

RECURSOS PARA EL ESTUDIANTE

LOS DATOS SE PINTAN DE VERDE

LA PREGUNTA CENTRAL:

“¿Qué cuestiones de sustentabilidad tienen más importancia para tu comunidad?”

CONTEXTO:

Los efectos del cambio climático global (entre ellos el agravamiento de las catástrofes naturales y los fenómenos meteorológicos extremos y el agotamiento de los recursos naturales) están cada vez más presentes incluso en las generaciones más jóvenes. Las iniciativas de sustentabilidad como “Reducir-Reutilizar-Reciclar” pueden ayudar a los jóvenes a emprender el camino hacia una gestión ambiental responsable. Esta actividad te brinda la oportunidad de utilizar los datos para seguir impulsando opciones de consumo responsable y sustentable, a la vez que desarrollas una visión crítica de las políticas de sustentabilidad actuales. Después de analizar temas complejos en materia de conservación y sustentabilidad, te plantearás la pregunta “¿Qué cuestiones de sustentabilidad tienen más importancia para tu comunidad?” y recopilarás tus propios datos para ayudar a responderla.

PASOS A SEGUIR

Consulta los datos que se encuentran a partir de la página 5 de este documento. Ahora que ya cuentas con información de referencia sobre algunos de los problemas que afectan a la sustentabilidad en EE. UU., recopilarás tus propios datos para ayudar a responder la pregunta “¿Qué cuestiones de sustentabilidad tienen más importancia para tu comunidad?”

PASO I:

Después de considerar algunas cuestiones importantes relacionadas con la sustentabilidad y la conservación, trabajarás de forma individual o junto a un grupo pequeño para crear una breve encuesta que te permita recopilar tus propios datos. El objetivo es recabar información útil que te ayude a comprender mejor la diversidad de experiencias y a reconocer las tendencias o experiencias

compartidas. Para ayudarte en la creación, realización y recopilación de datos útiles para tu encuesta, puedes consultar la impresión “Recopilación de datos: Trucos y consejos”.

PASO 2:

Después de crear la encuesta, considera cómo realizarla y quiénes podrían responderla. Para obtener información valiosa y resultados que ayuden a responder la pregunta central, la encuesta debe generar respuestas que sean representativas de la diversidad social y, además, debería ser fácil de completar.

PASO 3:

Una vez realizada la encuesta, considera cómo analizarás los datos. Al revisar los resultados, reflexiona en algunas de las siguientes preguntas:

- ¿Qué descubriste?
- ¿Cómo puede representarse visualmente para que los demás entiendan? ¿Presentar los datos en tablas y gráficos te ayudaría a analizarlos y ver las tendencias?
- ¿Tus datos representan a una gran diversidad de personas? ¿Tu muestreo representa al grupo general de personas (la población) que querías estudiar?
- ¿Qué otras preguntas se te ocurren?

PASO 4:

Ahora que ya conoces los resultados, piensa cómo utilizar esta información para lograr un impacto positivo en tu comunidad o tomar medidas fundamentadas en el conocimiento para resolver un problema. Para ello, tómate un momento para analizar las preguntas de la impresión “Reflexión sobre los datos: Resolución de problemas para el futuro”.

RECOPIACIÓN DE DATOS: TRUCOS Y CONSEJOS

ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA

Mantener el enfoque de la encuesta

- Recuerda, puede ser difícil lograr que los encuestados respondan a una encuesta extensa. Procura que tu encuesta se concentre en la pregunta de investigación.

Las escalas de respuesta pueden ayudar a determinar la intensidad del sentimiento

- Aunque es correcto utilizar preguntas de tipo “sí/no” o binarias, considera la posibilidad de incluir preguntas que ofrezcan una gama de respuestas estructuradas en función de la intensidad o firmeza de la opinión sobre un tema. Las respuestas pueden variar desde “nunca” o “nada”, hasta “siempre” o “muy”.

Tratar de no hacer preguntas tendenciosas o con respuesta inducida

- Al formular las preguntas, evita los enunciados valorativos o un lenguaje que induzca al encuestado a dar una respuesta concreta o deseada.

Dar la oportunidad para aclarar las preguntas del tipo “sí/no”.

- Crea oportunidades para que los encuestados aclaren por qué respondieron sí o no, incluyendo calificativos como “en qué medida” o “con qué frecuencia”.

**Para obtener más información sobre cómo crear una encuesta, visita:*

<https://www.qualtrics.com/blog/10-tips-for-building-effective-surveys/>

REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA

Plataforma para encuestas

- Al crear una encuesta, considera cómo realizarla para obtener los mejores resultados. Puedes optar por realizarla en papel y calcular los datos a mano, o puedes utilizar una de las numerosas plataformas digitales para incrementar la productividad. Muchas de estas plataformas son gratuitas y pueden calcular los resultados automáticamente de diversas maneras. Consulta con el docente o con el adulto responsable cuáles son los mejores sitios web que puedes visitar.

Tamaño de la muestra y población

- Es importante recabar respuestas de personas con distintos orígenes, ya que sus experiencias suelen dar lugar a respuestas y perspectivas diferentes. Recabar las perspectivas de grupos diversos puede ayudar a comprender de forma más integral los problemas de sustentabilidad y la forma de implementar cambios.

**Para obtener más información sobre el tamaño de la muestra, puedes visitar:*

[¿Cuántas respuestas a la encuesta necesito para que sea válida estadísticamente? | SurveyMonkey](#)

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 2

REFLEXIÓN SOBRE LOS DATOS: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA EL FUTURO

1. ¿Qué me dicen los datos?
 - a. ¿Qué te sorprendió?
 - b. ¿Qué esperabas?
 - c. ¿Notaste algún patrón?

2. ¿Qué podría haber hecho de otra forma para recopilar datos más **precisos**?
 - a. ¿Cuántas respuestas obtuve?
 - b. ¿Las respuestas representan un tamaño de muestra válido?
 - c. ¿Hubo confusión por parte de los encuestados respecto a alguna de mis preguntas?

3. ¿Cómo me pueden ayudar estos datos a responder la pregunta: “¿Qué cuestiones de sustentabilidad tienen más importancia para tu comunidad?”

4. ¿Cuál sería la forma más adecuada de presentar o representar gráficamente estos datos?

5. ¿A quién le podrían servir estos datos?

6. ¿Cómo podría yo u otra persona utilizar estos datos para lograr un impacto positivo o tomar medidas fundamentadas en el conocimiento?

7. ¿Qué otras preguntas te gustaría formular en una futura encuesta?

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LUCHA POR UN MUNDO LIBRE DE PLÁSTICOS Y RESIDUOS



UTILIZA MATERIALES RECICLADOS POSTCONSUMO

Informa a tus consumidores que has adoptado un cambio en el envasado y en materiales de publicidad.



APROVECHA LOS MATERIALES QUE SON FÁCILES DE RECICLAR

No basta con utilizar materiales “reciclables”.



COMUNICA CON TRANSPARENCIA LO QUE SE PUEDE RECICLAR DE LOS ENVASES Y LA FORMA DE RECICLARLOS

Además, puedes utilizar tus envases para explicar cómo funciona el reciclaje y animar a los consumidores a investigar la infraestructura de reciclaje de sus comunidades.



Ejemplo: El yogur Siggis utiliza envases pensados para el reciclaje, con etiquetas de papel que pueden retirarse del vaso de plástico con facilidad para ayudar a los consumidores a separar el papel, el plástico y el metal y así reciclar de forma correcta. La empresa promueve la sustentabilidad, crea un vínculo con los consumidores e incentiva la acción del consumidor con el mensaje: “Por favor, separa la etiqueta desde aquí para: reciclar el papel por separado; lee más de nuestra historia en el interior del envase”.

Lograr algo similar requiere repensar el diseño de un envase y hacerlo más sencillo, pero el esfuerzo vale la pena por la reducción de materiales y el reconocimiento del consumidor, que tendrá un mayor compromiso y una mayor valoración de la marca.



CONSIDERA LA POSIBILIDAD DE INVERTIR EN EMPRESAS DE ENVASES ECOLÓGICOS Y RECICLABLES

Mantener actualizada la cadena de suministro de envases de forma proactiva y consciente.

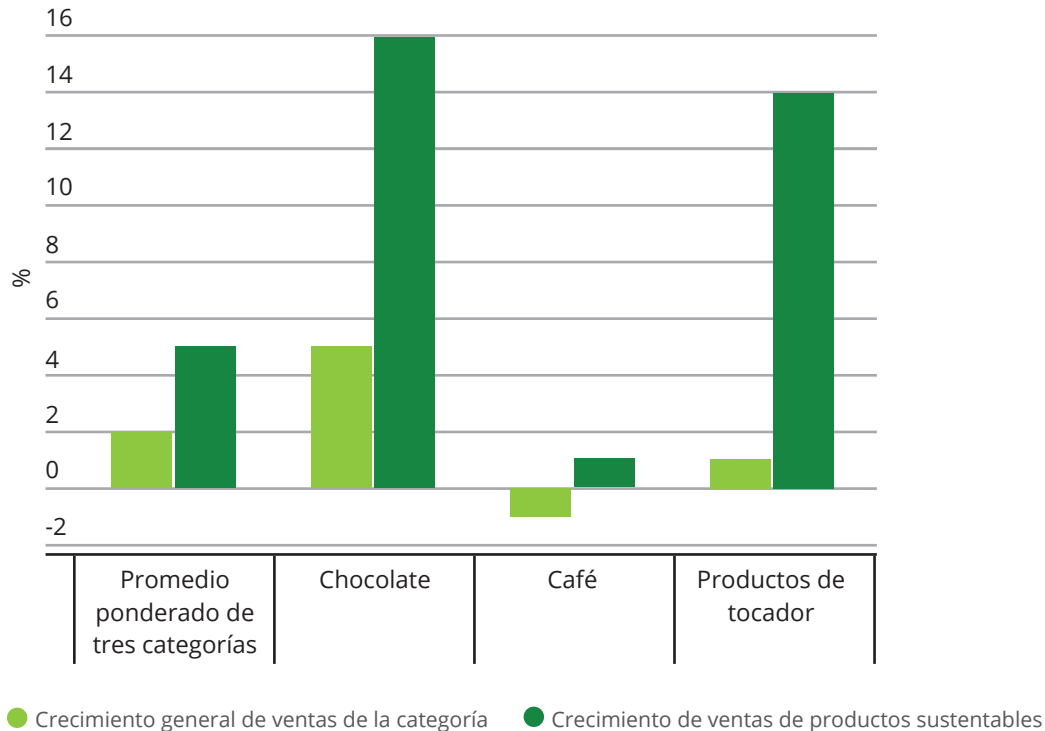
Por ejemplo, Starbucks invirtió en Frugalpac, un fabricante de vasos innovador que permite separar fácilmente el revestimiento impermeable (normalmente de plástico) y el exterior de papel reciclado para que los consumidores puedan reutilizar el vaso. En la actualidad, la mayoría de los vasos de café para llevar, incluidos los de Starbucks, que tienen revestimiento de plástico, son muy difíciles de reciclar.

Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Todos los derechos reservados.

Nielsen: [La sostenibilidad moderna es mucho más que papel frente a plástico](#), 2019

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LA SUSTENTABILIDAD VENDE EN TODAS LAS CATEGORÍAS



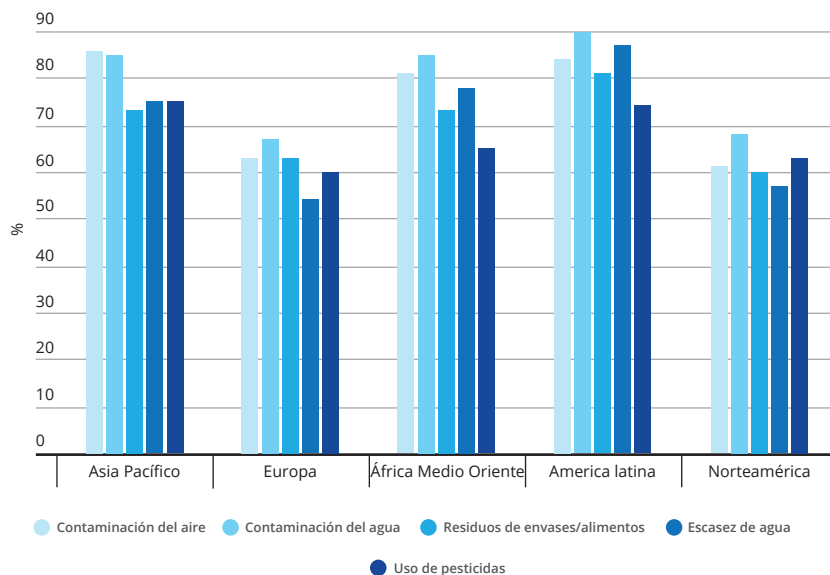
Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Todos los derechos reservados

Nielsen: [La sustentabilidad vende: El vínculo de los enunciados sobre sustentabilidad con las ventas](#), 2018

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LOS CONSUMIDORES DE TODO EL MUNDO SON CONSCIENTES DE LOS PROBLEMAS MEDIOAMBIENTALES

Porcentaje de encuestados que están sumamente o muy preocupados por las siguientes cuestiones medioambientales



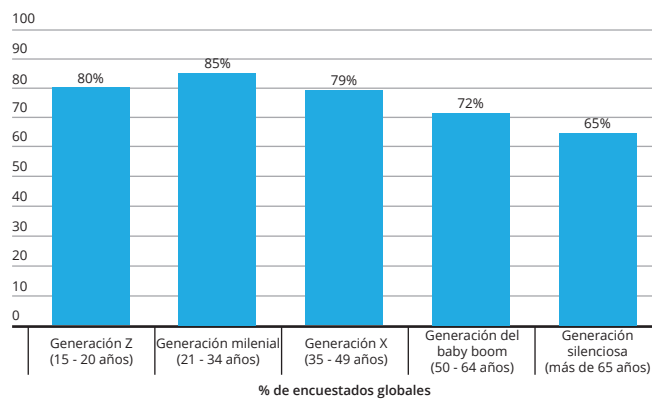
Fuente: The Conference Board® Global Consumer Confidence Survey, realizada en colaboración con Nielsen Q2, 2017

Nielsen: [Los consumidores globales buscan empresas con consciencia ambiental](#), 2018

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL ES MUY DEMANDADA POR TODOS LOS GÉNEROS Y GENERACIONES

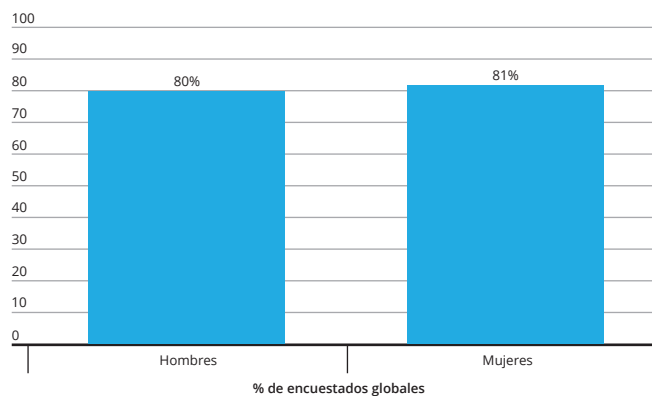
Generaciones



● Es sumamente o muy importante que las empresas implementen programas de mejora del medioambiente

Fuente: The Conference Board® Global Consumer Confidence Survey, realizada en colaboración con Nielsen Q2, 2017

Género



● Es sumamente o muy importante que las empresas implementen programas de mejora del medioambiente

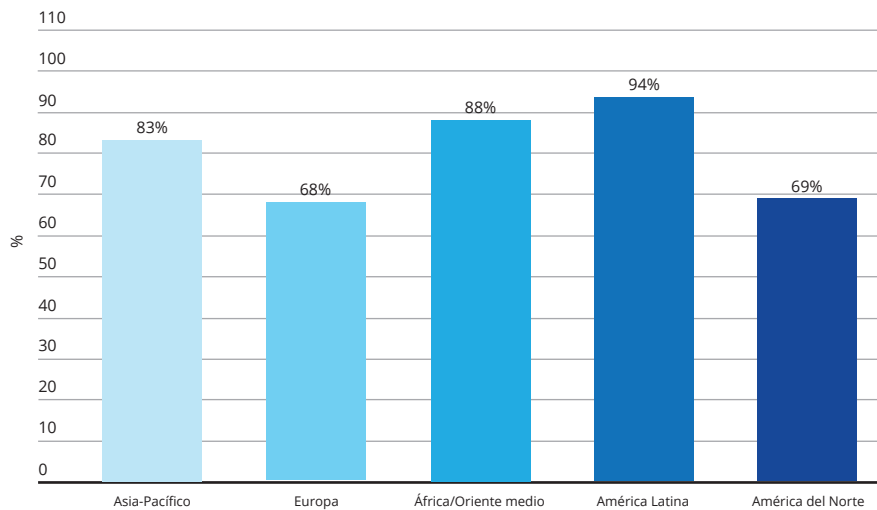
Fuente: The Conference Board® Global Consumer Confidence Survey, realizada en colaboración con Nielsen Q2, 2017

Nielsen: [Los consumidores globales buscan empresas que se preocupen por los problemas medioambientales](#), 2018

IMPRESIÓN PARA EL ESTUDIANTE 3

LOS CONSUMIDORES ESPERAN QUE LAS EMPRESAS SE PREOCUPEN POR EL MEDIOAMBIENTE

Porcentaje de encuestados que dicen que es sumamente o muy importante que las empresas implementen programas de mejora del medioambiente



Fuente: The Conference Board® Global Consumer Confidence Survey, realizada en colaboración con Nielsen Q2, 2017

Nielsen: [Los consumidores globales buscan empresas que se preocupen por los problemas medioambientales](#), 2018