



Vigilada Mineducación

**INTERVENCIÓN COMPORTAMENTAL PARA AUMENTAR EL
PORCENTAJE DE VISITANTES COAGRICULTORES A LA FINCA DE
LA CSA CAMINO A LA MONTAÑA-EAFIT**

BEHAVIORAL INTERVENTION TO INCREASE THE PERCENTAGE OF CO-FARMER
VISITORS TO THE FARM OF THE CSA CAMINO DE LA MONTAÑA -EAFIT

ANDREA HENAO DUQUE Y LAURA VEGA GUTIERREZ

Intervención comportamental

Asesor, docente

Santiago Silva Jaramillo

Universidad EAFIT

Escuela de Artes y Humanidades

Maestría en Estudios del Comportamiento

Medellín

2023

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	4
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
3. INTENCIÓN DE CAMBIO	10
4. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA	12
4.1 CSA: COMUNIDADES QUE SOPORTAN LA AGRICULTURA	12
4.2 ENTENDER LAS COMUNIDADES	15
4.3 SOBRE LA MOTIVACIÓN	15
5. MÉTODO	17
5.1 MINDSPACE, COMO MODELO COMPORTAMENTAL	17
5.2 DISEÑO	19
5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	19
5.4 IMPLEMENTACIÓN DE LA INTERVENCIÓN	19
5.4.1 DESARROLLO	19
5.4.2 ETAPA FINAL Y PRUEBA DE CONCEPTO	21
5.4.3 NOVEDADES DE LA INTERVENCIÓN	22
5.5 MEDICIÓN	23
6. RESULTADOS	24
7. DISCUSIONES	28
8. CONCLUSIONES	30
9. LIMITACIONES	31
10. REFERENCIAS	32
ANEXOS	36

RESUMEN

El cambio climático y toda la conversación global alrededor de este fenómeno ha suscitado la creación de un nuevo tipo de activista que toma sus emociones negativas frente a este problema, las convierte en acciones concretas y cambia sus formas de consumo, en especial, cuando se trata de su alimentación. Así, elige un modelo agroecológico como el que representa una Comunidad que Sustenta la Agricultura (CSA), donde el consumidor se convierte en un coagricultor que asume los mismos riesgos del campesino agricultor. En EAFIT existe este modelo y cuenta con 27 coagricultores que apoyan, con el pago de una mensualidad, a una familia campesina. Para que esta CSA funcione debe cumplir con una serie de características que implican la consolidación de una comunidad. Se encontró que una forma de potenciarlas era fortaleciendo el vínculo entre agricultor y coagricultor por medio de una visita a la finca, y para conseguir una asistencia masiva, se realizó una intervención basada en el modelo comportamental MINDSPACE, que quiso mostrar a la familia agricultora como el mensajero clave para generar sentimientos de cercanía y familiaridad; crear expectativas y emociones positivas alrededor de la visita y generar un compromiso público de asistencia. Finalizada la intervención, se concluyó que no se logró incrementar el porcentaje de coagricultores presentes en la finca; sin embargo, sí se logró generar las emociones esperadas y el mensajero fue el elemento más relevante de la intervención.

Palabras clave: comunidad, compromiso, sostenibilidad, cultivos agroecológicos, motivación, ciencias del comportamiento.

1. INTRODUCCIÓN

La adopción de nuevos comportamientos para reducir su huella ecológica y generar cambios positivos en su contexto más cercano es una de las características que define al consumidor activista. Esta figura representa la sostenibilidad activa, uno de los conceptos presentados por la firma WGSN, en 2021, en su investigación *Crear de forma más eficaz: cómo innovar hacia un futuro más sostenible*. Este reporte resalta a un consumidor con propósito que se esfuerza por cambiar su estilo de vida, y transformar sus emociones negativas hacia el cambio climático en acciones concretas y que se guía por valores como la comunidad y la colaboración (WGSN, 2021).

El cambio climático también es el eje central de los consumidores en otro informe presentado por la misma firma, en el que se enfatiza cómo este fenómeno ha impactado, en los últimos años, la forma cómo las personas eligen sus alimentos: quieren saber de dónde vienen, cómo fueron producidos y la historia detrás de sus productores (Lancaster, 2020). Estas acciones particulares hacen parte de los componentes que definen una Comunidad que Sustentan la Agricultura (CSA): una manera colectiva y sostenible de producción y distribución de alimentos, en la que agricultores y consumidores, llamados en este modelo “coagricultores”, establecen una relación con la que comparten los costos de la producción de los alimentos (Hinrichs, 2000, como se citó en Bonfert, 2022).

Así se busca ofrecer a los agricultores una seguridad financiera cubriendo su inversión y compartiendo los riesgos y la incertidumbre de cada cosecha, mientras que las familias coagricultoras reciben alimentos agroecológicos locales (Ostrom, 2008, como se citó en Bonfert, 2022). La participación de los coagricultores es clave para establecer y mantener una conexión con la familia agricultora y los cultivos, una conexión que inspire el compromiso con una CSA en particular (Hayden & Buck, 2012) y permita que sus

integrantes se involucren en el análisis financiero y en la logística, entre otras actividades requeridas para el funcionamiento de las CSA (Mejía, 2022).

Actualmente existe una Comunidad que Sustenta la Agricultura en la Universidad EAFIT llamada Camino a la Montaña, conformada por una familia campesina agricultora y 27 coagricultores, en su mayoría profesores y empleados administrativos de la Universidad. En su funcionamiento se evidencia poca participación y bajo compromiso en la mayoría de sus coagricultores, llevando a que las actividades y funciones necesarias para su funcionamiento, como la logística de los pagos, la programación de visitas a la finca, conseguir nuevos coagricultores, entre otras funciones, queden delegadas solo en quienes lideran este proyecto. Esto obstaculiza el objetivo real de las CSA, que implica ser comunidad e involucrarse con un alto nivel de compromiso.

Elena Socarrás (2004) define comunidad como “[...] un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos” (como se citó en Causse, 2009, p.13). Dentro del significado de comunidad también se resalta la participación de sus integrantes; esta representa una interpenetración recíproca de los planos individuales y colectivos (Causse, 2009).

En el caso específico de esta CSA, la poca participación de los coagricultores en las actividades que se proponen como comunidad reflejan el bajo compromiso de sus integrantes. Una de estas actividades es la visita a la finca donde se producen los alimentos, por eso, este trabajo buscó modificar dicho comportamiento, a partir de una intervención basada en el modelo MINDSPACE, al encontrar que la participación es un elemento clave para la construcción de comunidad y su sostenibilidad en el tiempo, en este caso de la Comunidad que Sustenta la Agricultura Camino a la Montaña - EAFIT.

La intervención, que contó con tres etapas, quiso mostrar a la familia agricultora como el mensajero clave para generar sentimientos de cercanía, empatía y familiaridad; también se buscó crear expectativas y emociones positivas alrededor de la visita y generar un compromiso público de asistencia. Una vez concluida la intervención y, a partir de una serie de entrevistas semiestructuradas a algunos de los coagricultores y líderes de la CSA, se concluyó que no se logró incrementar el porcentaje de coagricultores que visitaron la finca; sin embargo, sí se logró generar las emociones esperadas y el mensajero fue el elemento más relevante de la intervención.

A partir de la visita a la finca se evidencia un compromiso más latente en los coagricultores que sí asistieron y en algunos que no: se creó un grupo de apoyo en el cual se repartieron algunas funciones que anteriormente estaban en manos de las líderes de la CSA; mejoró un poco la recolección a tiempo de las canastas, sin embargo, no se puede concluir que esto se debe a la intervención realizada y todavía se evidencia falta de compromiso en muchos de los coagricultores. Se concluye que es fundamental que la familia agricultora siga presente en todo el proceso como cara visible de la CSA, su historia y lo que representan puede ser un catalizador al momento de fortalecer las dinámicas de este tipo de comunidades y el sentido de pertenencia y compromiso de ellas.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Encontrar literatura e intervenciones comportamentales relacionadas con este modelo agroecológico no fue sencillo. A pesar de ser un tema reconocido e implementado en diferentes países, no se han realizado numerosas intervenciones comportamentales relacionadas con las CSA, en especial enfocadas en temas de participación y compromiso. Sin embargo, la búsqueda arrojó evidencias de intervenciones centradas en temas de salud, y cómo la implementación de una CSA facilita la ingesta de frutas y verduras (Seguin-Fowler

et al., 2021); así mismo arrojó resultados relacionados con una de las acciones primordiales de las familias agricultoras dentro de una CSA como muestra de compromiso: la recolección de las canastas tiempo.

Se encontró que, en Estados Unidos, se realizó una intervención en este aspecto en una CSA subsidiada llamada *Farm to Family*, cuyo público objetivo eran familias de bajos recursos con niños pequeños. Su objetivo era incrementar el porcentaje de familias que recogían las canastas en el tiempo indicado y para esto se les enviaron mensajes de texto como recordatorio para recogerlas en los días y tiempos pactados. Aunque los mensajes de texto fueron bien recibidos por las familias, los resultados indicaron que no tuvieron un impacto en las tasas de respuesta: no se incrementó el porcentaje de personas que recogían las canastas. Además, los coordinadores del programa continuaron con el uso de múltiples estrategias de recordatorio, lo que dificultó determinar el efecto real de los mensajes de texto (Cox et al., 2016).

Otro hallazgo relevante en la revisión de literatura plantea la creación de una CSA como forma de intervención para mejorar la salud de las personas, promoviendo alimentación y comportamientos saludables (Wharton et al., 2015). Este ejemplo particular se concentró en las motivaciones y actitudes de los integrantes de una CSA, y cómo estas facilitan y mejoran las conexiones comunitarias entre compañeros de trabajo, así como la conexión con la tierra y quienes cultivan los alimentos en las granjas (Wharton et al., 2015).

Esta revisión de literatura permitió una comprensión más robusta sobre las dinámicas de una Comunidad que Sustenta la Agricultura y sobre aquellos factores que resultan indispensables para que su funcionamiento y permanencia en el tiempo sean un éxito; entre ellos se resaltan la recolección a tiempo de las canastas, el pago oportuno de la mensualidad que exige la CSA, la implementación de hábitos alimenticios saludables (para darle uso a

todos los alimentos que llegan con cada canasta) y la interacción con los agricultores encargados de la producción de alimentos.

Todos estos factores entregados por la literatura se compararon con el funcionamiento y características de la CSA Camino a la Montaña - EAFIT y fueron claves al momento de identificar los posibles comportamientos problemáticos, elegir el que tenía la posibilidad de tener un efecto derrame más extenso y un impacto mayor, y encontrar la forma más adecuada de intervenirlo. Sin embargo, antes de llegar a una conclusión y contar con un diagnóstico más preciso, se realizó una entrevista semiestructurada (ver anexo 1), establecida bajo las siguientes categorías: información general, motivación, pertenencia a la CSA y coagricultores.

El objetivo central de esta entrevista fue conocer a profundidad este modelo agroecológico y su desarrollo en un contexto cercano (la revisión literaria solo arrojó estudios y ejemplos de otros países), entender las percepciones sobre su funcionamiento y las responsabilidades de sus integrantes e identificar una lista de posibles problemas a intervenir. Se entrevistaron personas con diferentes roles dentro de la comunidad, entre ellos, líderes, coagricultores y potenciales coagricultores.

Los hallazgos permitieron la creación de una lista de comportamientos problemáticos potenciales, entre ellos, que las familias no recogen las canastas a tiempo, que no se involucran con los procedimientos logísticos de la CSA dejando el trabajo en manos de unos pocos, que las familias coagricultoras no se relacionan lo suficiente con los campesinos agricultores y no visitan la finca donde se cultivan los alimentos.

Las CSA crean un sentido de comunidad cuando los consumidores se involucran en diferentes actividades en las fincas, como plantar y cosechar; también cuando comparten la responsabilidad de la sostenibilidad financiera y al comprender cómo funcionan las

economías circulares (Martínez et al., 2022). Así mismo, intercambiar valores con otros miembros y apoyar, de forma voluntaria, por medio del tiempo invertido en la organización son acciones basadas en el compromiso que soporta una CSA (Debuquet, G. et al., 2020). Muchas de estas acciones no se llevan a cabo por muchos de los integrantes de la CSA Camino a la Montaña - EAFIT y esto va en contra de lo que representa este modelo agroecológico.

Las Comunidades que Sustentan la Agricultura buscan ir más allá de una relación de intercambio entre agricultores y consumidores; su principal objetivo es la construcción de una obra colectiva, a partir de una comunidad que construye y fortalece lazos de confianza y pertenencia, en el que los agricultores y coproductores asumen funciones específicas para el mantenimiento de este sistema (Moreira et al., 2020). Y para lograr esto, se ve necesaria la interacción entre ambas partes.

Entonces, por su posible impacto, probabilidad de cambio, efecto derrame y facilidad de medición, el foco comportamental que se eligió para realizar una intervención comportamental fueron las visitas a la finca de la familia agricultora. El comportamiento tiene lugar donde se cultivan los alimentos: en la finca Camino a la montaña, ubicada en el corregimiento de San Antonio de Prado, desde donde viven y trabajan Luz Dary Gómez y Rubén Vélez. Con estas visitas, actualmente, se busca aprender más sobre los cultivos agroecológicos, conocer de dónde vienen los alimentos, cómo son cultivados y, por supuesto, generar lazos de confianza y empatía con la familia agricultora.

Desde la creación de la CSA de EAFIT se han realizado dos visitas: la primera tuvo lugar en Tierra Yai, en El Santuario, con una familia diferente de agricultores que estuvo en el programa antes del ingreso de Camino a la Montaña. Ambas visitas tuvieron baja participación por parte de los coagricultores de la Universidad. La última, que se realizó el 27

de agosto del 2022, contó con la participación del 35.7% de sus integrantes (para ese entonces el número de coagricultores era de 14, hoy son 27 personas).

Por eso, el objetivo de esta intervención fue incrementar el porcentaje de coagricultores que visitan la finca por medio de una intervención bajo el modelo MINDSPACE. Esto es clave para impulsar la construcción de una comunidad con fuertes lazos de confianza y compromiso, y contribuir con su sostenimiento a largo plazo. Esta es otra forma de mantener los inicios originales de este tipo de comunidades, basados en conocer y compartir con quienes cultivan los alimentos agroecológicos que llegan hasta los hogares.

3. INTENCIÓN DE CAMBIO

A partir de la conceptualización empírica se evidenció que entre los coagricultores son diferentes las motivaciones para pertenecer a la CSA Camino a la montaña-EAFIT. Se encontró que dentro de las motivaciones para estar en esta comunidad están sostener y continuar lo que se ha hecho y se ha logrado hasta ahora con la CSA; la labor que se hace, el impacto y los cambios que se pueden generar, esto sumado al agradecimiento de la familia agricultora (C. Mejía, comunicación personal, octubre 27, 2022). También se evidenciaron motivaciones relacionadas con el establecimiento de una comunidad y la participación en un modelo de economía colaborativa, como enfatiza Daniel Higueta, coagricultor de la CSA Camino a la Montaña-EAFIT (comunicación personal, octubre 27, 2022):

Este modelo permite que uno también devuelva: reciba y devuelva, no como que solo consuma y devore [...] La contribución me parece muy importante y siento que es una de las cosas que aún tenemos que aprender [...] ¿Cómo hacemos la devolución más allá del aporte mensual? Este semestre sé que hubo una situación climática, cuando el

granizo les acabó el cultivo y sé que la CSA apoyó y eso está chévere, pero puede ser más allá de ahí.

La participación de los coagricultores en las dinámicas de la CSA es vital en la creación de conexiones, esas que impulsan el compromiso con una comunidad (Hayden & Buck, 2012). Mejía (comunicación personal, octubre 27, 2022) añade que “hacer parte de una comunidad es bonito, es compromiso, es trabajo, es orgullo; es demostrar que se pueden generar cambios. En mi caso lo que más prima es el compromiso”.

Con la conceptualización empírica también se encontraron elementos claves que debían suceder para que el comportamiento deseado ocurriera. Entre ellos estuvo el tiempo como oportunidad física, un factor determinante para que los coagricultores visiten la finca de la familia agricultora y es una de las principales razones por las que afirman no hacerlo, sin embargo, no es posible intervenirlo. Por eso, se vio necesario que las líderes de la CSA involucren a todos los miembros de esta comunidad en la planeación del viaje a la finca, para que este factor no sea un impedimento para la asistencia.

Así mismo, se consideró que la motivación reflexiva era un factor relevante para intervenir en la CSA. En la actualidad, uno de los obstáculos para que visiten la finca es percibir que es exclusiva para conocer los cultivos. Por eso, fue necesario cambiar este imaginario y hacer que se percibiera como una experiencia de aprendizaje, como una experiencia relevante que les entregue algún tipo de beneficio.

Para esto, fue clave cambiar la percepción que se tenía de la visita a la finca de la familia agricultora, que la vieran como una acción realmente importante y representativa para los integrantes de la CSA, y que traería beneficios tanto para ellos como para la familia agricultora. En la visita podrían conocer y participar en el proceso de siembra, conocer a la familia agricultora y comprender realmente su historia y cómo los están ayudando al formar

parte de la CSA. Es importante y necesario que esos vínculos se estrechen y sientan que, con esta acción, es posible ayudar a mejorar el bienestar y las condiciones de la familia agricultora.

4. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA

4.1 CSA: COMUNIDADES QUE SOPORTAN LA AGRICULTURA

Las CSA son un modelo que se ha expandido por todo el mundo desde su creación en los años sesenta y setenta en Japón; llega a Europa en 1970 y unos años después, en 1985, a Estados Unidos, primer país en América en contar con este tipo de modelo de agricultura de producción y distribución de alimentos locales cultivados de manera agroecológica. Como lo explican Ricca y Mas (2018), la agricultura agroecológica:

es un sistema de producción agrario que nos proporciona alimentos sin residuos de agroquímicos, que respeta los ciclos de la naturaleza y los conserva frescos, sabrosos y nutritivos. Los alimentos agroecológicos garantizan la mejor calidad, y están sujetos a procesos de fabricación, elaboración y transporte (trazabilidad), desde el campo hasta la mesa (pár. 3-4).

Este tipo de alimentos traen grandes beneficios para la salud, promueven la implementación de “una dieta saludable compuesta por alimentos frescos y de temporada que aportan diferentes nutrientes (proteínas, vitaminas, minerales, hidratos de carbono, antioxidantes, etc.)” (Ricca y Mas, 2018). A la vez, en un sistema de producción que cuida el medio ambiente, reduce la huella de carbono ecológica, preserva los ecosistemas y favorece la biodiversidad. La agricultura agroecológica aporta al desarrollo de la comunidad con beneficios socioeconómicos y culturales (Ricca y Mas, 2018).

Actualmente, las CSA están presentes en los cinco continentes, en los cuales ha tenido modificaciones y adaptaciones a los diferentes contextos, en algunos incluso tomando nombres diferentes:

En Europa las principales iniciativas se encuentran en el Reino Unido, Francia, la República Checa, Alemania, Rumania, Eslovaquia, Grecia, Hungría, Suiza, Bélgica, Italia, Austria y España. En Asia, puede encontrar CSA en China, India, Pakistán, Japón y Taiwán. En el continente africano está presente en Argelia, Benín, Marruecos y Malí. En Oceanía, es posible encontrar iniciativas en Australia y Nueva Zelanda. Finalmente, en América existen CSA en Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Chile, Argentina y Ecuador (Urgenci, 2018, como se citó en Moreira et al., 2020, p. 87-88).

Desde 2020 se cuentan con este tipo de modelos de agricultura, producción y consumo en Colombia. Actualmente existen dos CSA en Bogotá y cinco en Medellín; entre ellas la CSA Camino a la montaña-EAFIT (C. Alzate, comunicación personal, octubre 18, 2022)

Para comprender con mayor claridad la necesidad de intervención elegida es clave conceptualizar este escenario, que tiene como eje central a los coagricultores que hacen parte de las Comunidades que Sustentan la Agricultura y su comportamiento dentro de la misma. Estas comunidades hacen referencia a un vínculo entre un productor agrícola cercano y quienes consumen lo que él produce (Henderson y Van En, 2007).

Ese vínculo se basa en relaciones que pueden beneficiar psicológica y socialmente a los consumidores de múltiples maneras. Explica Martínez et al. (2022) que, incluso aparecen los beneficios, dándoles la oportunidad de expresar sus valores sociales o de concientizar a otros sobre temas sociales o políticos que les preocupan. Así mismo, estas relaciones

contribuyen a que los coagricultores impulsen la autodeterminación y mejoren la autonomía, la competencia y sus formas de relacionamiento (Zepeda et al., 2013, como se citó en Martínez et al., 2022).

La esencia del relacionamiento que se gesta dentro de una CSA se basa en el compromiso mutuo, es decir, un acuerdo explícito al que llegan dos partes. En este caso, la finca y sus agricultores producen una serie de alimentos para un grupo de personas que se comprometen, al ingresar a la comunidad, a pagar por adelantado por los productos y llevarlos hasta sus cocinas. Estos, quienes reciben el título de coagricultores, tienen diferentes formas de apoyar la finca, una de ellas es compartiendo los riesgos inherentes a la actividad agrícola, así como sus potenciales recompensas (Henderson y Van En, 2007).

El intercambio de valores y el apoyo voluntario a través del tiempo invertido en la organización, por medio de diferentes acciones, son muestras del compromiso por parte de los coagricultores con la CSA (Debucquet, G. *et al.*, 2020). Las razones del compromiso no son solo un deber moral o una contribución al bienestar colectivo, sino que también representan un deseo de reincorporación a una nueva comunidad, en respuesta al debilitamiento de las instituciones tradicionales (Vermeersch, 2004, como se citó en Debucquet, G. *et al.*, 2020, p 444).

Es así como los consumidores deciden libremente unirse a la comunidad e invertir recursos, como tiempo, esfuerzo y dinero. Estos grupos han dado origen a un tipo específico de comercio en el que los productores y consumidores desempeñan un papel más activo que en los principales sistemas comerciales modernos (Debucquet, G. *et al.*, 2020). En este contexto, Henderson y Van En (2007) afirman que es así como las CSA promueven la construcción de una comunidad, que es a la vez social y ecológica.

4.2 ENTENDER LAS COMUNIDADES

La comunidad es “[...] algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos” (Socarrás, 2004, como se citó en Causee, M., 2009, p. 13). En el caso de las CSA, estas comunidades tienen múltiples beneficios comunitarios y ecológicos, donde se incluye una mayor colaboración a nivel comunitario, mejorando el acceso a alimentos saludables y preservando las tierras de cultivo a través de prácticas de producción sostenible. Esta es una variable clave en la concepción y aplicación de una CSA como una comunidad fuerte y vigorosa (Brehm y Eisenhauer, 2008).

McMillan y Chavis (1986) definieron el sentido de comunidad a través de cuatro elementos: el primero es compartir un sentido de relación personal; el segundo es la influencia bidireccional entre el grupo y los miembros; el tercero es la satisfacción de necesidades a través de la integración al grupo y, por último, la conexión emocional a través de experiencias sociales (como se citó en Debucquet, G. *et al.*, 2020). Elementos que se pueden ubicar dentro de la CSA.

4.3 SOBRE LA MOTIVACIÓN

Marín y Velasco (2005) definen la motivación como “una combinación de procesos que consiste en influir de alguna manera en la conducta de las personas [...] es la causa del comportamiento de un organismo, o razón por la que un organismo lleva a cabo una actividad determinada” p.64. Dentro de la motivación se puede hablar de impulsos conscientes e inconscientes, y a la vez, se pueden definir diferentes niveles de motivación. En el nivel primario se encuentra la satisfacción de las necesidades básicas y en un nivel secundario

están a las necesidades sociales como serían el reconocimiento, el afecto, el logro, entre otras (Marín y Velasco, 2005).

Fernando Toro, en su teoría de la motivación, plantea la existencia de tres dimensiones: motivaciones internas, medios preferidos para obtener retribuciones deseadas y condiciones motivacionales externas (como se citó en Patarroyo y Ramírez, 2016). Dentro de las motivaciones internas se encuentran las fisiológicas, es decir, las que representan todas las necesidades en un sentido biológico; las psicosociales las cuales aluden a valores e intereses; y finalmente las psicológicas, estas de carácter afectivo o cognitivo como lo son la necesidad de seguridad, de autoestima, autorrealización y logro.

Dentro de la dimensión de medios preferidos para obtener retribución deseada se encuentran las actividades que la persona prefiere realizar para obtener esa retribución, esto a partir de la interacción de las motivaciones internas y externas, es decir, un interés particular y un incentivo específico de la persona. En esta dimensión se incluyen las siguientes categorías: dedicación a la tarea, aceptación de la autoridad, aceptación de las normas y valores, requisición y la expectativa (Marín y Velasco, 2005). Finalmente, la dimensión de condiciones externas se refiere a las características o circunstancias relacionadas con la actividad que realiza la persona, con su desempeño en la misma y los incentivos recibidos que generan en ella un nivel de motivación y que satisfacen necesidades morales o materiales.

A la vez, dentro de la motivación se puede hablar de una motivación altruista y una egoísta. La primera lleva a iniciar acciones sin tener alguna expectativa de recompensa con el fin de ayudar a un otro; mientras que la motivación egoísta lleva a las personas a realizar alguna acción con el fin de obtener una recompensa personal (Bierhoff, 1987, como se citó en Phillips & Phillips, 2011).

La motivación es su factor que incide, en gran medida, en el nivel de participación de una persona dentro de un grupo, organización o comunidad y, a la vez, incide en el nivel de compromiso, como se mencionó anteriormente. Por esto, para alcanzar el objetivo de este trabajo, es importante trabajar con este elemento dentro de la intervención comportamental, de la mano de otros factores planteados por el modelo de cambio comportamental MINDSPACE.

5. MÉTODO

A partir de una serie de entrevistas semiestructuradas a las líderes de la CSA, a algunos coagricultores y a otras personas interesadas en pertenecer a esta comunidad, se identificó el comportamiento a intervenir y la intención de cambio planteada anteriormente, en la cual fue clave centrar el cambio en la oportunidad física y social, así como en la motivación reflexiva. Para esto, se creó una serie de pequeñas intervenciones a partir del modelo de cambio comportamental MINDSPACE.

5.1 MINDSPACE, COMO MODELO COMPORTAMENTAL

El tiempo y los recursos eran escasos para lograr los cambios deseados, por esto, fue clave que la intervención fuera rápida, sencilla y de bajo costo. Así, el modelo comportamental MINDSPACE resultó la opción más coherente para guiar el diseño de esta intervención comportamental. Dicho modelo alude al cambio del contexto en el que los individuos toman decisiones, y esta transformación tiene el potencial de generar cambios significativos en su comportamiento (Dolan, P. et al, 2012). Así mismo, la lista de nueve oportunidades de intervención que conforma este modelo encajaba con los factores más relevantes que necesitaron modificarse para buscar incrementar el número de visitantes a la finca agricultora, que se llevó a cabo entre el 20 de abril y el 6 de mayo del 2023.

En el informe *MINDSPACE: Influencing behaviour through public policy (2010)*, se plantea que “existen tres factores clave que deben tenerse en cuenta al momento de implementar una intervención apoyada en este modelo: a quién afecta, qué tipo de comportamiento se busca cambiar y cómo lograr dicho cambio”. Estos tres factores también dieron una pista de cuánto tiempo iba a tardar la intervención, por eso se buscó que fuera corta, ya que en el primer semestre de 2023 solo se tenía planeada una sola visita a la finca agricultora de la CSA Camino a la montaña - EAFIT, y esta fue, precisamente, una de las razones por las cuáles este modelo se conectó con el objetivo de esta intervención.

Otra de las razones para elegir este modelo es que la intervención no buscaba generar, de forma directa, cambios a largo plazo. Esta característica sigue siendo motivo de estudio entre los estudiosos de intervenciones como las basadas en el modelo MINDSPACE. Un claro ejemplo está en el *priming*, como lo explica Dolan et al (2012):

A simple vista, sus efectos parecen durar poco tiempo después de la exposición. Sin embargo, esto no significa que su impacto también quede en el aire, ya que el comportamiento y la decisión pueden haber sido cambiados en ese intervalo: el efecto del *priming* puede haber llevado a alguien a hacer un compromiso que se traduce en una mayor duración. Por lo tanto, los efectos como el del *priming* pueden considerarse ‘disparadores’. Otros pueden ser vistos como efectos ‘autosostenibles’: una vez promulgadas, su modo de operación apoya la continuidad (p. 274).

En *MINDSPACE: Influencing behaviour through public policy (2010)*, también se explica que “si el efecto a corto plazo (en este caso la visita a las fincas) hace que muchas personas cambien su comportamiento, esto resulte en nuevos tipos de influencia social, en particular la posibilidad de llevar a las personas a un nuevo “equilibrio de comportamiento”. De los nueve factores que componen MINDSPACE, y que así mismo influyen el

comportamiento humano, se eligieron cuatro como elementos claves para lograr cambios relevantes en el foco comportamental elegido: mensajero, incentivos, afecto y compromiso.

5.2 DISEÑO

Diseño de investigación con metodología mixta. Este trabajo combinó elementos tanto cualitativos como cuantitativos en la recopilación de datos e información relevante para la construcción de la intervención y el análisis de los resultados.

5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Integrantes de la CSA Camino de la Montaña - Universidad EAFIT, personas mayores de 18 años y profesionales en áreas afines a la educación, mercadeo, ingeniería, comunicaciones, innovación, urbanismo, agricultura e investigación. La muestra de la intervención fue, inicialmente, de 26 personas; sin embargo, una semana antes de la última etapa de la intervención, una persona se sumó al grupo para un total de 27 coagricultores integrantes de la CSA: 19 mujeres y ocho hombres, en su mayoría entre los 30 y los 49 años. De este grupo, dos mujeres son actualmente las líderes de todo el proceso.

El diagnóstico inicial arrojó que los integrantes de este grupo son profesionales curiosos y apasionados por los temas relacionados con el medio ambiente y la conexión con la naturaleza; se preocupan por el origen de los alimentos que llevan a sus hogares; tienen interés en desarrollar o mantener hábitos de alimentación saludable y autocuidado, o quieren generar cambios positivos en su entorno desde la adopción de prácticas más conscientes.

5.4 IMPLEMENTACIÓN DE LA INTERVENCIÓN

5.4.1 DESARROLLO

Para continuar con la identificación de características claves en la muestra seleccionada, se realizó una encuesta como punto final de la conceptualización para darle

inicio a la implementación (ver Anexo 2), que se compartió por el grupo de WhatsApp de la CSA, con el fin de recoger nueva información sobre lo que motivó a los coagricultores a ingresar a la CSA Camino a la montaña - EAFIT y así entender qué elementos podrían tener un mayor efecto en los coagricultores para aplicar en la intervención.

A partir de esta encuesta se encontraron tres motivaciones principales: dos altruistas y una egoísta. Una parte de los coagricultores con motivaciones altruistas manifestaron haberse unido a la CSA con el fin de ayudar a la familia de agricultores y pertenecer a un nuevo modelo de producción, comercialización y consumo de alimentos. Otros afirmaban sentirse motivados por el modelo porque es más amigable con el medio ambiente, y así poder contribuir a una forma de consumo más sostenible; finalmente, algunos se inclinaron hacia una motivación egoísta: ingresaron a la comunidad para alimentarse de una manera más saludable y establecer mejores hábitos de consumo, para ellos mismos o para su familia.

En la encuesta también se evaluó la percepción de cada coagricultor en relación a su compromiso con la CSA, en comportamientos concretos como recoger la canasta a tiempo, pagar la mensualidad en el tiempo establecido, entender el significado de la sigla CSA y conocer el nombre de los coagricultores. Por último, se indagó por la disposición de los coagricultores para visitar la finca. De los 16 coagricultores que respondieron la encuesta, 14 manifestaron interés y disposición para visitarla; mientras que dos de ellos afirmaron no estar dispuestos a visitarla.

La primera etapa de la intervención tuvo lugar el 20 de abril. Luz Dary Gómez, la agricultora, compartió un vídeo por el grupo de WhatsApp en el que ella y su esposo Rubén Fernando Vélez agradecían a los coagricultores por su participación en la CSA, manifestaban lo importante de la alianza y los invitaban a visitar la finca mostrando un gran interés en

conocerlos. El video fue acompañado de un mensaje, en un lenguaje cercano, que buscaba generar emociones positivas y empáticas.

Aquí se pudieron desarrollar dos de los factores que hacen parte del modelo comportamental MINDSPACE: el mensajero, representado por los dos agricultores de la CSA, y el afecto, presente en las imágenes y las historias de los agricultores, con las que se buscaba generar una respuesta emocional en los coagricultores. Se esperaba también que, desde ese momento, se empezaran a generar compromisos públicos para asistir a la visita.

La segunda etapa de la intervención se realizó el 27 de abril en el campus de la Universidad. Los agricultores llevaron personalmente las canastas con los alimentos e invitaron a los coagricultores a recogerlas, para conocerse e invitarlos personalmente a visitar la finca. Sin embargo, solo dos coagricultores pudieron estar presentes. En esta etapa se quería hacer énfasis en el compromiso público, porque suele ser más efectivo debido a la presión social que conlleva: las personas quieren mostrarse coherentes y no dañar su imagen, por lo que procurarán cumplir con el compromiso previamente establecido (Lokhorst et al., como se citó en Abrahamse & Steg, 2013).

5.4.2 ETAPA FINAL Y PRUEBA DE CONCEPTO

Para la última etapa de la intervención se planteó el envío de una postal física con las canastas correspondientes a esa semana. Antes del envío se realizó una prueba de concepto con un grupo de profesionales de características similares a las de los coagricultores, para analizar la versión digital de la postal que se entregaría de manera física y evaluar su eficacia. En la prueba se indagó por las emociones y sentimientos generadas por la imagen y la elección de colores; por las palabras, la intención del mensaje y la disposición de las imágenes. También se indagó por la capacidad de crear en los coagricultores una actitud de compromiso para visitar la finca.

Se encontró también que la postal generaba sentimientos de tranquilidad, familiaridad, emoción, entre otros; y con los hallazgos se generaron algunos cambios: quienes hicieron parte de la prueba de concepto (y que no conocían el contexto previo y demás elementos de la intervención) manifestaron que el texto no se leía tan bien, se realizaron las correcciones necesarias y se agregaron al final los nombres de los agricultores, porque algunas personas indicaron no tener claro quién enviaba el mensaje.

La intervención finalizó el 4 de mayo, dos días antes de la visita a la finca, con la entrega de la postal con el mensaje modificado y una foto de los agricultores Luz Dary y Rubén, recordando la invitación a la finca y contando de manera general lo que se iba a hacer en la visita. La postal se incluyó en las canastas de los coagricultores que las recogen en el campus, sin embargo, dos de los 22 coagricultores ya habían recogido la canasta en el momento de llevar la postal, es decir, solo la recibieron 20 coagricultores. Con esta última etapa se quería generar expectativa y ofrecer un incentivo que les permitiera tener una experiencia diferente y guardar un recuerdo positivo y placentero en los coagricultores, para que optaran por regresar en la próxima visita.

Así lo plantea la teoría del condicionamiento operante de Skinner, que define el refuerzo positivo como “todo aquel evento que al ser representado después de una conducta determinada produce consistentemente un aumento en la probabilidad de la ocurrencia futura de esa conducta. Por eso, puede inferirse que el aprendizaje conlleva un cambio de conducta” (como se citó en Castro, 2012, p.32).

5.4.3 NOVEDADES DE LA INTERVENCIÓN

Durante el desarrollo de la intervención se presentaron cambios que no estaban contemplados. Cuando se construyó la intervención, la totalidad de los coagricultores eran empleados de la Universidad EAFIT e iban entre jueves y viernes de cada semana al bloque

26 a recoger sus canastas. Sin embargo, en el transcurso del tiempo previo a la implementación se unieron nuevos coagricultores a la CSA Camino a la montaña, esta vez, no todos integrantes de la comunidad universitaria, lo que llevó a implementar la opción de domicilio para la entrega de las canastas. Por esta novedad, no todas las etapas de la intervención le llegaron al 100% de los coagricultores. Se pasó de 14 coagricultores desde la visita a la finca que tuvo lugar en el segundo semestre de 2022, a 27 coagricultores al momento de realizar la visita a la finca, es decir, éstos casi se duplicaron.

Así mismo, el 21 de marzo se envió por el grupo un vídeo sobre la CSA Camino a la montaña, producido por Departamento de Comunicación de Eafit, en el que los agricultores contaban sobre su experiencia perteneciendo a la CSA y las líderes, ambas profesoras de la Universidad, explicaba en qué consistía una CSA. Esto no formaba parte de la intervención planteada, y se envió antes de su inicio. A este video reaccionaron 11 coagricultores y surgieron diferentes comentarios positivos. A pesar de que no era un elemento considerado dentro de la intervención ayudó a que los coagricultores comprendieran un poco mejor su rol dentro de la comunidad y lo que implica y significa ser parte de ella.

Finalmente, en el transcurso de la intervención ingresó una persona a la CSA, por lo cual no hizo parte de la primera etapa (el envío del video), sin embargo, participó en la visita a la finca, evidenciando un gran compromiso desde el inicio.

5.5 MEDICIÓN

Para evaluar si la intervención logró su objetivo, se tomó como línea de base la asistencia de la visita a la finca de la familia agricultora por parte de los coagricultores en agosto del 2022. Para esa fecha la CSA contaba con 14 agricultores, entre ellas las líderes, y a

la visita asistieron cinco (dos líderes y tres coagricultores), es decir, la asistencia fue de un 35.7%. Ahora la CSA cuenta con 27 coagricultores y con la intervención se pretendía incrementar ese porcentaje de asistencia a la finca. Para saber si se cumplió el objetivo se comparó el porcentaje de coagricultores que visitaron la finca Camino a la Montaña el pasado seis de mayo.

A la vez, para comprender si cada elemento de MINDSPACE elegido dentro de la intervención logró generar las emociones, sentimientos, actitudes y pensamientos que se pretendía, se realizó una entrevista semiestructurada (ver Anexo 3) a los cinco coagricultores que asistieron a la visita (se dejó por fuera a las líderes quienes conocían gran parte de la intervención), en la cual se indagó por la principal motivación para asistir, sus percepciones sobre las diferentes etapas de la intervención y sobre la visita a la finca Camino a la Montaña. También, se entrevistó a cuatro de los coagricultores que no asistieron a la visita para comprender por qué razón no asistieron y sus percepciones sobre la intervención; de esta manera se podría analizar si la intervención, a pesar de no haber logrado su objetivo, sí generó los efectos deseados.

Finalmente, para analizar el posibles impacto y efectos colaterales se realizó un seguimiento por un mes al comportamiento e interacciones de los coagricultores por el grupo de WhatsApp y se realizó una entrevista semiestructurada a las líderes de la CSA un mes y medio después de la visita a la finca para identificar posibles cambios en las actitudes de los coagricultores dentro de la comunidad.

6. RESULTADOS

De las 27 personas citadas a la finca Camino de la Montaña, siete aceptaron la invitación a visitar la finca. Estas siete personas fueron acompañadas de sus familiares, lo que incrementó el número de participantes a 14 por parte de los coagricultores. De parte de la

familia agricultora, participaron cuatro personas. Es decir, un total de 18 personas hicieron parte de la visita. Sin embargo, el objetivo de esta intervención comportamental consistía en incrementar el porcentaje de coagricultores presentes en la visita a la finca, en relación con el primer encuentro realizado el 27 de agosto de 2022.

A la visita en mayo del 2023 asistió el 25.9%. Con esto se confirma que, aunque haya aumentado el número de agricultores presentes en la finca, el objetivo de la intervención no se logró, porque el porcentaje disminuyó en comparación al 35.7% de coagricultores que presentes en agosto del 2022. Aquí es clave tener presente que el valor porcentual es menor en el primer conjunto de datos (7 de 27) en comparación con el segundo conjunto (5 de 14).

Con relación a cada uno de los elementos de la intervención, se evidenció que el video provocó reacciones positivas entre los coagricultores, este generó 10 reacciones y 11 comentarios en el grupo de WhatsApp, es decir, se recibió de manera positiva por parte de los coagricultores; algunos manifestaron su interés en asistir y otras agradecieron la invitación, pero negaron la posibilidad de ir a la finca. Mientras que la visita de los agricultores al campus universitario para realizar la entrega de las canastas fue el elemento de la intervención que menos alcance tuvo; generó pocas reacciones y solo dos de las 22 personas que recogen las canastas en la Universidad tuvieron contacto directo con la familia y tampoco generó casi respuestas en el grupo de WhatsApp el mensaje de los agricultores anunciando que estaban en la universidad.

Finalmente, el último elemento de la intervención fue el que más impacto tuvo ya que 20 personas de las 27 recibieron las postales y mencionan haber sido una bonita sorpresa que generó en ellos una sensación de cercanía con los agricultores. Sobre esto una coagricultora mencionó: “Me pareció maravillosa la postal” e incluso la ubicó en un punto especial en su casa. También, uno de los coagricultores manifestó:

Fue muy importante y significativo, me gustó mucho. Además, la forma como lo hicieron con una tarjeta, pues me parece además importante porque creo que es bueno también, además de conocer el lugar conocer las personas (...) Entonces me parece bonito ponerles rostro a sus nombres.

Para la intervención se eligieron cuatro de los nueve factores que conforman el modelo comportamental MINDSPACE: mensajero, incentivos, afecto y compromiso. Aquí se concluye que el mensajero fue el elemento más importante y con mayor efecto dentro de la intervención; para los coagricultores fue muy especial recibir la invitación por parte de los agricultores, resaltaron la importancia de la constante interacción con ellos por medio del grupo de WhatsApp y los ven como elementos claves para que la comunidad se fortalezca. Una de las coagricultoras mencionó:

es parte supremamente importante de la CSA que tenga caras visibles, eso es fundamental, uno tiene que saber quién está detrás de los alimentos, de los cultivos, y parte de que haya éxito en la creación de comunidad es que quienes cultivan estén presentes y ellos mismos inviten.

La intervención también generó afecto; otro de los elementos elegidos. En los agricultores se generaron sentimientos de familiaridad, cercanía, empatía, entre otras emociones positivas; como lo mencionó una coagricultora: “Nos hicieron sentir que en serio somos parte de la familia y refuerza esa conexión emocional con el proceso y con sentirme coagricultora”. Por su parte, otro coagricultor señaló que “fue muy importante porque me sentí cercano a ellos”. Como incentivo, se propusieron actividades atractivas en la visita, que ofrecieran aprendizajes y elementos interesantes para los coagricultores; sin embargo, no se evidencia que durante la intervención hayan quedado claras las actividades que se realizarían en la visita, por lo que se podía decir que el incentivo propuesto no tuvo el efecto deseado.

Dentro de la intervención el elemento compromiso no logró los resultados esperados; pocas personas realizaron un compromiso público en el grupo de WhatsApp con relación a la asistencia a la finca, incluso quienes lo hicieron no lo cumplieron en su totalidad. Los coagricultores entrevistados después de la intervención manifestaron no haberse sentido comprometidos con su asistencia a la finca. También, se puede considerar que, al indagar por este elemento, la palabra compromiso tuvo una connotación negativa en los coagricultores, entendiéndolo como una obligación impuesta por un otro y no como la importancia de cumplir con esa actividad como integrante de la CSA y en manifestación de responsabilidad, correspondencia y agradecimiento con los agricultores.

Al comparar las entrevistas pre y post intervención se encontró que algunas personas del grupo que visitó la finca en el segundo semestre de 2022 no tenían interés en repetir el ejercicio y asistir a nuevas visitas, aunque manifestaran haber vivido una buena experiencia en la finca. Sin embargo, en las entrevistas post intervención realizadas a las personas que sí asistieron a la visita a la finca, muchas afirmaron que regresarían, esto evidencia que los incentivos propuestos en la visita sí generaron un impacto positivo y podrían llevar a que el comportamiento se repita en ocasiones futuras.

A partir de una conversación y reflexión que se dio en la visita a la finca alrededor de lo que significa pertenecer a la CSA y las diferentes funciones que estar en ella implican, se formó un grupo de apoyo de seis coagricultores, quienes se repartieron diferentes funciones que llevaba a cabo una de las líderes y han mostrado un rol más activo luego de la visita, asumiendo las funciones que eligieron de manera responsable y demostrando un mayor compromiso con la Comunidad.

Esto se ha visto reflejado en coagricultores que han enviado juegos y dinámicas en el grupo relacionadas con cultivos agroecológicos, recordatorios del pago de las canastas y se

han compartido recetas de los alimentos recibidos. Así mismo, en una entrevista realizada a las líderes de la CSA un mes y medio después de la visita a la finca manifiestan que este grupo ha sido de gran ayuda, pues ya no todas las tareas están recargadas en ellas; también afirman que sí hay una mejora en algunos comportamientos y un mayor compromiso en algunos coagricultores, uno de ellos: la recogida de las canastas a tiempo. Sin embargo, un tiempo después de la intervención se cambió el día de entrega de las canastas, por la modificación de esta variable no es posible concluir que haya sido la intervención lo que impulsó este cambio.

7. DISCUSIONES

El intercambio de valores con otros miembros, como lo plantea la literatura, y apoyar de forma voluntaria por medio del tiempo invertido en la organización son acciones basadas en el compromiso que soporta una CSA (Debuquet, G. et al., 2020). Y desde ya, acciones como esta están empezando a ser una realidad dentro de la CSA Camino a la Montaña-EAFIT: coagricultores compartiendo recetas, ofreciéndose para recoger las canastas de otros o recibirlas en su lugar de trabajo cuando el punto de siempre no está disponible, entre otros comportamientos que evidencian como ese compromiso se ha fortalecido.

A pesar de esto, esta CSA no actúa en su totalidad como la “comunidad” definida por Elena Socarrás (2004): “[...] un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia”, ni existe una interpenetración recíproca de los planos individuales y colectivos (Causse, 2009). Estas son actitudes y comportamientos que deben fortalecerse en muchos de los coagricultores, para que se cumpla con los elementos que representan una comunidad.

El principal objetivo de una CSA es la construcción de una obra colectiva, en la que los agricultores y coproductores asumen funciones específicas para el mantenimiento de este sistema (Moreira et al., 2020). Si bien el objetivo principal de la intervención no se consiguió,

sí se presentaron cambios importantes y hechos relevantes derivados de la visita a la finca, por ejemplo, la repartición de funciones entre algunos coagricultores, tal y como lo sugirió la literatura, que resalta la importante de que los integrantes de una CSA se involucren en el análisis financiero y en la logística, entre otras actividades requeridas para el funcionamiento de las CSA (Mejía, 2022).

En la visita a la finca se generaron conversaciones y conexiones de manera orgánica, y se crearon vínculos que han generado más participación y compromiso entre los coagricultores que asistieron. Esto se ha evidenciado en sus interacciones en el grupo posteriores a la visita. Esto soporta lo planteado por Hayden & Buck (2012) al explicar que la participación de los coagricultores en las dinámicas de la CSA es vital en la creación de conexiones, esas que impulsan el compromiso con una comunidad (Hayden & Buck, 2012), en este caso, visitar a la familia agricultora. Con esto también se evidencia que la CSA está cumpliendo con uno de los elementos presentes en una comunidad mencionados por McMillan y Chavis (1986): la conexión emocional a través de experiencias sociales.

En la revisión de la literatura se menciona que la participación de los coagricultores es clave para establecer y mantener una conexión con la familia agricultora y los cultivos, una conexión que inspire el compromiso con una CSA en particular (Hayden & Buck, 2012). Ante eso, se encontró que un elemento fundamental para que se dé es la participación y acompañamiento constante de los agricultores, para los coagricultores es importante sentirse cercanos a ellos, saber quiénes son y conocer su respectiva historia.

La búsqueda de literatura también arrojó evidencias de intervenciones centradas en temas de salud, y cómo la creación e implementación de un proyecto de CSA facilita la ingesta de frutas y verduras (Seguin-Fowler et al., 2021). En el caso de los integrantes de la

CSA de EAFIT, los buenos hábitos alimenticios, cuidar su salud y la de sus familias, fueron claves para ingresar y para permanecer.

Así mismo, como se puntualizó en el marco teórico, la motivación es un factor clave que incide en el nivel de participación de una persona dentro de un grupo, organización o comunidad y es fundamental en la construcción de compromiso; y la participación refuerza la idea de involucramiento y compromiso, por eso, la participación activa de las personas que sí visitaron la finca muestra un interés y compromiso relevante hacia los principios y prácticas de la agricultura agroecológica, a menudo asociados con las CSA.

Finalmente, se comprobó que los incentivos funcionan y generan un nivel de motivación que satisface necesidades morales o materiales (Marín y Velasco, 2005), lo que puede propiciar la repetición de un comportamiento. Como lo planteó Skinner al proponer que un refuerzo positivo, presentado después de la realización de una conducta, produce un aumento en la probabilidad de la ocurrencia futura de esa conducta. Como lo fueron las actividades realizadas en la visita a la finca para los coagricultores.

8. CONCLUSIONES

- De los primeros acercamientos que se tuvieron con la CSA y sus líderes hasta el análisis de la intervención y lo que sigue sucediendo a la fecha con las dinámicas de la comunidad se concluye que es necesaria la claridad en la entrega de información y comunicación de todos los procesos de la CSA y lo que implica hacer parte de esta comunidad. Por ejemplo, en las entrevistas realizadas una semana después de la intervención, algunas personas afirmaron no tener conocimiento sobre la visita a la finca; entonces, una entrega de información oportuna al momento de ingresar, con mensajes claros y que motiven a las personas a involucrarse más allá de una contribución económica fortalecería el establecimiento de una comunidad agricultora

y que, como lo explica la literatura, quienes reciben el título de coagricultores, compartan los riesgos inherentes a la actividad agrícola.

- Otra de las acciones mencionadas en el planteamiento del problema y que es indispensable para el funcionamiento y sostenibilidad de una Comunidad que Sustenta la Agricultura (CSA) es la recolección a tiempo de las canastas. Sin embargo, a la fecha, aunque se ha mostrado una mejora, este sigue siendo uno de los obstáculos de la CSA Camino de la Montaña-EAFIT, lo que sugiere que los niveles de compromiso siguen siendo mínimos en algunos integrantes que, a su vez, se limitan al pago de la canasta sin mostrar interés en construir y ser comunidad.
- Aunque algunos de los elementos de la intervención sí lograron lo que pretendían, no se podría afirmar que, si se repiten en un futuro, se garantizará una asistencia mayor, ya que muchos de los coagricultores no asistieron por factores ajenos al alcance de la intervención y sobre los cuales no se tenía incidencia: contingencias familiares, compromisos laborales, entre otros.
- Adicionalmente, se evidencia que en algunos de los coagricultores aumentó el nivel de compromiso y el rol activo que tenían en la CSA. Sin embargo, no se podría afirmar que este cambio se dio por la visita realizada a la finca.
- Es fundamental que los agricultores continúen presentes en todo el proceso y sigan siendo caras visibles de la CSA, su historia y lo que representan puede ser un catalizador al momento de fortalecer las dinámicas de este tipo de comunidades. Este intercambio entre ambas partes podría asegurar la sostenibilidad del modelo y ofrecerles a los agricultores una seguridad financiera y la oportunidad de replicar este modelo con otros campesinos de la región.

9. LIMITACIONES

Durante la implementación de la intervención y la aplicación de los métodos para recolectar información, se encontraron algunos elementos que limitan el impacto que pudo tener la intervención. Los cambios en las dinámicas de la CSA no permitieron que el 100% de los coagricultores recibieran todos los elementos de la intervención, por lo cual el impacto se pudo haber visto afectado. A la vez, la comunicación con los agricultores no se dio siempre de manera fluida ni clara, esto, en algunas ocasiones generó malentendidos que llevaron a modificar rápidamente las actividades que se realizarían en la finca.

Gran parte de la intervención se realizó a través del grupo de WhatsApp, un medio por el que no se podía garantizar que los coagricultores leyeran los mensajes o lo hicieran a tiempo; como pudo haber pasado con la entrega de las canastas en la universidad, anunciado por este medio. Además, el tiempo que podrían permanecer los agricultores en la universidad para la entrega de las canastas era muy corto, lo que llevó a que el alcance fuera mínimo.

En cuanto a la recolección de información a partir de entrevistas se encontró que al realizar varias encuestas de manera anónima no se pueden vincular comportamientos y motivaciones a coagricultores específicos. Esto no permite realizar un análisis y evaluación más acertada. En este caso, al no contar con este dato, no se puede concluir si los coagricultores con motivaciones altruistas demuestran un mayor compromiso con la CSA respecto a quienes tienen motivaciones egoístas, o viceversa.

Finalmente, finalizada la intervención, se buscó entrevistar a algunos de los coagricultores, pero no accedieron, por lo cual se podría decir que se requeriría más información para tener resultados y una evaluación más concluyente.

10. REFERENCIAS

- Abrahamse, W. & Steg, L. (2013). Social influences approaches to encourage resource Conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23, 1773-1785.
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.029>
- Phillips, L. & Phillips, M. (2011). Altruism, Egoism, or Something Else: Rewarding Volunteers Effectively and Affordably. *Southern Business Review*, 36, 23-35.
- Bonfert, B. (2022). 'What we'd like is a CSA in every town.' Scaling community supported agriculture across the UK. *Journal of Rural Studies*, 94, 499-508.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.07.013>
- Brehm, J. & Eisenhauer, B. (2008). Motivations for Participating in Community-Supported Agriculture and Their Relationship with Community Attachment and Social Capital. *Journal of Rural Social Sciences*, 23(1), 95-115.
<https://egrove.olemiss.edu/jrss/vol23/iss1/5/>
<https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/MINDSPACE.pdf>
- Castro Barrero, F. (2012). *Refuerzo positivo y alto rendimiento educativo*. [Tesis de maestría, Universidad Internacional de la Rioja]. Reunir Repositorio Digital.
<https://reunir.unir.net/handle/123456789/704>
- Causse, M. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio - histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC*(3),12-21.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>
- Cox, C., Hoffman, J., Shiyko, M., & Wirth, C. (2016). Using Text Messages to Promote Engagement in a Subsidized Community Supported Agriculture Program for Head Start Families. *Journal of hunger & environmental nutrition*, 11(2), 280-291.
<http://dx.doi.org/10.1080/19320248.2015.1095141>

- Debucquet, G., Guillotreau, P., Lazuech, G. *et al.* (2020) Sense of belonging and commitment to a community-supported fishery. The case of Yeu Island, France. *Rev Agric Food Environ Stud* 101, 439–459. <https://doi.org/10.1007/s41130-020-00101-3>
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Metcalfe, R. & Vlaev, I. (2012). Influencing behaviour: The mindspace way. *Journal of Economic Psychology* 33(2012) 264–277 <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.10.009>
- Hayden, J., & Buck, D. (2012). Doing community supported agriculture: Tactile space, affect and effects of membership. *Geoforum*, 43(2), 332-341. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.08.003>
- Henderson, E. y Van En, R. (2007) *Sharing the harvest. A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture*. Chelsea Green Publishing.
- Lancaster, C. (2020, mayo 31). WGSN, Big Ideas 2022. WGSN. <https://www.wgsn.com/fd/p/article/87743#page8>
- Marín Fernández, A., y Velasco De Lloreda, M. (2005). Condiciones Motivacionales y Desarrollo De Carrera. *Estudios Gerenciales*, 21(97), 61-82. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232005000400003&lng=en&tlng=es
- Martínez, C., Rosero, D., Thomas, T. & Soto Mas, F. (2022). Community Supported Agriculture, Human Capital, and Community Health. *Health Promotion Practice*. 23(3), 407-415. <https://doi.org/10.1177/15248399211070546>
- Mejía, M.C. (2022, 27 de mayo). Una CSA y mi experiencia en ella. *Vivir en El Poblado*. <https://vivirenelpoblado.com/una-comunidad-que-sustenta-la-agricultura-csa-y-mi-experiencia-en-ella/>

- Moreira, A., Ferrerira, A., y Calbino, D. (2020). Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA): panorama das pesquisas brasileiras. *Coloquio – Revista do Desenvolvimento Regional - Faccat - Taquara/RS*, 17 (2), 82-99. <https://doi.org/10.26767/1663>
- Patarroyo, S.J., y Ramírez, J. (2016). *Plan de acción para incrementar la motivación laboral. El caso de los empleados públicos adscritos a la Decanatura de Ingeniería de la Universidad del Valle*. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/14719>
- Ricca, A. y Mas, D. (2018). Agricultura: Agroecológica VS orgánica. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*. <https://inta.gob.ar/noticias/agricultura-agroecologica-vs-organica>
- Seguin-Fowler, R. A., Hanson, K. L., Jilcott Pitts, S. B., Kolodinsky, J., Sitaker, M., Ammerman, A. S., Marshall, G. A., Belarmino, E. H., Garner, J. A., & Wang, W. (2021). Community supported agriculture plus nutrition education improves skills, self-efficacy, and eating behaviors among low-income caregivers but not their children: a randomized controlled trial. *International Journal of Behavioral Nutrition & Physical Activity*, 18(1), 1–19. <https://doi-org.ezproxy.eafit.edu.co/10.1186/s12966-021-01168-x>
- Wharton, C. M., Hughner, R. S., MacMillan, L., & Dumitrescu, C. (2015). Community Supported Agriculture Programs: A Novel Venue for Theory-Based Health Behavior Change Interventions. *Ecology of Food & Nutrition*, 54(3), 280–301. <https://doi-org.ezproxy.eafit.edu.co/10.1080/03670244.2014.1001980>
- WSGN (2021). Create Better: Innovating Towards a Sustainable Future.

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista semiestructurada para planteamiento del problema

Este documento se usará como guía para las entrevistas que se les hará a los miembros de la CSA de la Universidad EAFIT, a los líderes y posibles futuros coagricultores, con el objetivo de conceptualizar el comportamiento problemático que se pretende intervenir. Se preparan las siguientes preguntas, sin embargo, estas pueden ir cambiando, dependiendo de cómo se vaya dando la conversación con el participante. Cabe recordar que esta es solo una guía y no debe ser seguida al pie de la letra.

1. Guía de entrevista semiestructurada para los coagricultores

Conocimiento de la CSA

¿Cómo se enteró del modelo de la CSA?

¿Qué información recibió al ingresar?

¿Le hubiera gustado conocer más sobre la CSA antes de ingresar?

¿Al momento de ingresar qué pensaba que era una CSA y cómo ha cambiado su percepción ahora?

Motivación

¿Qué lo motivó a ingresar?

Después del piloto en el que varias personas se salieron de la CSA, ¿qué lo motivó a seguir?

¿Qué tan importante te parece conocer la historia de quienes son las personas que están cultivando la comida?

Compromiso

Califique su nivel de compromiso con la CSA del 1 al 10. Explique su respuesta.

¿Qué tendría que cambiar para que ese nivel de compromiso sea más alto?

¿Ve necesario incrementar su nivel de compromiso como integrante de la CSA?

Pertenencia a la CSA

¿Para usted qué significa hacer parte de una comunidad y qué implicaciones tiene?

¿Qué le ha parecido lo más complejo de todo el proceso?

¿Cómo ha sido la experiencia con la nueva familia?

2. Guía de entrevista semiestructurada para las líderes de la CSA Camino de la montaña-EAFIT

Conocimiento

¿Cómo se enteró del modelo de la CSA?

Motivación

¿Cómo se enteró del modelo de la CSA?

¿Qué ha sido lo más gratificante?

¿Qué es lo que más le motiva a hacer parte de la CSA de la Universidad EAFIT y seguir trabajando para que la iniciativa no termine?

Pertenencia a la CSA

¿Qué ha sido lo más difícil del proceso?

¿Qué significa pertenecer a una CSA?

¿Para usted qué es formar parte de una comunidad y qué implicaciones tiene?

¿Cómo es una CSA ideal? ¿Cómo se sueñan esta CSA?

Coagricultores

¿Cuáles son las características que identifican a un integrante activo de una CSA?

¿Cuándo invita a alguien a formar parte de una CSA, ¿qué le explica? ¿Con qué argumentos busca convencerlos de que se unan?

En ese momento inicial, ¿cuáles son esas principales dudas que manifiestan las personas?

¿Por qué dejaron de hacer los procesos de inducción?

3. Guía de entrevista para una posible coagricultora

Información

¿Cómo se enteró de la existencia de la CSA?

¿Qué le gustaría saber antes de hacer parte de una CSA?

Pertenencia a la CSA

¿Qué representa para usted hacer parte de una comunidad de apoyo a los campesinos de la región?

Compromiso

¿Asumiría los compromisos que implican formar parte de una CSA?

Motivación

¿Qué le parece lo más beneficios de tener una CSA en su lugar de trabajo?

¿Qué la motivaría a formar parte de una CSA?

¿Qué fue lo que más llamó su atención de este modelo de agricultura?

ANEXO 2

PRUEBA DE CONCEPTO

“Luego de ver las imágenes responda:”

1. ¿Es claro el mensaje? ¿qué entiende?
2. ¿Qué emociones le generan estas imágenes?
3. ¿Entiende todas las palabras del mensaje?
4. ¿Considera que la disposición de las imágenes y del texto es la adecuada?
5. ¿Es claro quién hace la invitación?
6. ¿Qué tanto considera que esta pieza persuadiría a las personas para asistir al encuentro?: Mucho, algo, poco, nada.

Esta pieza está dirigida hacia un grupo de personas que pertenecen a una comunidad, y está planteada como recordatorio de una invitación hecha en días anteriores.

La pieza busca que se perciba cercanía con quienes hacen la invitación y movilizar emociones entre los integrantes de la comunidad y así generar cierto nivel de compromiso para asistir al encuentro.

7. ¿Considera que se logra el objetivo de esta pieza gráfica?

ANEXO 3

Entrevista de recolección de datos para evaluación de intervención

1. ¿asististe a la vista a la finca Camino a la Montaña con la CSA?

Para quienes sí asistieron

2. ¿Sabías desde tu ingreso a la CSA que podías visitar la finca?
3. ¿Qué fue lo que más te motivó para visitarla?
4. ¿Fue importante/significativo recibir la invitación a la finca por parte de Luz Dary y Rubén? ¿por qué? (videos, postal, invitación personal)
5. ¿Considera que las actividades programadas para la visita a la finca fueron atractivas?

6. ¿en algún momento te sentiste comprometido con asistir a la visita a la finca? / si sí ¿Qué lo hizo sentir así?

Para quiénes no asistieron a la visita:

1. ¿Por qué no asististe a la visita?
2. ¿Fue importante/significativo recibir la invitación a la finca por parte de Luz Dary y Rubén? ¿por qué? (postal, video, personalmente)
3. ¿Considera que las actividades programadas para la visita a la finca fueron atractivas?
4. ¿en algún momento te sentiste comprometido con asistir a la visita a la finca? / si sí ¿Qué lo hizo sentir así?
5. ¿Qué habría tenido que ocurrir para que asistiera a la visita? ¿qué se podría hacer para que asistiera a una próxima visita?