Resumen de las actividades

2 horas 35 minutos en total

Plan del módulo

Creación de demanda

1. **Introducción**: Interpretación de video
2. **Qué es la creación de demanda**: Interpretación de videos, interpretación de afiches, lectura
3. **Análisis**: Cuaderno de actividades y ejemplo
4. **Diseño y desarrollo**: Lectura, interpretación de videos, cuaderno de actividades
5. **Implementación y monitoreo**: Cuaderno de actividades
6. **Revisión**: Comentar en parejas y debate grupal

Objetivos de aprendizaje

Cuando finalice esta sesión, los participantes serán capaces de:

1. Explicar el concepto de creación de demanda y los factores impulsores.
2. Evaluar el contexto para diseñar y desarrollar una intervención de creación de demanda.
3. Seleccionar actividades apropiadas para crear demanda para un programa de letrinas.

Lecturas recomendadas

Resumen técnico: Creación de demanda

Estudios de casos de saneamiento

SaniFOAM (disponible en inglés en: <https://www.wsp.org/featuresevents/features/sanifoam-framework-design-effective-sanitation-programs>)

Libro de consulta sobre cambio de hábitos de saneamiento (disponible en inglés en: <https://www.unilever.com/Images/sanitation-behaviour-change-source-book_tcm244-510654_en.pdf>)

Materiales

Cuaderno de actividades para participantes (1 por participante)

PowerPoint: Creación de demanda

Video: Creación de demanda de PSHI FMI (disponible en inglés en: [https://www.youtube.com/watch?v=omirFC795jY](https://www.youtube.com/watch?v=omirFC795jY%20) [6:27])

Video: ¿Qué es el saneamiento total liderado por la comunidad y cómo funciona? (disponible en inglés en: <https://www.youtube.com/watch?v=fEY7zaUp7BI> [6:13])

Afiches: Saneamiento (disponibles en la página de recursos sobre WASH)

Libro de consulta sobre cambio de hábitos de saneamiento (págs. 29-37)

10 minutos

Introducción: Interpretación de video

1. Reproduzca el video que muestra cómo una organización crea demanda para un producto. CAWST recomienda el video *Creación de demanda de PSHI FMI*.
2. Pregunte: "¿A qué público se dirige?".
3. Pregunte: "¿Qué actividades implementó la organización para crear demanda?".
4. Pregunte: "¿Cuál fue el mensaje clave para crear demanda?".
5. Presente los objetivos de aprendizaje o haga un resumen de la lección.

40 minutos

Qué es la creación de demanda: Interpretación de videos, interpretación de afiches, lectura

1. Explique de qué manera define CAWST los términos **creación de demanda** y **cambio de hábitos**.
2. Explique qué significa el término **factor impulsor** y dé ejemplos (p. ej.: seguridad, comodidad y estatus).

Consejo para los capacitadores

Busque y muestre videos que sean más adecuados para el contexto en el que trabaja usted.

1. Muestre algunos anuncios publicitarios de un producto que apunte a varios factores impulsores. En el archivo de PowerPoint, CAWST ha incluido enlaces a tres anuncios publicitarios relacionados con autos. Pregunte: "¿A qué público se dirige? ¿Cuál es el factor impulsor?".
2. Muestre los 5 afiches de CAWST que apuntan a distintos factores impulsores. Para cada afiche, pregunte: "¿Cuál es el factor impulsor?". *Consejo para los capacitadores: Use la presentación de PowerPoint para debatir con todo el grupo o imprima los afiches. Hay afiches para 5 regiones diferentes.*
3. Divida a los participantes en grupos de 3-4 personas. Explique que las organizaciones han identificado distintos factores impulsores que llevan a instalar y usar una letrina. Pídales a los participantes que pasen a la página 8 del resumen técnico sobre creación de demanda para repasar cuáles son los factores impulsores según Unilever.
4. Pregunte: "¿Por qué es importante la creación de demanda?". Explique las consecuencias que han tenido los programas que solo se centraban en la oferta o suministro de letrinas pero no en la creación de demanda.

Puntos clave

* Hay distintos factores impulsores que motivan a una persona a comprar y usar un producto.
* Los factores impulsores se pueden categorizar de distintas maneras, pero es útil usar un modelo.
* Los programas impulsados por la oferta y de enfoque descendente suelen hacer que el diseño sea inapropiado, que el nivel de adopción sea bajo y se usen mal las letrinas (Mara et al., 2010).

30 minutos

Análisis: Cuaderno de actividades y ejemplo

1. Pídales a los participantes que vuelvan a los grupos del cuaderno.
2. Presente el marco de programa ADDIM y recuérdele al grupo que se debe hacer un estudio inicial antes que nada. Explique cómo se hace un estudio inicial para la creación de demanda. Pídales a los participantes que regresen al **cuaderno de actividades** y respondan la pregunta 1.
3. Pregunte: "¿Por qué es importante seleccionar un público objetivo?".
4. Explique que no hay guías estrictas sobre cómo seleccionar un público objetivo. Pídales que consulten las preguntas guía que les ayudarán a seleccionar 2 públicos objetivos. Pídales a los participantes que regresen al **cuaderno de actividades** y respondan la pregunta 2.
5. Explique que, después de seleccionar los públicos objetivos, tendrán que determinar cuáles son los factores impulsores que los motivan a instalar y usar una letrina. Esta tarea se hace mediante investigación formativa. En el resumen técnico, hay una tabla donde se enumeran algunas herramientas de investigación formativa. Coménteles a los participantes que, en este taller, no se dan detalles sobre cómo llevar a cabo una investigación formativa. Para ilustrar el proceso de investigación formativa, presente la evaluación del programa de letrinas de Helvetas usando el archivo de PowerPoint u otro ejemplo.
6. Pídales a los participantes que regresen al **cuaderno de actividades** y completen la pregunta sobre investigación formativa y factores impulsores (preguntas 3 y 4).

60 minutos

Diseño y desarrollo: Lectura, interpretación de videos, cuaderno de actividades

1. Repase el paso sobre diseño y desarrollo del marco de programa ADDIM. Diga: "Buenas noticias, no tienen que diseñar una intervención de creación de demanda desde cero. Hay muchos enfoques, actividades y herramientas para abordar factores impulsores específicos. Tendrán que ser creativos y adaptar los enfoques y las actividades al contexto en el que trabajen ustedes".
2. Mencione los 2 recursos que son útiles para generar ideas para la intervención de creación de demanda (el *Libro de consulta sobre cambio de hábitos de saneamiento* de Unilever y el *Conjunto de herramientas para marketing del saneamiento* de WSP).
3. Entréguele una copia del *Libro de consulta* de Unilever (o solo las páginas 29-37) a cada grupo. Explíqueles a los participantes que tendrán que analizar los distintos factores impulsores, elegir los que sean relevantes para su programa de letrinas y leer la sección "Ideas". Tendrán 10-20 minutos para completar esta actividad.
4. Explíqueles que también se han desarrollado enfoques basados en la comunidad para crear demanda: el saneamiento total liderado por la comunidad, WASH en escuelas, los clubes de salud comunitaria y la transformación participativa para la higiene y el saneamiento (PHAST). Para cada enfoque, pregunte: "¿Quién conoce este enfoque?".
5. Muestre el video *¿Qué es el saneamiento total liderado por la comunidad y cómo funciona?*.
6. Pregunte: "¿A qué factores impulsores apunta este enfoque? ¿Qué actividades implementa la organización?".
7. Deles a los participantes 5-10 minutos para que lean la descripción de los enfoques que aparecen en el resumen técnico. Pregunte: "¿Tienen alguna pregunta sobre los otros enfoques basados en la comunidad?". Deje que los participantes compartan sus experiencias.
8. Pídales que regresen al **cuaderno de actividades** y respondan la pregunta 5. Deles 15 minutos para esta tarea.
9. Explíqueles que se han centrado en el diseño de una intervención de creación de demanda basada en los factores impulsores identificados, pero que hay otras consideraciones que también influyen en el diseño de una intervención. Describa esos otros factores.

Puntos clave

* Hay muchos enfoques, actividades y herramientas para abordar factores impulsores específicos.
* Sea creativo y adapte los enfoques y las actividades al contexto.

5 minutos

Implementar y monitorear: Cuaderno de actividades

1. Repase el paso sobre implementación y monitoreo del marco de programa ADDIM.
2. Explique por qué es importante hacer una prueba piloto de la intervención de creación de demanda y, luego, monitorear la intervención.
3. Pídales a los participantes que regresen al **cuaderno de actividades** y respondan la pregunta 6.

10 minutos

Revisión: Comentar en parejas y debate grupal

1. Pídales a los participantes que, en parejas, comenten qué es lo más importante que se llevan del módulo sobre creación de demanda.
2. Pídales que compartan sus ideas con todo el grupo.
3. Pregúnteles a los participantes si tienen alguna duda.
4. Resuma los puntos clave.

|  |  |
| --- | --- |
| Este documento es de contenido abierto y está elaborado bajo la licencia [Creative Commons Atribución-Compartir Igual 4.0 Internacional.](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) Consulte las guías de CAWST para distribuir, traducir, adaptar o citar los recursos de CAWST ([resources.cawst.org/cc](https://resources.cawst.org/cc)). |  |