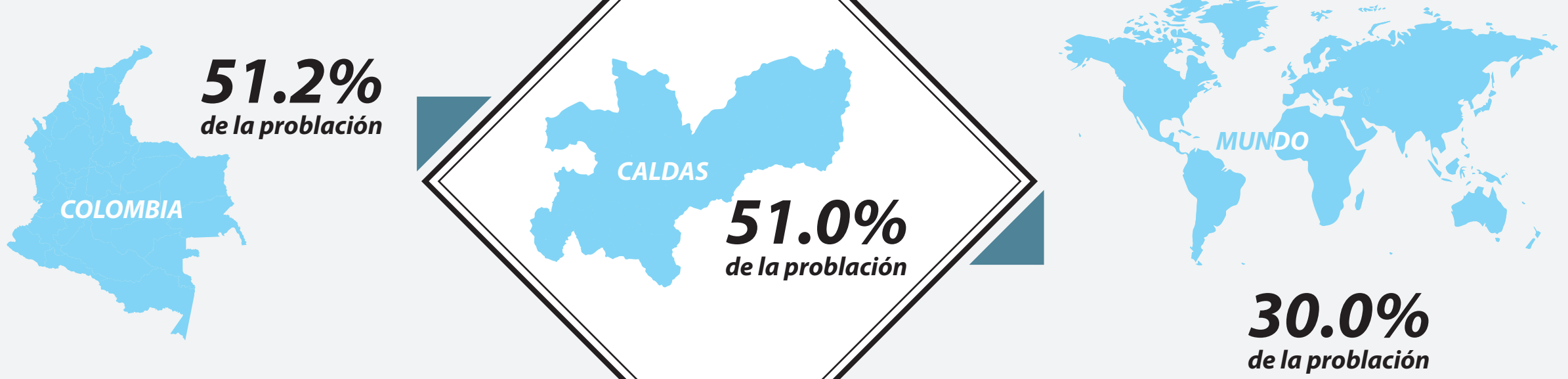


ESCALA IMC



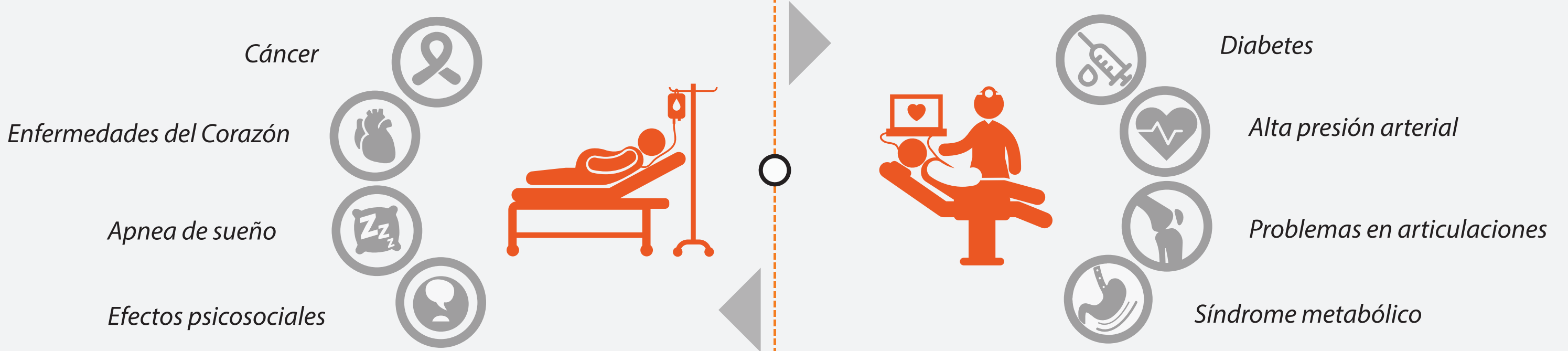
PANORAMA



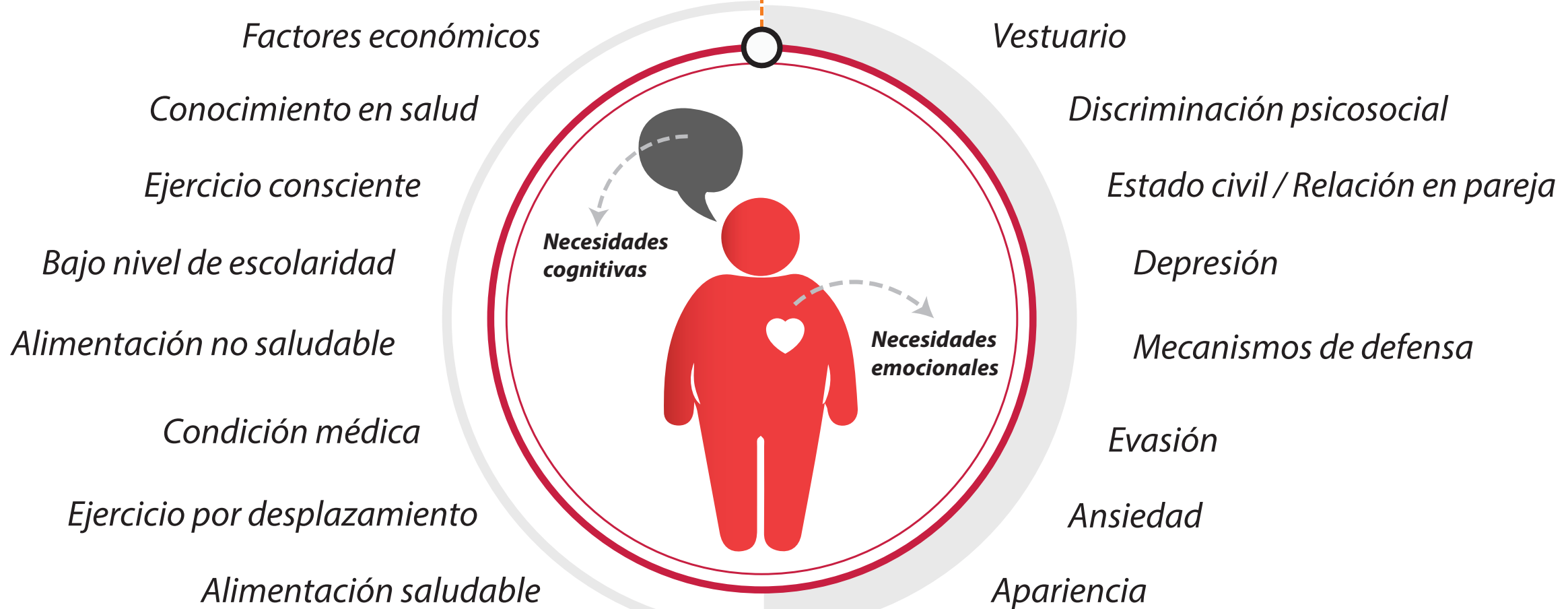
CAUSAS



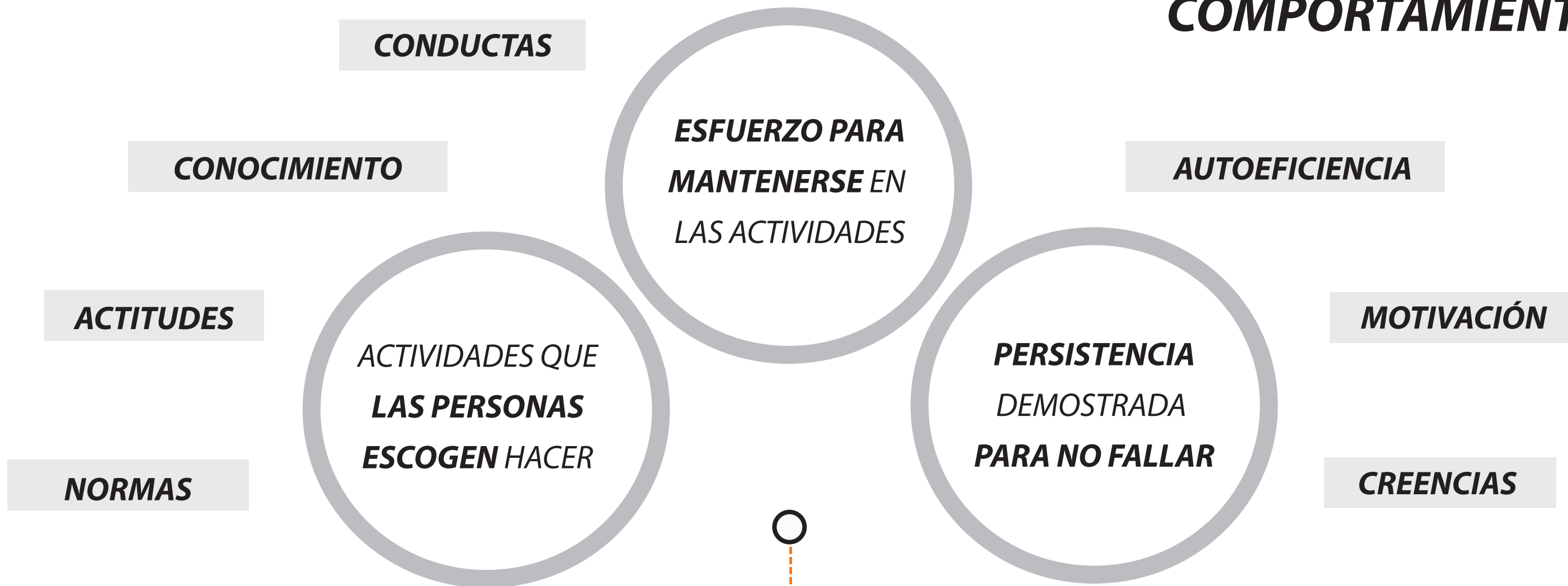
EFFECTOS



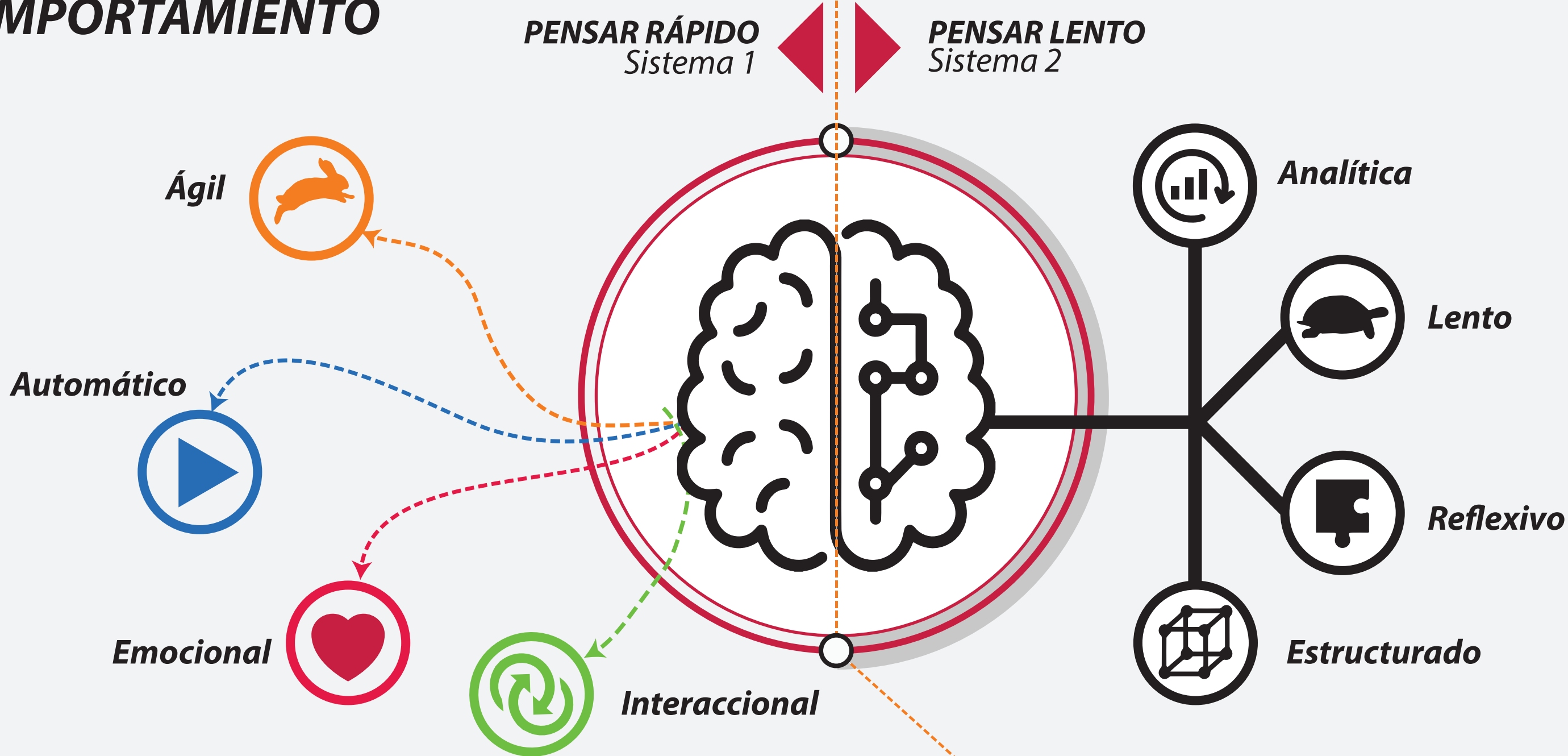
CARACTERIZACIÓN



CAMBIO DE COMPORTAMIENTO



ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

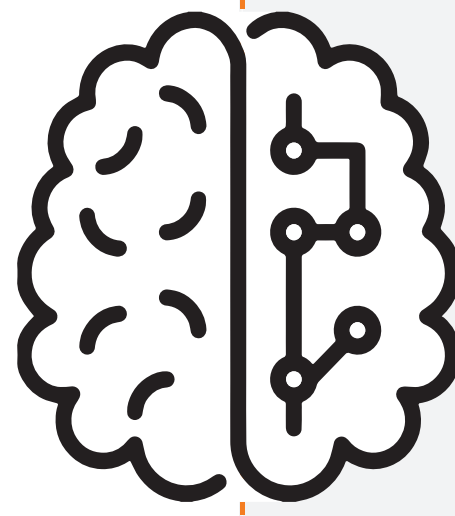


SESGOS



**ESTRATEGIAS
COGNITIVAS Y
POR SESGOS**

**ESTRATEGIAS
TRADICIONALES
REFLEXIVAS**



INCENTIVOS



TECNOLOGÍA
PERSUASIVA

CONTROL DE
PORCIONES



ATENCIÓN
PLENA



PROMESAS
PÚBLICAS Y
PERSONALES



AUTO-
CONTROL



PUBLICIDAD
PERSUASIVA

IMPLEMENTACIÓN



TERAPIA
PSICOLÓGICA

INTERVENCIÓN
EN EL LUGAR
DE COMPRA



CONTROL
CONTRARIO



INTERVENCIÓN EN
EDUCACIÓN E
INFORMACIÓN

INTERVENCIÓN
EN EL ESPACIO
PÚBLICO



ACTIVIDADES
FÍSICAS
SOCIALES



REPRESENTACIÓN
DE LA META Y
LA RECOMPENSA



LEYES Y
REGULACIONES

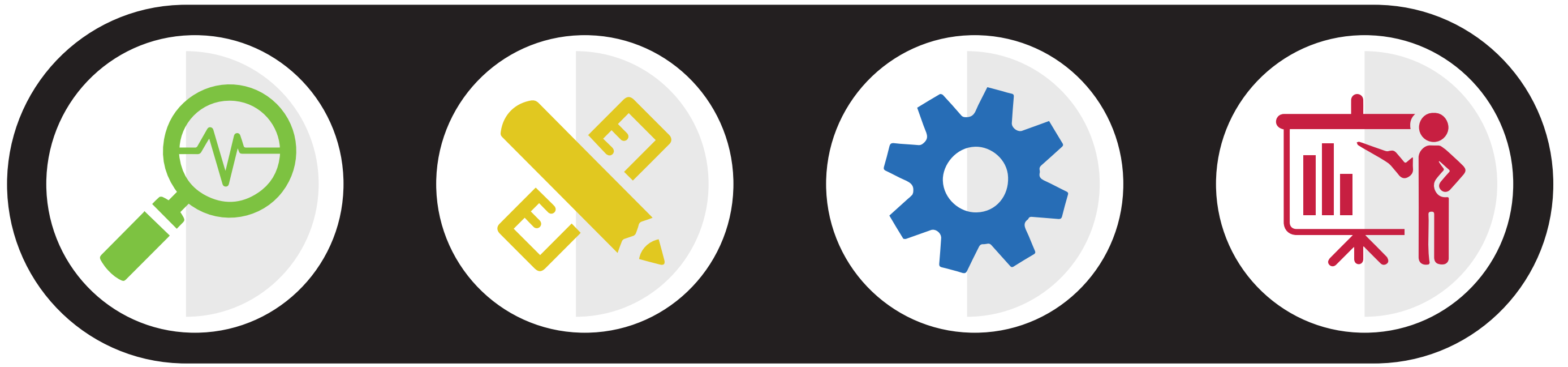
FASES PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS

Diagnóstico

Diseño de Alternativas

Desarrollo

Resultados



Cocreación



Deconstrucción



Planeación estratégica



Recolección de datos

Disonancia cognitiva



Matriz ponderada de evaluación



Materialización



Análisis de la información

Brainstorming



Método de personas



Codiseño

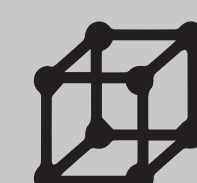


Implementación

Síntesis visual



Prototipado rápido



Storyboard o Guión gráfico



Seguimiento y ajuste



Caja de Herramientas



Prototipado

Entrevista semiestructurada



Visitas domiciliarias



Evaluación de diseño para el cambio de comportamiento

Seguimiento fotográfico



Diario de Hábitos y emociones



Prueba con usuarios

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS