

Manual de Cutucadas Verdes

Um guia prático para desenvolver e implementar cutucadas verdes para reduzir o consumo de copo de café de uso único.



Página de Conteúdo:

- i. Antecedentes e Contexto
- ii. Introdução às Cutucadas Verdes

Secção 1

Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Secção 2

Desenhando um Plano de Implementação

Secção 3

Desenhando um Plano de Avaliação

Conclusão

i. História & Contexto

Introdução

Este manual é um guia prático para os formuladores de políticas que desejam incorporar conhecimentos de ciência comportamental na elaboração de políticas para ajudar os cidadãos a viver de forma mais sustentável.

Trata-se de um **modelo com princípios orientadores gerais para** apoiar os formuladores de políticas a fazer parcerias com empresas para **definir o escopo e implementar iniciativas de mudança de comportamento que desencorajem o consumo de copos de café de uso único¹**, em favor de alternativas reutilizáveis.

Baseado em pesquisa e experiência prática, este manual fornece orientação prática e apoiará o roteiro da EPA [agência de proteção ambiental] sueca para o uso sustentável de plásticos. No entanto, deve-se notar que este **não é** um manual passo-a-passo universal, pois cada contexto é diferente e precisará ser considerado separadamente.

Embora o manual se concentre em copos de café de uso único, os princípios podem ser aplicados a produtos e comportamentos semelhantes, como garrafas plásticas de água. Do mesmo modo, embora o manual se concentre no contexto político e do mercado sueco, os princípios podem ser considerados para outros países com hábitos de compra e contextos de consumo semelhantes.

No círculo verde: Para o propósito deste manual, estamos definindo cutucadas como intervenções que orientam as pessoas em direções específicas, mas que também permitem que elas sigam seu próprio caminho.

A **hora da cutucada verde é agora**, à medida que países ao redor do mundo tomam medidas contra a poluição plástica. A [Diretiva da UE sobre Plásticos de Utilização Única](#) aborda os dez artigos de plástico de utilização única mais encontrados nas praias da Europa, proibindo aqueles onde existem alternativas disponíveis e acessíveis. Estima-se que [15.6 mil milhões de copos de papel contendo plástico](#) foram usados pela UE-28 em 2015. Somente na Suécia, estima-se que [500-1000 milhões de copos de café contendo plástico](#) são usadas a cada ano, e sua popularidade continua a aumentar em todo o mundo. Com valor de mercado estimado em [US\\$ 21.2 bilhões até 2026](#), eles são alvo impactante de proibições e cutucadas verdes. Até 2024, a Suécia proibirá copos descartáveis que contenham mais de 15% de plástico,² e todas as empresas que fornecem comida para levar devem oferecer uma opção reutilizável. No entanto, quando as proibições não são uma opção, as cutucadas podem ditar pequenas alterações na infraestrutura e na arquitetura da sociedade, o que pode permitir que organizações e órgãos governamentais empurrem os indivíduos para comportamentos mais sustentáveis. Alternativamente, cutucadas podem ser combinadas com intervenções políticas para aumentar o impacto do objetivo desejado e reduzir o efeito de consequências não intencionais.

¹ Embora esta cartilha frequentemente se refira a copos de "café", esta orientação é aplicável a quaisquer copos projetados para conter bebidas quentes e não se limita à compra de café.

² [Proposta de decreto relativo aos produtos de utilização única, Comissão Europeia](#)

ii. Introdução às Cutucadas Verdes

Por que precisamos de cutucadas verdes?

Sabemos que as melhores intenções não conduzem automaticamente ao comportamento. Ninguém quer necessariamente agir de forma não sustentável.

No entanto, quando nos deparamos com as pressas e estresses do dia a dia, as boas intenções nem sempre são suficientes. Portanto, os formuladores de políticas têm um trabalho importante ao projetar políticas bem-sucedidas; tornar os comportamentos desejados mais fáceis para os cidadãos. Neste caso, o comportamento desejado é trocar copos descartáveis por alternativas reutilizáveis.

Cutucadas verdes são a solução perfeita. Baseado na ciência comportamental, uma cutucada é uma intervenção que utiliza a natureza humana para ajudar as pessoas a tomar decisões em direção a um comportamento desejado. Isso funciona porque o cérebro deseja conveniência e tem cognição limitada, o que significa que ele automaticamente usa atalhos para minimizar o esforço que precisa fazer para chegar a uma decisão.

Os formuladores de políticas e as empresas podem tirar partido disso, alterando o ambiente em que os cidadãos operam, o que é conhecido como a arquitetura da escolha. É importante notar que as cutucadas verdes não restringem os cidadãos de fazer algo insustentável ou fazer suas próprias escolhas, como uma proibição. Eles simplesmente tornam isso menos provável, usando uma série de técnicas.

Exemplos de Cutucadas Verdes

- **Destacar a perda, não o ganho.** As perdas podem ser sentidas de forma mais aguda do que os ganhos do mesmo valor, entre grupos socioeconômicos
 - **Por exemplo...** Na Alemanha, [foi utilizado um quadro não monetário para incentivar as famílias a reduzir o consumo de energia](#). No incentivo ao ganho, as famílias foram informadas de que uma árvore seria plantada se reduzissem o uso de energia em 5%. No grupo de incentivo à perda, as famílias foram informadas de que a árvore não seria plantada se não atingissem 5%. O grupo ganho reduziu a energia em uma média de 2%, mas o grupo de perda foi bem-sucedido em reduzir a energia em 5%.
- **Premiar ou incentivar os cidadãos a utilizar um copo reutilizável (ou desincentivar a utilização de copos descartáveis)**
 - **Por exemplo...** No Reino Unido, a Starbucks fez uma parceria com a Hubbub para [testar uma taxa de 5p em](#) qualquer bebida quente para viagem em copos de uso único. Eles observaram um aumento no copo reutilizável de 2.2% de 5.8% e tomaram a decisão de lançá-lo em todo o país.
- **O enquadramento de mensagens pode ser uma ferramenta poderosa para impulsionar cutucadas e pode ser enquadrado positivamente ou negativamente.**
 - **Por exemplo...** Para influenciar o uso de sacolas plásticas em um supermercado, [foram utilizadas cutucadas de enquadramento de mensagens](#). O estudo testou uma mensagem positiva vs. uma mensagem negativa vs. nenhum sinal; cada um combinado com ambos pedindo bolsa vs. não pedindo bolsa. O estudo encontrou uma diferença significativa e positiva entre os sujeitos que foram expostos a uma intervenção em comparação com aqueles nas condições de controle.

ii. Introdução às Cutucadas Verdes

Exemplos de Cutucadas Verdes (continuação)

- Criar novos contextos sociais em que o uso de um copo reutilizável é a **norma**, e há uma **prova social clara** de que outros estão fazendo isso
 - **Por exemplo...** Mais de 300,000 residências em todo os EUA receberam um Relatório de Energia Residencial de seu fornecedor, que comparou seu [consumo de energia com o de seus vizinhos](#). Um emoji transmitia aprovação para quem consome abaixo da média (😊) ou desaprovação para quem consome mais (☹️). Em média, o consumo de energia diminuiu 2.0%, o que pode não parecer muito, mas é a economia equivalente esperada de um aumento de preços de curto prazo de 11-20%.
 - **Similarmente...** Na Suécia, 13,000 residências nos municípios de Partille e Varberg receberam o [peso da geração de resíduos de seus vizinhos](#), enquanto 7,000 não receberam. Em média, os domicílios informados reduziram seus resíduos domésticos em 8-10% quando comparados aos domicílios não informados – principalmente devido ao aumento da reciclagem.
 - **Observação** – é importante comunicar a norma, como, por exemplo, fornecer feedback sobre a popularidade de um certo comportamento. Por exemplo, destacando que no Reino Unido, as [vendas de copos reutilizáveis aumentaram 127% na Starbucks em dois anos](#) – em vez de afirmar que representam 5% das vendas totais.
- Reformular o contexto de compra de café para que a opção **padrão** não seja mais comprar café em uma copo de uso único, mas sim em uma reutilizável
 - **Por exemplo...** O programa "Drink Local" [da Universidade de Princeton](#) reformulou as normas institucionais, de modo que o novo padrão era usar uma garrafa reutilizável, em vez de comprar garrafas, fornecendo a todos os alunos que chegavam uma garrafa reutilizável gratuita da marca da universidade. 72% dos estudantes que mantiveram sua garrafa relataram nunca ter comprado água engarrafada, em comparação com 59% daqueles que não a receberam. Além disso, o apoio a uma proibição de água engarrafada no campus recebeu níveis mais altos de apoio entre os proprietários de garrafas do que aqueles que não receberam uma. Essa relação foi mediada por níveis (mais baixos) de consumo de água engarrafada, indicando que a mudança do padrão incentiva a mudança de comportamento em primeiro lugar e a mudança de atitude em segundo.
- Fornecimento de **serviços adicionais** para incentivar o uso de copos reutilizáveis
 - **Por exemplo...** Em 2009, a Universidade de Washington em St. Louis proibiu a venda de água engarrafada e observou uma abaixada de 39% nas vendas de bebidas engarrafadas nos primeiros seis anos. No entanto, o sucesso do programa foi atribuído ao fato de que a universidade [reformou mais de 100 bebedouros existentes e instalou mais](#), o que fez com que os alunos não optassem simplesmente por bebidas engarrafadas alternativas.

ii. Introdução às Cutucadas Verdes

Por que considerar apoiar as cutucadas verdes no espaço político?

Os benefícios são inúmeros.

- Não há tempo como o presente para apoiar as cutucadas verdes – [94% dos cidadãos europeus dizem que proteger o ambiente é importante para eles](#), mas podem sentir-se sobrecarregados ou inseguros quanto à melhor ação a tomar. As cutucadas podem fornecer uma orientação para os cidadãos agirem.
- O comportamento é impulsionado por uma série de influências, muitas das quais são conscientes, mas muitas das quais não são. Se o uso contínuo de copos de café para viagem de uso único fosse impulsionado pela falta de conhecimento sobre os impactos negativos da poluição plástica, a solução seria aumentar a conscientização sobre essa questão. No entanto, esse não é o problema. Em vez disso, a infraestrutura atual e as normas sociais dificultam **a motivação** para agir. As cutucadas verdes operam aumentando a motivação, tanto consciente quanto inconsciente (às vezes chamada de **reflexiva e automática**).
- As cutucadas verdes influenciam a tomada de decisões em **tempo hábil**, no momento crucial em que as decisões são tomadas. Não há como os cidadãos esquecerem o que lhes pedem se a decisão for tomada no ponto de venda de um café.
- As cutucadas verdes são efetivos **em termos econômicas e em termos de tempo**. Eles podem proporcionar economias significativas de um pequeno investimento.
- As cutucadas verdes são baseadas em décadas de literatura científica e experiência prática, uma base de evidências que está crescendo e evoluindo continuamente.
- Este método de persuasão "mais suave" garante que os cidadãos não se sintam obrigados a fazer uma coisa ou outra, ou sintam que o seu livre-arbítrio está ameaçado, o que pode levar a reações negativas e consequências negativas.

ii. Introdução às Cutucadas Verdes

Conciliando as cutucadas verdes com os instrumentos políticos tradicionais

As cutucadas verdes podem funcionar como um **precursor "suave"** da regulamentação "dura" ou apoiar a implementação de medidas mais duras.

Medidas políticas como proibições e impostos sobre copos de café de uso único são alavancas completamente legítimas de mudança de comportamento, no entanto, podem ser menos aceitas publicamente pelos cidadãos e potencialmente criar **consequências não intencionais** se instituídas sem considerar primeiro o comportamento dos cidadãos.

Eles também podem ter **impactos desproporcionais** sobre consumidores com **status socioeconômico mais baixo, conhecimento de domínio e habilidade numérica**. Como resultado, ["boas cutucadas"](#) projetados para aumentar a seleção de opções superiores reduzem as disparidades de escolha, melhorando as escolhas entre esses grupos e promovendo maior igualdade.

A Suécia (e a UE em geral) tem uma série de políticas progressistas em jogo que verão a retirada de itens de uso único do mercado, mas as cutucadas verdes podem operar de forma complementar, particularmente aumentando o efeito de uma proibição para produtos fora de suas especificações. Implementar cutucadas verdes antes de uma mudança política maior pode trazer a população "a bordo", ajudando-a a se acostumar com as mudanças antes que elas sejam absolutamente necessárias. O comportamento desejado não será mais novo, o que aumenta as chances de sucesso e minimiza as chances de retrocesso. As empresas precisarão fazer mudanças independentemente disso, e aqueles que fizerem isso mais cedo se beneficiarão de uma transição mais suave e clientes mais felizes.

Claro, isso não quer dizer que não haja lugar para proibições e impostos na política de plástico de uso único. A pesquisa pré-piloto do WRAP indicou que 20% dos cidadãos suecos não possuem um copo de café reutilizável e não são **receptivos** a fazê-lo. É improvável que as cutucadas verdes mudem o comportamento desses cidadãos e, portanto, para incentivar o uso de alternativas mais sustentáveis, essa coorte pode exigir uma intervenção mais forte, como uma proibição. Tais medidas têm sido particularmente bem-sucedidas na saúde pública, por exemplo, a [proibição de fumar em ambientes fechados no Reino Unido](#).

"As medidas políticas podem ser menos aceitas publicamente pelos cidadãos e potencialmente criar consequências não intencionais sem antes considerar o comportamento dos cidadãos."

ii. Introdução às Cutucadas Verdes

Consequências não intencionais

A implementação de políticas pode ser repleta de consequências não intencionais – muitas vezes com resultados piores do que se nada tivesse acontecido.

Mudar o comportamento em um aspecto pode mudar o problema para outro lugar, ou então não resolver a causa raiz do problema.

Construir uma compreensão detalhada do comportamento do cidadão em relação a copos de café de uso único e projetar cutucadas verdes relevantes pode ajudar a evitar isso. Por exemplo, temos de garantir que os cidadãos utilizem repetidamente um **pequeno número de copos reutilizáveis** para café para levar, em vez de **acumularem muitos copos e nunca utilizar estes copos**, o que é mais intensivo em carbono.

Uma [avaliação do ciclo de vida realizada em 2014](#) concluiu que 20-100 usos de um copo reutilizável são necessários para contabilizar as emissões de gases de efeito estufa de um copo de uso único, no entanto, quando outros indicadores de qualidade do ecossistema são considerados (como a ocupação do solo), o número pode ser de mais de 1,000 reusos.

Um exemplo semelhante pode ser tirado do Reino Unido. Uma taxa de 5p para sacos plásticos de uso único foi introduzida em lei em 2015, no entanto, de acordo com [uma pesquisa realizada pela WRAP em 2020](#), quase um terço dos cidadãos têm sacos em casa que não usam, e um em cada quatro continua a comprar sacos de uso único do caixa.

A barreira central era esquecer de trazer sacos de casa, as cutucadas verdes certamente resolveriam essa barreira e apoiariam a política, tanto como um precursor para preparar a população, mas também para incentivar a mudança contínua de comportamento **após a** implementação da política.

Princípios-chave:

As cutucadas verdes podem complementar os instrumentos políticos tradicionais, tornando os comportamentos sustentáveis mais fáceis para os cidadãos. Eles aproveitam os atalhos que o cérebro toma ao tomar decisões, adaptando a arquitetura de escolha.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Entendendo o(s) público(s) alvo(s)

Quando se trata de cutucadas verdes e mudar o comportamento do cidadão, a principal coisa a lembrar é que o contexto importa, e nenhuma pessoa ou lugar é o mesmo.

O que funciona em um café pode não funcionar em outro, e o que funciona para um indivíduo pode não funcionar para outros. Portanto, o público-alvo precisa ser definido desde o primeiro dia, para que uma compreensão profunda de seu comportamento possa ser construída.

Isso deve envolver a identificação do(s) grupo(s) que mais se **beneficiaria** de cutucadas verdes, aquelas que são **fáceis** de alcançar e aquelas que gerariam **impacto** – se as cutucadas verdes mudassem com sucesso seu comportamento e eles nunca mais comprassem outra copo de café de uso único, haveria um impacto perceptível nos níveis gerais de compra de copo de café de uso único?

O público-alvo das cutucadas verdes pode ser definido de várias maneiras:

- Eles podem ser baseados em **dados demográficos** (por exemplo, todos os que vivem em Stockholm)
- **Participação em grupos sociais** (por exemplo, estudantes da Universidade de Uppsala)
- **Outras associações educativas ou profissionais** (por exemplo, funcionários da Agência Sueca de Protecção do Ambiente)
- **Posse do produto** (por exemplo, usuários de iPhone)
- **Valores e crenças** (por exemplo, aqueles com motivações pró-ambientais)
- **Propensão atual para se envolver com o comportamento-alvo** (por exemplo, aqueles que estão abertos a usar uma copo de café reutilizável)

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Estudo de caso:

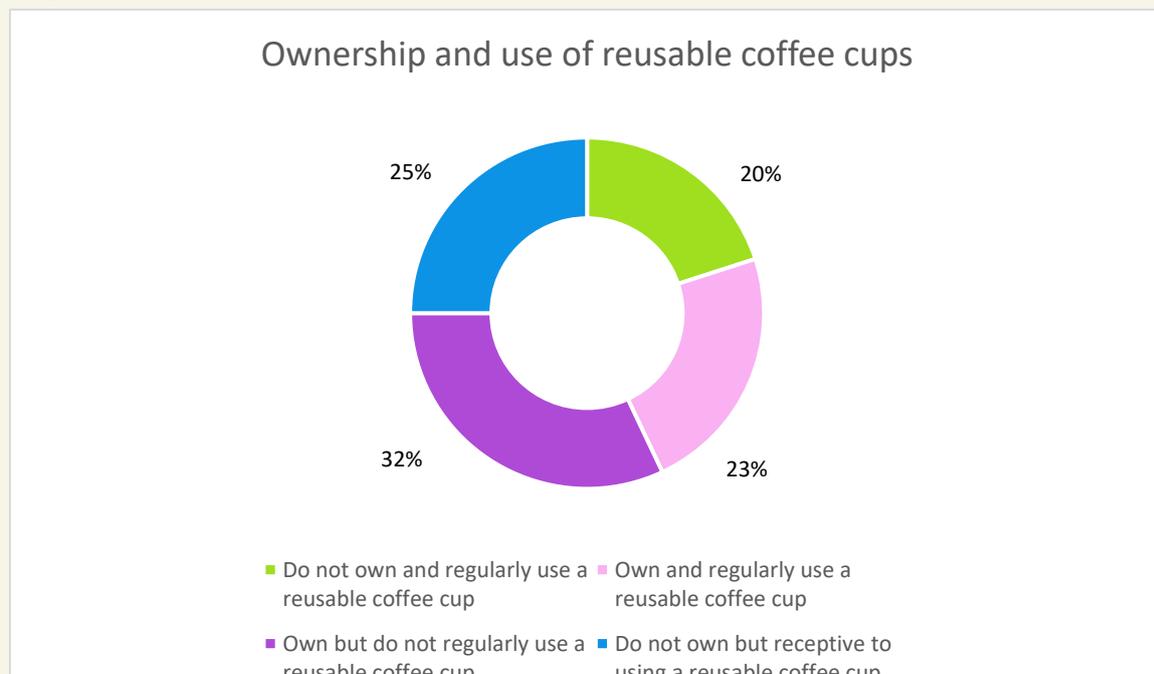
Na pesquisa pré-piloto do WRAP³, o público-alvo foi selecionado com base na **posse de copos de café reutilizáveis**: usuários regulares, usuários irregulares e não usuários receptivos.

Esses grupos não são definidos por dados sociodemográficos, mas por valores e atitudes que se prestam bem a serem cutucados, como querer fazer a sua parte pelo meio ambiente.

Os usuários regulares permanecem no público-alvo apesar do fato de que eles já estão fazendo o comportamento desejado, como apenas **39%** usam um copo reutilizável cada vez que compram uma bebida quente, então há muito espaço para melhorias.

Os não-usuários não receptivos foram descontados porque não são motivados a favor do meio ambiente e, portanto, **as cutucadas podem ser uma medida muito branda** para superar suas barreiras. Em vez disso, poderia ser necessária uma abordagem regulamentar mais pesada para alterar o comportamento destes 20%.

Segmentos Cidadãos:



³ Uma pesquisa nacionalmente representativa com 1,013 cidadãos suecos com 18+ anos foi realizada online durante março de 2021.

Os participantes elegíveis tinham que consumir bebidas quentes para viagem pelo menos várias vezes por mês (antes da pandemia de coronavírus).

A pesquisa explorou características sociodemográficas, hábitos relacionados ao plástico de uso único, percepções de barreiras e oportunidades para o uso de copos de café reutilizáveis, intenções de consumo e propensão a se envolver com várias cutucadas verdes.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Uma abordagem semelhante é necessária para identificar o **local alvo** para a implementação de cutucadas verdes.

Entender esse contexto é crucial porque os comportamentos e as barreiras associadas podem diferir entre os locais, o que significa que uma estratégia de cutucada verde pode não servir para todos.

Isso deve envolver considerar o perfil típico do cliente das empresas, os níveis de afluência, qualquer coisa sobre o local que torne a implementação mais ou menos viável e quaisquer outras características contextuais que tornem as cutucadas verdes mais ou menos propensas a serem bem-sucedidas.

Estudo de caso:

Na pesquisa pré-piloto do WRAP, três locais-alvo abrangentes foram identificados.

Primeiro, **os cafés tradicionais** representaram a maioria das compras de café para viagem, e o café é sua razão de existir.

Em segundo lugar, **os restaurantes de comida rápida** são o segundo local mais popular para compras de café para viagem, mas também permitem o acesso a bebedores irregulares de café que podem não ter entrado no restaurante com café em mente.

Em terceiro lugar, **as cantinas universitárias/locais de trabalho** são visitadas regularmente e podem ser a única opção próxima ou conveniente para grupos específicos.

As padarias foram descontadas devido à baixa afluência (e, portanto, impacto limitado), e as máquinas de autoatendimento foram descontadas devido à receptividade limitada a copos reutilizáveis entre seus principais clientes.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Compreender o comportamento alvo

Para intervir eficazmente no comportamento dos cidadãos em matéria de copos de café, é preciso primeiro compreender tudo o que poder sobre o assunto.

Considere as três perguntas centrais a seguir:

1. O que os cidadãos estão **fazendo atualmente** quando se trata de copos de café descartáveis e reutilizáveis?
2. Quais **barreiras** estão a impedir os cidadãos de utilizar copos de café reutilizáveis (ou a incentivá-los a utilizar copos de café descartáveis)?
3. Quais **facilitadores** estão apoiando os cidadãos a usar copos de café reutilizáveis (ou impedindo-os de usar copos de café de uso único)?

As respostas às perguntas 2 e 3 determinarão a estratégia global de cutucada verde que é desenvolvida.

Esta estratégia deve ter por objectivo eliminar ou apoiar os cidadãos a ultrapassarem quaisquer barreiras que enfrentem, bem como aumentar o impacto dos facilitadores existentes ou introduzir novos.

Se você não puder responder suficientemente a essas perguntas ou se houver lacunas de conhecimento, realize **pesquisas primárias** para preenchê-las.

Isso deve ser realizado com o público-alvo (por exemplo, cidadãos suecos) ou, pelo menos, com uma população com características e contexto semelhantes, para evitar o desenvolvimento de cutucadas que abordem as barreiras erradas.

Estudo de caso:

Um piloto realizado em Gotemburgo, Suécia, que usou cutucadas verdes para tentar incentivar o uso de copos de café reutilizáveis descobriu que muitos cidadãos não tomam ativamente sua bebida para ir e preferem beber no café em um ambiente descontraído.

Esses cidadãos não se encaixaram no público-alvo para a cutucada desenvolvido, por isso é importante entender os comportamentos atuais antes de tentar implementar novos.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Barreiras e facilitadores podem ser encontrados em todos os lugares e não levar todos eles em conta pode levar a uma estratégia incompleta de cutucadas verdes.

Considere os seguintes pontos ao planejar sua pesquisa:

- Que **conhecimentos** têm os cidadãos que os ajudam ou dificultam?
 - Por exemplo... "Sei que a poluição plástica faz mal ao planeta"
- Os cidadãos têm **atitudes ou crenças úteis ou inúteis**?
 - Por exemplo... "Um copo não fará diferença"
- Há influências ou pressões **sociais úteis ou inúteis**?
 - Por exemplo... "Gosto de ser visto bebendo de uma copo de café descartável"
- As alternativas às copos de café descartáveis estão **prontamente disponíveis e acessíveis**?
 - Por exemplo... "Alternativas reutilizáveis são muito caras e não funcionam tão bem"
- Os cidadãos têm algum hábito útil ou inútil?
 - Por exemplo... "agora é apenas um hábito colocar meu copo reutilizável de manhã com minha bolsa e chaves"
- Os cidadãos têm objetivos concorrentes?
 - Por exemplo... "Copos de café descartáveis me parecem mais higiênicos"
- Os cidadãos encontram-se em situações úteis ou inúteis?
 - Por exemplo... "há lugares onde não parece apropriado beber de uma copo de café reutilizável"
- Os cidadãos têm algum sentido útil ou inútil de **responsabilidade** ou **identidade**?
 - Por exemplo... "é função do governo limpar o meio ambiente, não meu"

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Estudo de caso:

Na pesquisa pré-piloto do WRAP, foi identificada uma série de barreiras e facilitadores que diferiam entre os usuários atuais e futuros de copos reutilizáveis.

Ao realizar pesquisas pré-piloto, assegure-se de que uma **amostra suficientemente grande** seja recrutada para dar poder suficiente aos achados e garantir que as barreiras identificadas sejam representativas do público-alvo mais amplo.

O tamanho da amostra mais adequado dependerá das especificidades do público-alvo das cutucadas verdes e da metodologia de teste.

Proprietários

Top 3 reasons

- 40% It's convenience
- 31% It's a good way for me to do my bit for the environment
- 27% It was given as a gift from friends/family

vs.

Futuros usuários

Top 3 reasons

- 68% It's a good way for me to do my bit for the environment
- 31% It's convenience
- 27% To get financial incentive

Top 3 barriers

- 37% Difficult to remember/get into the habit
- 24% Difficult to carry around
- 18% I like drinking from a takeaway cup

Top 3 barriers

- 24% It's not really a thing in the places where I buy my drinks
- 22% The cost
- 19% It was given as a gift from friends/family

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Desenhando soluções

Na análise final, as cutucadas verdes que funcionarão melhor para incentivar os cidadãos a mudar para copos de café reutilizáveis serão aquelas que foram desenvolvidas com base na **compreensão das barreiras**.

No entanto, um bom princípio geral é criar cutucadas que **recompensem** os cidadãos pelo uso de um copo reutilizável, ou facilitem fazê-lo, em vez de **incomodá-los** por não fazê-lo – como fazê-los pedir um copo descartável ou pagar uma taxa adicional.

Desta forma, a mudança de comportamento a longo prazo é encorajada, uma vez que os cidadãos estão a fazer a mudança **porque querem**, não porque se sentem coagidos, ou que têm de fazer para evitar consequências negativas. Se esse fosse o caso, eles simplesmente voltariam a usar copos de café de uso único quando o inconveniente fosse removido.

Estudo de caso:

A pesquisa pré-piloto do WRAP com cidadãos suecos revelou que uma estratégia abrangente eficaz de cutucadas verdes deve tornar as copos de café reutilizáveis mais **disponíveis, econômicas, convenientes e atraentes** do que as alternativas de uso único.

A estratégia deve apoiar a **formação de hábitos**, estimulando e lembrando os cidadãos sobre copos reutilizáveis, e a mudança também pode ser apoiada destacando os **benefícios ambientais**.

Ao projetar soluções específicas, há uma série de **modelos e estruturas comportamentais** que simplificam a grande base de evidências em técnicas utilizáveis que os formuladores de políticas podem aplicar para desencorajar os cidadãos de usar copos de café de uso único (na verdade, muitas estruturas foram criadas com os formuladores de políticas em mente).

Em vez de passar por cada uma delas, aqui descrevemos técnicas comuns que surgem ao longo e têm um histórico comprovado de sucesso.

Desde que as soluções sejam baseadas na **superação das barreiras existentes**, não é necessário o uso de modelos. Para obter mais informações sobre modelos e estruturas de mudança de comportamento, consulte os seguintes recursos:

[LESTE](#) | [ESPAÇO MENTAL](#) | [COM-B & a roda de mudança de comportamento](#) | [ISM](#) | [Octalysis \(para gamificação\)](#) | [Referencial de Domínios Teóricos](#)

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Desenhando soluções – estratégias

- **Use mensageiros confiáveis e relacionáveis.**
É mais provável que acreditemos e sigamos ordens de alguém que consideramos credível ou com quem nos relacionamos. Isso pode incluir celebridades ou influenciadores de mídia social, pessoas que podemos admirar.
- **Recompense ou incentive o uso de copos de café reutilizáveis.**
Estamos mais motivados a mudar nosso comportamento se prometer algo positivo em troca. Essa recompensa **não precisa ser financeira**⁴ mas pode ser a promessa de uma recompensa emocional, ou pode satisfazer uma série de motivadores intrínsecos, conforme identificado em sua pesquisa.
- **Estimule normas sociais úteis, ilustrando o uso de copo de café reutilizável de outras pessoas.**
Nós nos comportamos de maneiras que achamos que os outros aprovarão e somos mais propensos a fazer algo quando vemos evidências de que outros também o fizeram.
- **Troque todos os padrões por copos de café reutilizáveis.**
Vamos com o fluxo de opções pré-definidas, pois estas indicam o que é normal e ir contra elas requer mais esforço.
- **Aumente a saliência das copos de café reutilizáveis.**
Prestamos mais atenção, lembramos e acreditamos em informações que são particularmente ousadas, perceptíveis e novas.
- **Enquadre as mensagens de cutucada para destacar as normas sociais.**
Gostamos de nos encaixar com a multidão, então enquadrar uma mensagem para destacar a popularidade de um comportamento será mais poderoso.

⁴ De facto, satisfazer os motivadores intrínsecos dos cidadãos (por exemplo, um desejo de conveniência ou de agir em prol do ambiente) em detrimento dos seus motivadores extrínsecos (por exemplo, poupar dinheiro) pode conduzir a uma mudança de comportamento sustentada a longo prazo. O uso de recompensas monetárias cria o risco de que os cidadãos simplesmente voltem a usar copos de café descartáveis se o incentivo financeiro (ou desincentivo) for removido. Dito isso, ainda pode ser um gancho útil para engajar aqueles para quem o custo é uma barreira, que podem então desenvolver motivações secundárias e mais intrínsecas.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Desenhando soluções – estratégias (continuação)

- **Incentivar o compromisso com o uso de copos de café reutilizáveis.**
É mais provável que demos seguimento a algo depois de nos comprometermos a fazê-lo (publicamente ou não).
- **Incentivar a formação de novos hábitos que incentivem o uso de copos de café reutilizáveis.**
A formação de hábitos é mais fácil durante os períodos de transição, mas uma vez formados, eles são difíceis de quebrar.
- **Fornecer feedback sobre o consumo de copo de café de uso único.**
O feedback ajuda a mudar o comportamento, tornando-o visível e concreto.
- **Fornecer serviços que facilitem o uso de uma copo de café reutilizável.**
Quanto mais fácil for um comportamento e quanto menos atrito for encontrado, maior a probabilidade de fazê-lo.
- **Personalize todas as ofertas.**
A personalização estimula a mudança de comportamento à medida que nos sentimos mais investidos no processo.
- **Avise sobre copos reutilizáveis em pontos de tempo relevantes.**
Avisos oportunos evitam que nos esqueçamos da mudança de comportamento pretendida, quando ela é mais importante.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Estudo de caso:

Uma série de cutucadas verdes foram testadas na pesquisa pré-piloto do WRAP com cidadãos suecos, que poderiam ser implementadas como parte de um piloto. No entanto, vale a pena notar que testar bem com os cidadãos em um ambiente online não significa que eles funcionariam perfeitamente no local. Da mesma forma, aqueles que não testaram bem online podem ser eficazes quando colocados no contexto correto. **A testagem é fundamental.**

As cutucadas são apresentadas em ordem decrescente de eficácia percebida pelos cidadãos suecos. As porcentagens entre parênteses indicam a proporção de cidadãos que pontuaram cada cutucada como eficaz (7-10 em 10) em incentivar as pessoas que conhecem a usar um copo reutilizável.

Em geral, cada cutucada verde foi considerado mais eficaz por não-usuários receptivos, seguidos por usuários regulares e depois usuários irregulares, embora houvesse alguma variação transversal.

Cutucadas gratificantes:

- Selos de fidelidade/recompensa duplos dados quando um copo reutilizável é usado (58%)
- Desconto em um copo reutilizável novo quando um antigo é devolvido no final de sua vida útil (55%)
- Serviço gratuito de 'refresh' onde os copos reutilizáveis podem ser limpos (54%)
- Dois kronas de desconto em bebidas quentes quando um copo reutilizável é usado (53%)
- Os copos reutilizáveis têm um código escaneável que está vinculado a um aplicativo que permite aos clientes pré-pagar ou recarregar bebidas para acelerar as compras (49%)⁵
- A compra de um copo reutilizável dá aos cidadãos acesso VIP a programas de fidelidade com ofertas e descontos (48%)
- As máquinas de autoatendimento possuem pia integrada, para que a bebida anterior possa ser derramada, e um botão de 'enxágue' que dispensa água quente para limpar o copo (47%)
- Novos copos reutilizáveis vêm pré-carregados com bebidas gratuitas, através de um cartão de selo físico ou um chip no próprio copo (44%)
- Iniciativas em toda a cidade para apoiar copos reutilizáveis, onde os copos são da marca da cidade e elegíveis para descontos em todas as lojas participantes (43%)

⁵ Isso é semelhante a um teste em andamento conduzido pela [Costa Coffee em Glasgow \(Reino Unido\)](#), no qual uma xícara 'BURT' (emprestada, usada, reutilizada, retomada) é vinculada a contas de clientes por meio de códigos QR e tecnologia blockchain.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Cutucadas inconvenientes

Mesmo que **cutucadas inconvenientes** não sejam recomendadas para implementação por si só, pois correm o risco de alienar os clientes e adiá-las completamente, elas podem ser eficazes quando combinadas com cutucadas recompensadoras.

- O barista/servidor sempre pergunta aos clientes se eles querem sua bebida em um copo reutilizável (51%). Apesar de ser um pouco incômodo, essa cutucada testou bem, entre os cinco primeiros.
- Sobretaxa de dois kronas suecas em bebidas quentes quando é utilizado um copo descartável (36%). *Isso é muito semelhante a um [teste conduzido no Reino Unido pela Starbucks e Hubbub](#), no qual uma sobretaxa de 5 pence aumentou o uso de copos reutilizáveis de 2,2% para 5,8%.
- Os copos descartáveis vêm sem tampa, embora os clientes ainda possam solicitar um (34%)
- Os copos descartáveis não são mais de marca (31%)

Diferenças interculturais.

Reconhece-se que as cutucadas verdes podem estar em melhor posição para mudar o comportamento dos cidadãos em países mais desenvolvidos, onde existem infraestruturas mais abrangentes.

Isso não significa que as cutucadas verdes estejam fora de questão, na verdade, a cutucada e a ciência comportamental têm sido amplamente aplicados no contexto do desenvolvimento internacional (por exemplo, no incentivo à [imunização infantil na Tanzânia](#), na [frequência escolar no Marrocos](#) e [na melhoria das melhorias sanitárias nas favelas de Nova Délhi](#)).

No entanto, **pesquisas primárias para entender o público e suas barreiras para o uso de copos de café reutilizáveis** são sempre recomendadas.

Princípios-chave

Há uma variedade de estratégias de cutucadas verdes disponíveis para os formuladores de políticas e empresas escolherem, mas elas devem ser desenvolvidas e selecionadas com base em quão bem elas lidam com as barreiras ao uso de um copo reutilizável que são enfrentadas pela população-alvo. Cutucadas positivas e gratificantes são preferíveis a cutucadas negativas e inconvenientes, embora haja o potencial de que elas possam funcionar bem em conjunto umas com as outras.

Seção 1: Desenhando uma Estratégia de Cutucadas Verdes

Estudo de caso

Chalmers Industriteknik

Um piloto realizado pela Chalmers Industriteknik analisou o uso de cutucadas verdes para incentivar a adoção do uso de copos reutilizáveis.

Este piloto se baseou em investigações anteriores sobre cutucadas verdes, incluindo a pesquisa pré-piloto da WRAP sobre o uso de cutucadas verdes para reduzir o consumo de copos de café descartáveis na Suécia; e um relatório da Agência Sueca de Proteção Ambiental sobre o combate ao lixo plástico usando a estratégia de cutucada para reduzir o consumo de copos descartáveis.

Como resultado dos dois relatos, três cutucadas foram sugeridas:

1. Um padrão suave significa que os copos descartáveis de uso único não serão mais a opção padrão. Isso foi ajustado para o barista sempre perguntar se o cliente queria sua bebida em um copo reutilizável, com uma sobretaxa sendo colocada em copos descartáveis.
2. Dando aos consumidores que trazem seu próprio copo reutilizável mais conveniência, abrindo uma "pista expressa" para eles. Isso seria impulsionado removendo a marca dos copos de uso único, bem como fazendo com que as tampas fossem algo que o cliente deve pedir.
3. Alinhar programas de fidelidade e porções pré-pagas ao uso de um copo recarregável. Um código QR foi proposto para ser adicionado às canecas reutilizáveis para facilitar isso.

Na sequência de discussões com cafés parceiros, foi apresentada uma versão revista da cutucada número um, que consiste em:

- Um desconto de cinco kronas para quem comprar uma bebida para ir usando um copo reutilizável
- Pôsteres apresentando claramente a cutucada em cada registro (veja imagem abaixo) e entrada
- A possibilidade de comprar um copo reutilizável de alta qualidade com desconto (tamanho pequeno em 49 kronas em vez de 85, tamanho grande em 69 em vez de 120)

Os dados foram coletados durante seis semanas, de 4 de abril a 15 de maio, em dois cafés. Três locais foram avaliados, e os dados abrangeram quatro produtos: café expresso grande e médio com leite e café de filtro grande e médio.

Resultado

Um local mostrou um aumento dramático nas vendas de copos de café reutilizáveis. Isso se deve ao tamanho menor do café e ao comportamento típico dos clientes fiéis regulares que compram café para viagem rotineiramente. Além disso, o empenho e o entusiasmo da equipe ajudaram a convencer os clientes a experimentar o esquema.

No entanto, o estudo descobriu que os incentivos financeiros que recompensam os consumidores pelo uso de um copo reutilizável não tiveram um grande impacto no comportamento de compra do consumidor. Originalmente, a cutucada era para fornecer um desincentivo financeiro para o comportamento indesejado, mas os empresários não estão dispostos a punir os clientes dessa maneira. Dito isso, o potencial de comunicação por trás das cutucadas pode ajudar a empurrar a agenda para a mente dos consumidores, especialmente quando funcionários e empresas também estão envolvidos.

Finalmente, é importante notar que pesquisas de acompanhamento devem ser feitas para analisar a absorção a longo prazo de copos reutilizáveis e o sucesso das intervenções. A pesquisa pré-piloto da WRAP demonstrou que muitos cidadãos possuem copos reutilizáveis, mas é a capacidade de construir uma nova rotina com o copo e criar hábitos sustentáveis que demonstrará o real impacto dos copos verdes e quais

medidas adicionais precisam ser implementadas para ajudar os consumidores na transição para copos reutilizáveis.

Secção 2: Desenhando um Plano de Implementação

Viabilidade e riscos

Uma vez desenvolvida a estratégia de cutucadas verdes, o próximo passo é montar um **plano de implementação**. Isso envolverá discussões com potenciais empresas parceiras de café e a **consideração de quaisquer riscos e como mitigá-los**.

Se uma cutucada verde **for viável**, isso significa que é **fácil** e **conveniente** de implementar, em um contexto que é propício.

As características exatas de uma cutucada verde viável serão diferentes de local para local, mas ele deve sempre ser **acessível**, possível de implementar em **tempo hábil** e estar dentro da capacidade do negócio piloto de gerenciar.

Ao considerar a viabilidade, é **crucial pensar no contexto**. A solução de cutucadas verdes perfeita não será única e o pacote de cutucadas deve ser apropriado para a base de clientes de cada empresa e o contexto local para garantir que não haja impacto negativo na satisfação ou no retorno do cliente.

Exemplo de um plano de implementação:

Esquema de fidelidade digital

É desenvolvido um programa de fidelidade digital que vincula recompensas e descontos ao uso de copos de café reutilizáveis. Para acessar o programa de fidelidade, os clientes devem adquirir um copo reutilizável especial que contém um microchip e código QR e está vinculado a um aplicativo móvel. Os clientes podem usar o aplicativo para pré-encomendar bebidas e resgatar pontos para cada uso de seu copo reutilizável, que pode ser escaneado no caixa por baristas.

✓ **Viável para uma rede nacional de cafés.** As empresas maiores são mais propensas a ter recursos financeiros, humanos e digitais adequados para desenvolver e implementar essa oferta. Ter uma grande base de clientes, espalhados por vários locais (a nível municipal e nacional) significa que a aceitação potencial é elevada e, portanto, o retorno sobre o investimento também.

✗ **Inviável para um café independente.** As empresas mais pequenas, sem "sede", podem limitar-se ao pessoal no terreno, cujo tempo é exclusivamente dedicado às operações do dia-a-dia, pelo que não dispõem de recursos para o conseguir.

No entanto, toda a esperança não está perdida. As cutucadas verdes sempre podem ser analisadas para se adequar ao contexto. Aqui, a estratégia no centro da cutucada é recompensar os cidadãos pelo uso de um copo reutilizável e incentivá-los a fazê-lo novamente, o que pode ser facilmente alcançado com meios mais simples. Por exemplo... Os clientes podem receber selos duplos em um cartão de fidelidade ou receber um desconto quando usarem um copo reutilizável.

Secção 2: Desenhando um Plano de Implementação

Pense nos **riscos** desde o início. Fazer isso significa que eles podem ser evitados e mitigados logo no início, antes que recursos, tempo e dinheiro tenham sido investidos.

É natural acreditar que qualquer estratégia de cutucada verde que você mesmo desenvolveu será perfeita e livre de riscos (isso é de fato conhecido como [efeito Ikea](#)).

No entanto, para superar qualquer preconceito potencial, tente pensar sobre as cutucadas verdes da perspectiva de outra pessoa.

Considere as seguintes perguntas:

- As cutucadas verdes podem ter algum efeito colateral ou consequências não intencionais?
 - Por exemplo... poderiam alienar aqueles que não participam?
- As cutucadas verdes poderiam ser mal interpretadas de alguma forma?
 - Por exemplo... As empresas participantes poderiam ser acusadas de greenwashing, ou desviar toda a responsabilidade para o cidadão?
- As cutucadas verdes podem levar a repercussões comportamentais? Em outras palavras, uma redução no uso de copo de café de uso único poderia desencadear um comportamento insustentável em outros lugares?
 - Por exemplo... Isso pode levar a que os copos reutilizáveis sejam tratados como descartáveis?
 - Uma [proibição de água engarrafada na Universidade de Vermont](#) levou os estudantes a não trazerem uma garrafa reutilizável, mas a mudarem para bebidas engarrafadas alternativas, consequentemente aumentando sua ingestão de açúcar e calorias e tendo pouco impacto nos níveis de garrafas plásticas descartadas.
- As cutucadas verdes poderiam estar mirando inadequadamente um grupo em detrimento de outro (ou interpretadas como sendo)?
 - Por exemplo... Visam desproporcionalmente os cidadãos de baixos rendimentos através do contexto de implementação?
- As cutucadas verdes podem colocar alguém em desvantagem?
 - Por exemplo... Exige investimento financeiro que nem todos os cidadãos seriam capazes de proporcionar?
- As cutucadas verdes são acessíveis e inclusivas para todos os cidadãos?
 - Por exemplo... O envolvimento com as cutucadas verdes é igualmente fácil para os cidadãos com e sem deficiência?
- As cutucadas verdes são acessíveis para todas as empresas?
 - Por exemplo... os custos necessários para implementar são igualmente acessíveis para as PME e as grandes empresas? Em caso negativo, as PME poderiam ser apoiadas?

Secção 2: Desenhando um Plano de Implementação

- As cutucadas verdes podem provocar reação da indústria?
 - Por exemplo... A implementação das cutucadas verdes poderia provocar confrontos entre formuladores de políticas e parceiros da indústria que ameaçam a longevidade das cutucadas?
 - A [Associação Americana de Bebidas criticou os planos de](#) proibir a água engarrafada em um parque nacional da Califórnia, alegando que isso restringe a liberdade de escolha dos consumidores.

Colaboração externa e interna

Colaboração externa

As parcerias comerciais são cruciais para a entrega bem-sucedida de cutucadas verdes e, portanto, é importante que relacionamentos fortes sejam estabelecidos **e mantidos** durante todo o piloto e além.

O processo de recrutamento de empresas deve ser **justo**, para que todos aqueles que desejam participar tenham a chance de fazê-lo. Para tornar o processo o mais fácil possível, utilize todos os canais de recrutamento ou financiamento existentes (respeitando as leis da concorrência). Isso pode ser realizado de várias maneiras, por exemplo, por meio de:

- Uma chamada aberta para colaboração
- Acordos voluntários como o [Pacto Europeu para os Plásticos](#) e [a Iniciativa Global para o Plástico no Turismo de Um Planeta](#)
- Parcerias existentes no setor
- Entidades comerciais

Uma vez recrutado, as expectativas entre todas as equipes devem ser definidas desde o início. **As empresas precisam estar envolvidas no processo de desenvolvimento da cutucada verde desde o início para** que possam informar quaisquer conversas sobre viabilidade, mas também para que possam se apropriar do projeto.

Sempre que possível/adequado, e para incentivar o envolvimento das empresas, **poderá ser concedido um reembolso financeiro pelo seu envolvimento no desenvolvimento e experimentação de cutucadas**, especialmente quando as margens de lucro são baixas, como as pequenas empresas hoteleiras.

Um **plano de entrega concreto** deve ser acordado desde o primeiro dia, a fim de garantir o alinhamento completo e evitar surpresas desagradáveis no meio do projeto. Tal deve incluir quadros claros de captura e monitorização de dados a longo prazo e a garantia de recursos para todo o período piloto (incluindo financeiros, humanos, organizacionais, digitais e de comunicação).

Secção 2: Desenhando um Plano de Implementação

Dicas e armadilhas

- É particularmente importante que quaisquer cutucadas verdes que dependam **de mecanismos financeiros** (por exemplo, oferecer um desconto quando o café é vendido em uma copo reutilizável) sejam desenvolvidos por meio de negociação com as empresas. Há que encontrar o equilíbrio entre ter um impacto tangível no comportamento e manter-se comercialmente viável.
- Empresas com esquemas de fidelidade existentes ou cutucadas verdes semelhantes **já em vigor** podem estar mais relutantes em participar, pois as mudanças testadas podem comprometer ou atrapalhar suas ofertas.
- As cutucadas podem ser poderosas para incentivar o comportamento do consumidor, mas o suporte à infraestrutura é imperativo para impulsionar mudanças reais. O apoio à infraestrutura, como os sistemas de devolução de depósitos, é apenas uma das formas de a infraestrutura suportar os estímulos ecológicos.
- O desenvolvimento da infraestrutura também pode ser apoiado incentivando as empresas a trabalharem juntas para implementar embalagens reutilizáveis, garantindo que os clientes possam reabastecer seus copos em diferentes locais.

Colaboração interna

A comunicação **dentro das empresas** garante que haja uma correspondência entre as expectativas daqueles que desenvolveram as cutucadas e aquelas que realmente as entregarão (por exemplo, entre a equipe de RSE e os baristas locais).

A equipe no terreno precisa ser capaz de explicar quaisquer mudanças aos clientes e, se não puderem, as cutucadas verdes têm menos probabilidade de serem eficazes e a empresa pode receber reação negativa. Além disso, os funcionários devem ser motivados a fazer parte da mudança e garantir que eles estejam envolvidos desde o início lhes permite a propriedade sobre as cutucadas verdes.

Quaisquer planos devem ser compartilhados com os colegas para feedback antes da implementação, para garantir que nada tenha sido negligenciado.

"As cutucadas podem ser poderosas para incentivar o comportamento do consumidor, mas o suporte à infraestrutura é imperativo para impulsionar mudanças reais."

Secção 2: Desenhando um Plano de Implementação

Amplificando as cutucadas verdes

Não basta simplesmente implementar uma série de cutucadas verdes e esperar que o comportamento dos cidadãos mude imediatamente. A compra de café para viagem é classicamente espontânea. Pode não ser planejado e, portanto, pode não ser pensado até que chegue o momento.

Para melhorar o engajamento com as cutucadas verdes, as empresas devem considerar **toda a jornada do cliente**, fazendo com que os cidadãos tenham a mentalidade de usar um copo reutilizável antes mesmo de entrarem em uma café.

Algumas cutucadas verdes, por exemplo, esquemas de fidelidade aprimorados, exigirão **comunicações de apoio** para garantir que os cidadãos saibam sobre eles e para construir engajamento. Outras, como oferecer um desconto quando o café é vendido em uma copo reutilizável, podem ser apoiadas por **gatilhos e avisos** em casa e no ponto de compra.

Mesmo que a falta de conhecimento não seja o centro do problema, há lugar aqui para campanhas abrangentes – quanto mais os cidadãos ouvirem falar sobre copos de café reutilizáveis, mais elas ficarão incorporadas ao cérebro e maior a chance de que novos hábitos sejam desenvolvidos.

Amplificar as cutucadas verdes dessa forma também aumentará sua presença no meio social, criando um contexto social em que elas são discutidas entre amigos, como conhecimento comum, o que, por sua vez, as amplifica ainda mais via **contágio social**.

Ao desenvolver comunicações de apoio, cuidado com **o espaço físico limitado** nas cafés, especialmente no balcão perto dos pontos de pagamento. Da mesma forma, a sinalização nas mesas é relativamente inútil, pois não será vista pelos clientes de a levar. Considere explorar rotas alternativas, por exemplo, adesivos de janela ou chão.

Princípios-chave

Ao planejar a implementação de cutucadas verdes, considere aquelas que são viáveis no contexto em que você está trabalhando. Desenvolva um registro de risco com mitigações apropriadas, considerando o que pode dar errado ou como as cutucadas podem criar efeitos colaterais indesejados, e crie soluções em sua implementação.

Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

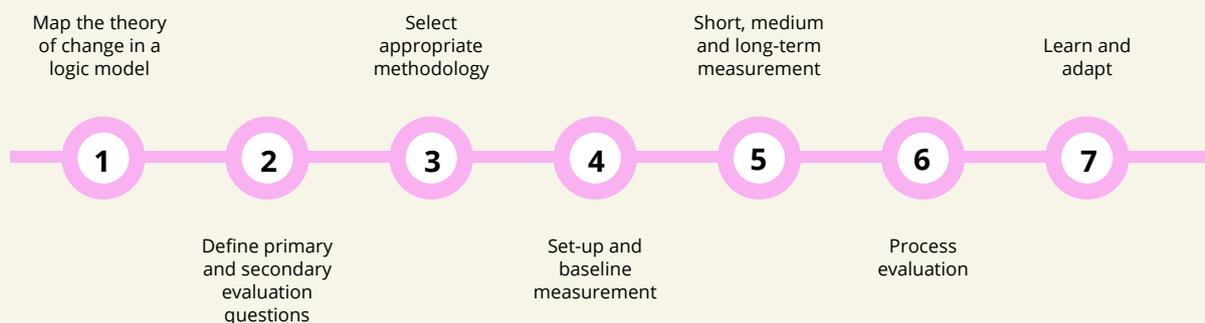
A avaliação é crucial para uma abordagem **teste-aprender-adaptar**, porque é impossível escalar uma cutucada verde sem saber **se e como** ela funciona.

Sem avaliação, cutucadas ineficazes poderiam ser lançadas e recursos desperdiçados, ou cutucadas eficazes poderiam ser enviadas para o lixo.

A avaliação da cutucada verde deve ser planejada desde o início do processo e não deve ser deixada para a última hora.

A avaliação pode responder às seguintes perguntas (e mais):

- **Impacto.** As cutucadas verdes foram eficazes? Por que (não)?
- **Mecanismos de ação.** Alguns componentes foram mais eficazes do que outros?
- **Variação de efeitos.** As cutucadas verdes foram diferencialmente eficazes para diferentes grupos populacionais?
- **Desistência e adesão.** Algum efeito das cutucadas verdes persiste além do período experimental?
- **Custo-efetividade.** O custo de desenvolver e implementar cutucadas verdes vale a pena?

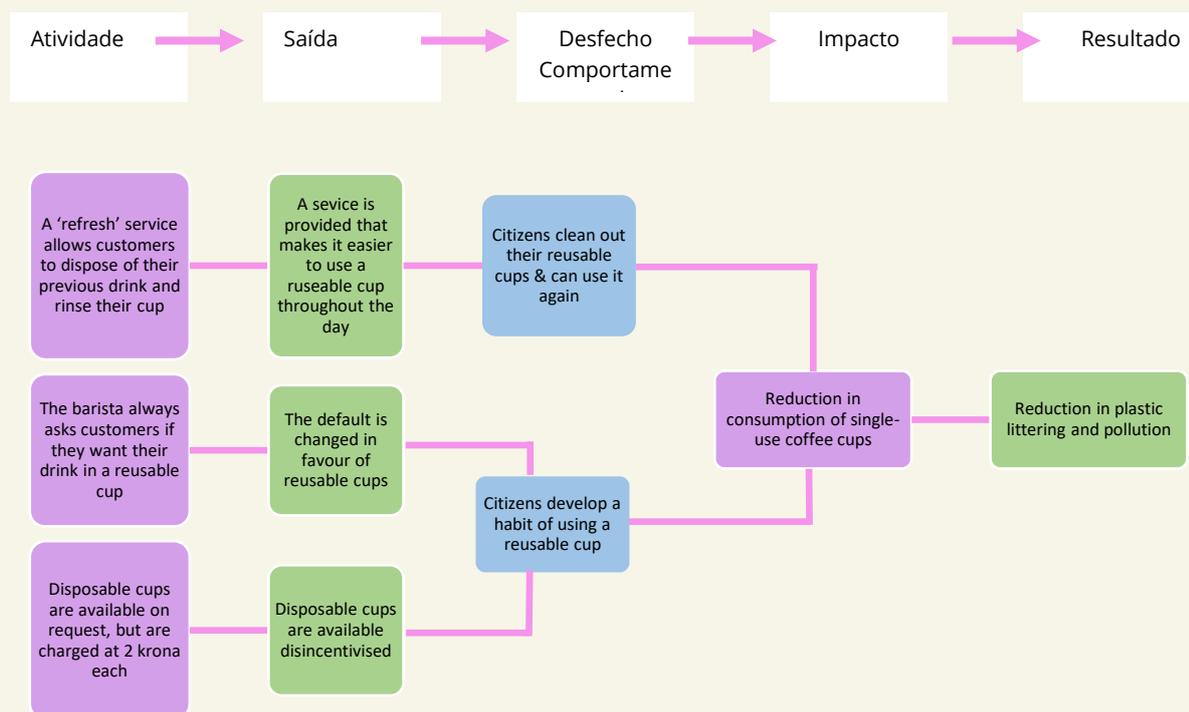


Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

Mapear a teoria da mudança em um modelo lógico

O primeiro passo é desenvolver **uma teoria de mudança** para as cutucadas verdes, que descreva a teoria por trás delas: como as cutucadas verdes devem levar a uma redução no consumo de copos de café para viagem de uso único?

Mapear isso em um **modelo lógico** sinalizará claramente o que a avaliação deve avaliar.



Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

Definir perguntas de avaliação

Desenvolva uma lista **de perguntas de avaliação**. As especificidades destes dependerão das cutucadas verdes que forem selecionadas, certificando-se de que elas cheguem aos mecanismos esperados de mudança de comportamento.

Dito isso, há algumas **questões principais** abrangentes que devem permanecer as mesmas:

- Há redução na proporção de bebidas quentes vendidas em copos descartáveis?
- Existe alguma mudança atribuível à(s) cutucada(s) verde(s)?
- Existem modificações que possam melhorar à(s) cutucada(s) verde(s) ou evitar potenciais riscos?
- Que impacto (se houver) há no rendimento das empresas?

As perguntas secundárias incluem:

- Como os cidadãos reagem à(s) cutucada(s) verde(s)?
- Quais comportamentos (se houver) resultam diretamente da(s) cutucada(s) verde(s)?

Medindo o impacto a longo prazo

Dado que o resultado desejado das cutucadas verdes é uma **redução no lixo de copo de café**, medir o impacto a longo prazo é difícil.

É por isso que as perguntas de avaliação estão tão alinhadas com as próprias cutucadas verdes e como os cidadãos se envolvem com elas. Mesmo que uma medida de lixo de copo de café fosse obtida, atribuir qualquer mudança às cutucadas verdes seria quase impossível, pois os dados também seriam:

1. **Barulhento**, pois há muitas variáveis influenciadoras, que vão desde práticas de gestão de resíduos e mudanças de atitude até o clima no dia da medição.
2. **Devagar**, pois a compra de café é um comportamento diário, e a medição do resultado não poderia se alinhar com tamanha sensibilidade.
3. **Distante**, pois o resultado não pode estar atrelado a nenhum local de intervenção.

Selecionar metodologia apropriada

Use o mapa lógico para selecionar uma metodologia de avaliação seja mais apropriada para as cutucadas verdes que estão sendo testadas, para a lógica de intervenção e para a natureza de sua implementação.

Há sempre um equilíbrio a ser alcançado entre uma avaliação tão controlada e rigorosa quanto possível e uma que seja viável de conduzir. Selecione uma abordagem que possa responder às perguntas de avaliação, dentro do contexto piloto (que pode ser mais restrito do que você gostaria).

Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

Estudo de caso

Durante a pesquisa pré-piloto do WRAP, o método de avaliação considerado mais apropriado foi a **medição pré e pós-intervenção** da proporção de bebidas quentes para viagem/em movimento vendidas em copos de uso único.

KPIs/variáveis de resultado adicionais dependerão de quais cutucadas verdes serão selecionadas. Embora os ensaios randomizados sejam considerados o padrão-ouro, essa abordagem não foi considerada apropriada devido à impossibilidade de controlar tantas variáveis, uma vez que as intervenções são implantadas no "mundo real".

Medição basal antes do período piloto e monitoramento contínuo depois para entender a longevidade do impacto das cutucadas verdes e indicar onde uma intervenção adicional pode ser necessária.

Configuração e medição de linha de base

É necessária uma **medida de base** da proporção de bebidas quentes para viagem/em movimento vendidas em copos descartáveis para efeitos de utilização única para medir qualquer alteração durante o piloto. Este período de medição não deve sobrepor-se aos feriados nacionais ou períodos de promoção, a fim de garantir que os dados de base são típicos de eventos regulares.

Idealmente, não deve ser inferior a **seis semanas para** permitir quaisquer potenciais variações aleatórias ou cíclicas no comportamento de compra de café, mas, em última análise, dependerá das capacidades das empresas parceiras para participar durante esse período de tempo. Uma medida de base deve ser obtida para qualquer coisa que a avaliação pretenda medir. Isso seria recomendado para dados de atacado, como níveis de estoque e frequência de reordenação, e outras medidas específicas para as cutucadas verdes selecionadas.

Certifique-se de que todos os sistemas necessários para medir as vendas em andamento e quaisquer outros KPIs sejam configurados com antecedência, sem pânico de última hora. Esteja ciente também de que pode haver um requisito para relatar impactos em relação às metas da Diretiva de Plásticos de Uso Único da UE, e que as variáveis devem se alinhar se assim for.

Determinar o período de avaliação

É aqui que uma compreensão aprofundada dos hábitos de compra de café da população-alvo será útil.

Se se souber que estes cidadãos comprem café para levar com pouca frequência, por exemplo, uma vez por quinzena, será necessário um período de avaliação global e de base mais longo para recolher dados suficientes do que se, por exemplo, o café para levar for comprado todos os dias.

Sazonalidade

Ao montar o piloto, recomenda-se evitar grandes períodos de férias, como o Natal. Esses eventos podem alterar os padrões de consumo de bebidas quentes para levar, o que significa que os resultados serão distorcidos e não mais representativos da vida "normal".

Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

Medição de curto, médio e longo prazo

1. Medição de curto prazo

- Monitore a redução de copos (e tampas) de café descartáveis usadas e impacte na receita do negócio.
- Considere quaisquer impactos inesperados no comportamento.
- Reúna feedback de funcionários, clientes e outras partes interessadas.

2. Medição a médio prazo

- Monitore a resposta dos cidadãos às cutucadas verdes (por exemplo, eles permaneceram engajados ou ficaram irritados?) e quaisquer impactos da reputação da marca.
- Aconteceu mais alguma coisa como resultado das cutucadas verdes?

3. Medição a longo prazo

- Considere se essa estratégia de cutucada verde é uma maneira útil e impactante de mudar o comportamento e incentivar o uso sustentado de copos reutilizáveis para bebidas quentes. O programa deve ser ampliado/implementado de forma mais ampla?
- Realize análises de custo-benefício para entender se ele representou um bom custo-benefício.
- Identifique se as cutucadas verdes beneficiaram tanto os cidadãos quanto as empresas-piloto.
- Investigue se os dados coletados podem atribuir de forma confiável a mudança de comportamento observada às cutucadas verdes.
- Investigue se algum impacto persiste após o período experimental, ou se os cidadãos simplesmente voltam aos seus velhos hábitos (abandono comportamental). Em caso afirmativo, poderá ser necessária uma intervenção adicional com marketing/comunicações.

Desenvolver primeiro perguntas de curto prazo, antes de adicioná-las a investigações de médio prazo (enquanto continua a monitorar os indicadores de curto prazo). Por fim, acrescente-se a estes ainda mais com acompanhamentos de longo prazo.

Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

Avaliação de processos

As avaliações qualitativas de processos podem adicionar outra camada de compreensão a uma estratégia abrangente de avaliação da cutucada verde. O objetivo aqui não é entender se uma cutucada verde funcionou ou não, mas entender **por que** ela pode ou não ter funcionado como esperado, o que equipa as equipas com o insight necessário para melhorá-las para a próxima vez.

Pode ser o caso de um simples ajuste ser tudo o que é necessário para melhorar uma cutucada verde, no entanto, dado que muitas não são testados in situ antes dos pilotos, sem a avaliação do processo tais cutucadas podem ser descartadas completamente. Diferentes barreiras podem surgir, ou as mesmas barreiras podem ter forças variadas quando testadas no contexto.

A avaliação do processo também lançou luz sobre:

- **Mecanismos de ação.** Como (se é que isso acontece) as cutucadas verdes estão mudando o comportamento? Se várias são implementados ao mesmo tempo, como os efeitos se desembaraçam?
- **Fidelidade de entrega.** As cutucadas verdes estão sendo entregues conforme o planejado? Se não, como isso afetou os resultados (se é que isso afetou os resultados)?
- **Aceitabilidade.** As cutucadas verdes são aceitáveis para os cidadãos? As cutucadas verdes são aceitáveis para quem as entrega? Por que (não)?
- **Ética.** As cutucadas verdes são éticas? Mudam o comportamento dos cidadãos de uma forma com a qual estariam bem? As cutucadas são manipuladoras e ameaçam a autonomia/livre-arbítrio dos cidadãos? A [estrutura FORGOOD](#) pode ajudar a moldar questões em torno da ética das cutucadas verdes.

(Testar), Aprender, Adaptar

O objetivo de todo o processo de avaliação é entender o que funciona, o que não funciona e por quê, e usar esses aprendizados para desenvolver as cutucadas verdes mais eficazes possíveis.

Essa fase deve culminar em um conjunto de recomendações detalhando se as cutucadas verdes estão completamente erradas, precisam de algum ajuste ou se estão prontas para serem ampliadas e beneficiar uma população muito mais ampla.

Secção 3: Desenhando um Plano de Avaliação

Aplicação em outros contextos ou regiões

- A pesquisa pré-piloto é muito importante para entender o **contexto local** que pode variar com a cultura, geografia, afluência, status social, demografia etc., pois tudo isso pode influenciar a eficácia de diferentes intervenções.
- Ao aplicar essa pesquisa a diferentes contextos ou regiões, é importante **primeiro entender o público-alvo da cutucada**. Isso deve envolver a identificação do(s) grupo(s) que mais **se beneficiaria** de cutucadas verdes, aqueles que são **fáceis de** alcançar e aqueles que gerariam **impacto**.
- **Em segundo lugar, entenda o comportamento do público-alvo** – Por exemplo, em Gotemburgo, muitos cidadãos gostam de beber seu café dentro do café em vez de levar e, portanto, são menos propensos a serem movidos por certas cutucadas.
- **Em terceiro lugar**, compreender as barreiras atuais à ação. As cutucadas que terão melhor impacto serão baseadas nesse entendimento.
- **Muitas estratégias podem ser influentes, mas sem esses entendimentos centrais o impacto pode ser insuficiente**. Por exemplo...
 - A infraestrutura pode ter uma influência significativa no sucesso dos pilotos ao lado da cultura. Os sistemas retornáveis podem ser mais populares em contextos onde os sistemas de devolução de depósitos já são amplamente aceitos, como na Alemanha.
 - A tecnologia pode ser útil para auxiliar os pilotos. Em Bristol, [a City to Sea está lançando um piloto de devolução de depósito](#) onde copos reutilizáveis podem ser comprados e depois devolvidos em vários varejistas diferentes. Esse esquema será auxiliado pelo [já estabelecido aplicativo Refil](#), que os clientes usarão para escanear o copo para receber informações sobre onde podem devolvê-lo. No entanto, se a infraestrutura para esta tecnologia ainda não existir, não será facilmente adoptada para um esquema experimental como foi descoberto em Gotemburgo. Além disso, a [cultura sustentável que existe em Bristol](#) terá impacto na popularidade deste esquema em comparação com diferentes locais.

Princípios-chave

Certifique-se de que está a medir o comportamento que pretende alterar o mais diretamente possível, neste caso a proporção de bebidas quentes para levar vendidas em copos descartáveis vs. copos reutilizáveis. O monitoramento contínuo após o piloto pode indicar se a mudança de comportamento de longo prazo foi incorporada – um dos insights mais importantes. Quanto mais aprendizados são coletados, mais melhorias e desenvolvimentos podem ser feitos.

Conclusão

A transição para sociedades sustentáveis é uma tarefa complexa e urgente. As cutucadas verdes são um tipo de intervenção comportamental que pode ser usada em conjunto com outras ações para apoiar ou complementar metas. Não são uma bala de prata, mas podem contribuir para alcançar o resultado global desejado.

Para mais informações sobre o papel da ciência comportamental e da cutucada nas políticas públicas:

[BIT - Governo Comportamental](#) | [BIT – EAST: Quatro maneiras simples de aplicar insights comportamentais](#) | [IfG – Mindspace: Influenciando o comportamento através de políticas públicas](#) | [PHE \(agora agência de segurança sanitária\) - Alcançar a mudança de comportamento](#) | [GCS - Os Princípios das Comunicações de Mudança de Comportamento](#) | [BEIS - Net Zero: Princípios para iniciativas bem-sucedidas de mudança de comportamento](#) | [PNUMA & BIT - O livrinho das cutucadas verdes](#) | [Câmara dos Lordes do Reino Unido - Comité especial para a mudança de comportamento](#) | [APA - Psicologia e mudanças climáticas globais](#) | [Comissão Europeia - A evolução da elaboração de políticas com base no comportamento na UE](#) | [WCPP - Aumentar a reciclagem de resíduos domésticos com a ciência comportamental](#) | [PNUMA & PBM Suécia – Próximos passos no combate ao lixo plástico: uma estratégia para reduzir o consumo de copos descartáveis de uso único](#) |

Citação recomendada

WRAP, 2022, Cutucadas verdes Playbook, Preparado por Polly Davies, Genevieve Bassett, Mark Roberts e Rachel Gray

Agradecimentos

Esta manual foi financiada pela Agência Sueca de Proteção Ambiental como parte do trabalho do Grupo de Trabalho de Insights Comportamentais do Programa de Educação e Estilos de Vida Sustentáveis.

Obrigado aos membros do Grupo de Trabalho que forneceram orientação e contribuição para o Manual e a Sophie Charpentier e equipe da Chalmers Industriteknik por suas conversas colaborativas e percepções sobre o Estudo Piloto em Gotemburgo.

Autores

Polly Davies (Analista Júnior), Genevieve Bassett (Analista), Mark Roberts (Assessor Especial), Rachel Gray (Chefe Interina do Programa)

Disclaimer

Este trabalho baseia-se em [Próximos passos no combate ao lixo plástico: uma estratégia para reduzir o consumo de copos descartáveis descartáveis de uso único](#), um relatório encomendado pela APE sueca e redigido pela PBM Suécia. Os estudos de caso ao longo são baseados em [pesquisa pré-piloto quantitativa realizada pelo WRAP em 2021](#) com uma amostra representativa de cidadãos suecos.

Estes dois relatórios e a manual são o resultado do trabalho do **Programa de Educação e Estilos de Vida Sustentáveis da** One Planet Network. A rede One Planet cumpre o compromisso do Quadro de 10 Anos de Programas de Consumo e Produção Sustentáveis, que é um compromisso global para avançar em direção ao consumo e produção sustentáveis (PCS) e ao alcance do Objetivo de **Desenvolvimento Sustentável 12** (ODS 12; consumo e produção responsáveis).