personas) o un beneficio para la ciudad	Motivación	Si	No	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller

Comportamiento 3: Aumentar asistencia y respuesta a retos/mensajes.

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento?	¿Es modificable en el espacio formativo?	¿Decides incluirla?	Razón
Comprender la complejidad del tema o saturación con mucha información	Capacidad	Si	Si	No	Corresponde a los otros módulos, no hace parte del taller
Se pueden olvidar las fechas	Capacidad	Si	Si	No	Se desconoce si se tuvo en cuenta para el taller
Poca asistencia de otros (Normas sociales)	Oportunidad	Si	Si	Si	Impacto de normas sociales en el comportamiento
Ubicación, trancón, actividades de sábado	Oportunidad	Si	Si	No	Se desconoce si se tuvo en cuenta para el taller
Miedo, angustia, preocupación, timidez	Motivación	Si	Si	Si	Se pueden incluir dinámicas de participación
Creencia de que será una pérdida de tiempo	Motivación	Si	Si	Si	Reflexiones y evidencia para transformar creencias negativas

Plantilla 6: Plan de diseño comportamental del espacio formativo

Comportamiento	Módulo o sección	Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?
Transversal	Rompehielos	Miedo, angustia, preocupación, timidez	Motivación	Actividad dinámica rompehielos	Emplear formatos dinámicos y sencillos de participación facilita que las personas se involucren
Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar	Inicio del taller	Existen respuestas automáticas asociadas a no separar	Motivación	Presentación de sistema 1 y 2 (automático y reflexivo) y sesgos cognitivos en el contexto de separación de residuos y participación ciudadana	Reconocer los propios sesgos y sistema automático de toma de decisiones facilita una actuación más consciente y alineada con los objetivos personales
Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo		Si las personas no hacen recomendaciones, se genera el efecto espectador			
Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar	Mitad del taller	Las redes de apoyo dificultan la separación, no es común en los hogares	Oportunidad	Presentación power point y de videos sobre el impacto de las normas sociales en el comportamiento	Transformar y visibilizar las normas sociales motiva a actuar con mayor compromiso social y bajo los estándares colectivos
Aumentar asistencia y respuesta a retos y/o mensajes		Poca asistencia de otros (Normas sociales)			
Transversal	Mitad del taller	Existe la creencia de que no sirve para nada, que todo se mezcla en el camión Creencia de que es una pérdida de tiempo	Motivación	Presentación de casos de éxito de la aplicación de ciencias del comportamiento en el contexto de participación ciudadana y separación de residuos	Fortalece la confianza en acciones concretas con impacto real, impulsando cambios de actitudes y comportamientos que aportan a la solución de problemáticas

Comportamiento	Módulo o sección	Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?
Transversal	Fin del taller	Transversal	Transversal	Ejercicio práctico de modelo EAST en el contexto de separación de residuos	La aplicabilidad en contextos reales y el ejercicio de reflexión sobre la problemática funciona como factor de autoconvencimiento
Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Entender tipos de residuos, cómo prepararlos y cómo disponerlos en cada bolsa	Capacidad	Diseñar dinámicas prácticas o juegos de clasificación en la capacitación (ej. separar residuos reales en bolsas durante la sesión).	Practicar permite pasar de la teoría a la práctica, y genera confianza de poder hacerlo bien
Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Recordar el uso de los colores de las bolsas donde deben depositar cada tipo de residuo	Capacidad	Introducir recordatorios visuales (stickers cerca de la caneca o nevera - imanes)	Reduce la carga cognitiva en el momento de decidir dónde botar el residuo, una opción fácil y automática
Separación en 3 bolsas de los 3 colores en el hogar	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Las personas no disponen de recursos ni tiempo	Oportunidad	Enseñar trucos de bajo costo (reutilizar bolsas de mercado).	Mayor percepción de viabilidad del comportamiento
Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo.	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Se requiere habilidades de expresión, habilidades cognitivas y actitudinales para realizar recomendaciones	Capacidad	Plantillas simples ("Yo recomiendo que... porque...").	Estructura el pensamiento y facilita transmitir el mensaje
Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo.	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Se requiere claridad en las instrucciones	Capacidad	Usar instrucciones escritas + verbales + visuales y pedir a un participante que repita la instrucción (confirmación activa).	Facilita comprensión real desde distintos estilos de aprendizaje
Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo.	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Falta de modelos de rol	Oportunidad	Invitar a líderes comunitarios o primeros voluntarios a dar ejemplo. Moderador resalta aportes iniciales como valiosos.	Aumenta la legitimidad del comportamiento al venir de referentes cercanos.



Comportamiento	Módulo o sección	Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?
Participar, involucrarse y proponer dentro del proceso deliberativo.	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Temas de su interés (como animales, personas) o un beneficio para la ciudad	Motivación	Relacionar las preguntas con intereses locales y concretos. Personalizar ejemplos (“¿cómo aplicarías esto en tu barrio?”)	Incrementa la relevancia emocional del contenido, mayor conexión y familiaridad
Aumentar asistencia y respuesta a retos/mensajes	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Comprender la complejidad del tema o saturación con mucha información	Capacidad	Dividir contenidos en micro-retos de 1 minuto máximo Usar chunking: 1 idea clave por día.	Facilita el aprendizaje al reducir la sobrecarga cognitiva
Aumentar asistencia y respuesta a retos/mensajes	Módulos asincrónicos o sincrónicos	Ubicación, trancón, actividades de sábado	Oportunidad	Horarios pre-acordados con la comunidad Hacer un documento que ayude a planear desde el primer día a cada quien	Da previsibilidad y control a las personas sobre su tiempo



Plantilla 7: Guía de implementación

Nota: esta plantilla se enfoca exclusivamente en los elementos incluidos en el taller, implementado directamente por **Ethos**

Momento	Acción específica	Barreras abordadas	Facilitador responsable	Recursos necesarios	Actividades clave	Acciones posteriores
Rompehielos	Dinámica elige tu esquina	Miedo, angustia, preocupación, timidez	Facilitador principal	Letreros para pegar en cada esquina del salón Preguntas orientadoras	Los participantes van a la esquina del salón que tiene su respuesta a la pregunta	Continuación del taller aprovechando estas primeras reflexiones
Inicio del taller	Presentar sesgos cognitivos	Existen respuestas automáticas asociadas a no separar Efecto espectador	Facilitador principal	Presentación Power point e historietas como recurso visual y pedagógico	Presentar el tema de sesgos cognitivos y apoyar en narrativa con historietas	No aplica
Mitad del taller	Presentar impacto de normas sociales en el comportamiento	Las redes de apoyo dificultan la separación, no es común en los hogares Poca asistencia de otros	Facilitador principal	Presentación power point y videos como recurso didáctico y pedagógico	Explicar impacto de normas sociales en el comportamiento y presentar video pedagógico	No aplica
Mitad del taller	Presentar de casos de éxito de la aplicación de ciencias del comportamiento	Existe la creencia de que no sirve para nada, que todo se mezcla en el camión Creencia de que es una pérdida de tiempo	Facilitador principal	Presentación power point con slides que muestran resultados de impacto en casos de éxito	Explicar resultados de casos de éxito en el contexto de participación ciudadana y separación de residuos	No aplica
Fin del taller	Ejercicio práctico	Transversal	Facilitador principal	Preguntas guía y espacio para trabajar en grupos	Ejercicio práctico de modelo EAST en el contexto de separación de residuos	No aplica

Plantilla 8: Plan de medición simple

Nota: La evaluación de este proyecto no incluyó medidas de cambio comportamental, fue desarrollada por Fundación Colombia 2050, incluyendo variables sobre habilidades, conocimiento y confianza.

Proyecto 3.

Proyecto ocupar la política

En este proyecto el objetivo fue: Ajustar y complementar la formación para incrementar su impacto utilizando ciencias del comportamiento

Plantilla 1: Guía para construir tu objetivo comportamental

Pregunta	Tu respuesta
¿Cuál es el comportamiento que deseas promover?	• Reducir discursos de odio y estigmatización • Comunicar información con base en datos y evidencia
¿Qué lo hace observable y medible?	Los mensajes que escriben las candidaturas en redes sociales
¿En qué contexto o situación debe ocurrir?	Comunicaciones en redes sociales
¿Quién debe realizar este comportamiento?	Las candidaturas
¿Con qué frecuencia o en qué momento se espera que ocurra?	Desde el 8 de noviembre al 8 de marzo, cada vez que publiquen

Plantilla 2: Redacción final del objetivo comportamental

Queremos que las candidaturas reduzcan sus discursos de odio, violencia o estigmatización y se comuniquen con base en datos y evidencia en redes sociales desde el 8 de noviembre al 8 de marzo cada vez que publiquen.

Plantilla 3: Inventario de comportamientos posibles

Comportamiento candidato	¿Es observable?	¿Es medible?	¿Es prioritario?	¿Es viable en este espacio?
Publicar en redes sociales encuestas o formularios donde la ciudadanía vote entre varias prioridades.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☒ No ☐
Reducir discursos de odio, violencia y estigmatización de las candidaturas.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐
Usar datos e información comprobable en las comunicaciones.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐
Realizar encuentros comunitarios abiertos para recoger propuestas ciudadanas antes de definir un plan o programa.	Si ☒ No ☐	Si ☒ No ☐	Si ☐ No ☒	Si ☐ No ☒



Plantilla 4: Mapa de análisis de barreras por tipo

Tipo COM - B	Barrera	Facilitador	Fuente (dato, entrevista, hipótesis)
Capacidades	Falta de conocimiento de lenguaje constructivo	Tienen buenas habilidades para relacionarse con la gente	- Test de diagnóstico - Reunión y análisis con actores clave
Capacidades	Baja autorregulación emocional en contextos de estrés (habilidad psicológica) - Capacidad de control de impulso verbal y modulación emocional	Las candidaturas tienen empatía y apertura a hablar con personas de otras ideologías	- Test de diagnóstico - Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	El lenguaje vengativo se ha vuelto norma social	No identificado	- Test de diagnóstico - Reunión y análisis con actores clave
Oportunidades	Falta de modelos de rol, pocos ejemplos de campañas exitosas con lenguaje respetuoso	Hay referentes políticos y no políticos que motiven a hacer el comportamiento	- Test de diagnóstico - Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	No creen que la comunicación respetuosa es importante, no le ven valor agregado	Ejercicio motivacional público: qué los mueve para estar ahí, por que lo hicieron	- Test de diagnóstico - Reunión y análisis con actores clave
Motivaciones	Creencia de que el lenguaje violento es más efectivo	Va a haber una percepción positiva de comunicarse distinto	- Test de diagnóstico - Reunión y análisis con actores clave

Nota: En esta oportunidad no se identificaron facilitadores para algunas de las dimensiones, para esos casos se reportan como “no identificado”.

Plantilla 5: Prioriza y descarta

Barrera	Tipo COM-B	¿Clave para el comportamiento?	¿Es modificable en el espacio formativo?	¿Decides incluirla?	Razón
Falta de conocimiento de lenguaje constructivo	Capacidad	Si	No	No	Se incluye como parte de las mentorías personalizadas
Baja autorregulación emocional en contextos de estrés	Capacidad	Si	No	No	Se incluye como parte de las mentorías personalizadas
El lenguaje vengativo se ha vuelto norma social	Oportunidad	Si	Si	Si	Se puede desarrollar un ejercicio público que permita normalizar la comunicación respetuosa
Falta de modelos de rol, pocos ejemplos de campañas exitosas con lenguaje respetuoso	Oportunidad	Si	No	No	Existen referentes y guías políticos preestablecidos
No creen que la comunicación respetuosa es importante, no le ven valor agregado	Motivación	Si	Si	Si	Se puede demostrar el impacto negativo de los discursos de odio
Creencia de que el lenguaje violento es más efectivo	Motivación	Si	Si	Si	Hay evidencia del impacto de los discursos de odio

Plantilla 6: Plan de diseño comportamental del espacio formativo

Las herramientas que se presentan a continuación fueron ideadas de manera colaborativa junto al equipo de Ocupar la Política, a partir de un proceso de co-creación orientado a responder a las necesidades y objetivos del proyecto. Asimismo, Ethos aportó su experiencia técnica y metodológica en el desarrollo de algunas visualizaciones para presentar en la última sesión de formación. En cuanto a la implementación, la sesión de formación, así como el acompañamiento a través de mentorías personalizadas, está a cargo del equipo de Ocupar la Política.

Módulo o sección	Barrera que aborda	Tipo COM-B	Actividad o recurso que se diseña	¿Cómo contribuye al cambio?
Sesión de formación del taller	El lenguaje vengativo se ha vuelto norma social	Oportunidad	Firma pública de protocolo de compromiso con el uso de comunicación respetuosa	Norma social visible que legitima el uso de lenguaje respetuoso dentro del equipo y hacia el exterior
Sesión de formación del taller	No creen que la comunicación respetuosa es importante, no le ven valor agregado	Motivación	Visualización del mapa de propagación de discurso de odio	Aumenta la percepción del impacto del lenguaje, generando motivación para comunicarse de manera respetuosa
Sesión de formación	Creencia de que el lenguaje violento es más efectivo	Motivación	Visualización del paper sobre exposición al discurso de odio y afectación neurocognitiva	Debilita esta creencia, al demostrar, que por el contrario, los discursos de odio tienen efectos negativos en la cognición y empatía
Mentorías personalizadas	Falta de conocimiento de lenguaje constructivo	Capacidad	Glosario con alternativas de lenguaje para reemplazar expresiones polarizantes	Herramienta de fácil uso y acceso que permite familiarizarse e incorporar nuevos términos en las comunicaciones
Mentorías personalizadas	Baja autorregulación emocional en contextos de estrés	Capacidad	Protocolo breve con preguntas clave para promover comunicaciones más conscientes	Fomenta hacer una pausa y evaluar las comunicaciones, mitigando el impacto de respuestas impulsivas en contextos de estrés y tensión

Plantilla 7: Guía de implementación

Momento	Acción específica	Barreras abordadas	Facilitador responsable	Recursos necesarios	Actividades clave	Acciones posteriores
Sesión de formación	Firma de compromiso	El lenguaje vengativo se ha vuelto norma social	Facilitador principal	Mural con declaración de compromiso, pinturas y marcadores para firma	Firma del dispositivo de compromiso público	No aplica
Sesión de formación	Presentar mapa de propagación del discurso de odio	No creen que la comunicación respetuosa es importante, no le ven valor agregado	Facilitador principal	Presentación power point	Presentar y reflexionar sobre la propagación y escalada de los discursos de odio	No aplica
Sesión de formación	Presentar resultados del paper	Creencia de que el lenguaje violento es más efectivo	Facilitador principal	Presentación power point	Mostrar resultados del impacto de la exposición a discursos de odio en la empatía y función cerebral	No aplica

Plantilla 8: Plan de medición simple

Objetivo comportamental:

- Reducir discursos de odio y estigmatización
- Comunicar información con base en datos y evidencia

La medición se desarrolla en dos momentos:

- **Efecto pre-post de la sesión de formación:** A través de un instrumento diseñado para medir comportamiento, capacidades, oportunidades y motivaciones
- **Método de medición:** Pre y post test
- **¿Quién mide?:** Diseño del test por Ethos BT y el equipo de Ocupar la política lo comparte con los asistentes
- **¿Cuándo se mide?:** Al inicio de la sesión (pre-test) y 15 días después (post-test)

Indicador

Cambio porcentual en comportamiento: Criterios de calidad y cuidado aplicados a las comunicaciones y disposición a comunicaciones respetuosas, transparentes y basadas en evidencia

Cambio porcentual en capacidades: Empatía y toma de perspectiva, habilidad para usar técnicas de comunicación efectiva, comprensión de los riesgos de los discursos de odio, conocimiento de términos apropiados para uesta frente a situaciones tensas

Cambio porcentual en oportunidades: Disponibilidad de espacios tiempo o recursos para planificar comunicaciones y norma social de comunicación respetuosa

Cambio porcentual en motivaciones: Justificación a comunicaciones de odio, metas de campaña asociada a comunicación respetuosa, percepción de apoyo de pares y votantes ligada al tono de comunicación, creencias de falta de carácter o decisión en la comunicación respetuosa

- **Comparación de las comunicaciones:** Evaluación periódica de las comunicaciones realizadas por candidaturas seleccionadas aleatoriamente
- **Método de medición:** Comparación de grupo de tratamiento y control
- **¿Quién mide?:** Ethos BT propone la guía de medición y el equipo de Ocupar la política realizan el proceso de aleatorización, evaluación y medición de resultados
- **¿Cuándo se mide?:** Una vez al mes, durante los meses de diciembre, enero, febrero y marzo

Indicador

Diferencia porcentual entre los grupos de tratamiento y control: Puntuación obtenida en la evaluación a partir del Checklist para detectar comunicación respetuosa, transparente y basada en evidencia