



Guía de Creando Pertenencia

Mejores prácticas para despenas de alimentos inclusivas

Contenidos

Mejores prácticas para despensas de alimentos inclusivas	3
Introducción	3
Cómo usar esta guía	3
Reducción de la otredad y desarrollo de una mayor pertenencia	3
La competencia intercultural permite la receptividad cultural	3
¿Qué es la respuesta cultural?	4
Reconocimiento del poder, privilegio y desigualdad	4
Lectura Recomendada: Diversidad, Equidad e Inclusión	4
Barreras comunes	4
Comprenda a su comunidad	6
Información demográfica básica	6
Comparación de los datos del censo con el uso de los clientes	6
Participación a un nivel más profundo	7
¿Qué otras formas de acceso equitativo podría considerar?	8
Mapa del camino	9
Preferencias alimentarias culturales y religiosas	10
Restricciones dietéticas religiosas	10
Listas de alimentos sugeridos	10
Calendario de festividades	11
Los 15 alimentos más populares entre las culturas	11
Seis consejos para alimentos receptivos a la cultura	11
Encuesta visual de preferencias alimentarias	11
Consejos para abastecerse de alimentos culturalmente adecuados	12
Cómo superar las barreras de idioma	13
Recursos de idioma	14
Capacitación de justicia del lenguaje	14
Garantizar un acceso simple	15
Horarios de operación accesibles	15
Transporte	15
Igualdad de acceso a la información	15
Conciencia situacional de los factores externos poco acogedores	15
Métodos de admisión menos invasivos	15
Alcance Culturalmente Receptivo	16
Comuníquese a través de los canales correctos	16
Maneras de crear una presencia en línea acogedora	17
Confianza y Respeto	18
Modelo de elección de los clientes	18
Consejos para crear experiencias positivas en las despensas de alimentos	18

Una reflexión final	19
Próximos pasos: más capacitaciones y recursos	19
Biblioteca de Creando Pertenencia	19
Almuerzos y Aprendizajes de Creando Pertenencia	19
Caminoextendida de aprendizaje: capacitación de justicia del lenguaje	19
Camino extendida de aprendizaje: encuesta visual sobre preferencias alimentarias	19
Capacitación sobre los conceptos básicos de sensibilidad al trauma para la red de alimentos de beneficencia	20
Capacitación sobre Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)	20
Ejercicio de autorreflexión	21
Lectura recomendada	22

Mejores prácticas para despensas de alimentos inclusivas

En los bancos de alimentos Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming, celebramos la diversidad de nuestra área de servicio, incluyendo la diversidad cultural, las comunidades de inmigrantes y refugiados y las comunidades de color. También reconocemos que las inequidades sociales significan que los usuarios de las despensas de alimentos de diferentes culturas o razas pueden enfrentar barreras adicionales al acceder a los servicios alimentarios. En respuesta a esto, desarrollamos el curso de Creando Pertenencia para nuestros socios con el fin de proporcionar orientación sobre cómo reducir estas barreras y adoptar una mayor receptividad cultural.

El programa de Creando Pertenencia ayuda a los socios de alivio del hambre a comprender y abordar las barreras de acceso que pueden enfrentar nuestros vecinos. Los temas incluyen: métodos para aprender acerca de su comunidad, preferencias alimentarias culturales y religiosas, barreras de idioma, cómo garantizar un acceso simple, alcance receptivo a la cultura y desarrollo de confianza y respeto. Estas prácticas tienen el objetivo de crear espacios de pertenencia y aumentar la equidad en las distribuciones.

Esta guía se desarrolló con los comentarios y opiniones de más de 700 usuarios de despensas de alimentos, más de 100 despensas de alimentos y 12 organizaciones comunitarias por medio de encuestas, entrevistas y grupos de discusión. Después de revisar este material, lo invitamos a considerar las oportunidades indicadas en los próximos pasos y a completar un ejercicio de autorreflexión. Tanto si su organización se encuentra al comienzo de este camino como si ya está bien encaminada, esperamos que encuentre información valiosa.

Introducción

Cómo usar esta guía

Esta guía complementa el curso en línea de Creando Pertenencia o también se puede usar como un recurso independiente. Esta guía proporciona un resumen de los comentarios y opiniones que hemos recibido mediante conversaciones con usuarios de despensas de alimentos, socios y organizaciones comunitarias. El curso de “Creando Pertenencia” describe las barreras más comunes que se enfrentan al acceder a la asistencia de alimentos de emergencia, sin embargo, cada comunidad es diferente y puede enfrentar estas barreras en distintos grados o no experimentarlas en lo absoluto. Proporcionamos recomendaciones prácticas para encontrar maneras de identificar y abordar estas barreras. Alentamos a todos los socios a usar esta guía como un punto de partida para orientar la autorreflexión de su organización.

Reducción de la otredad y desarrollo de una mayor pertenencia

Este curso lo ayuda a reflexionar sobre la experiencia de los miembros de su comunidad al interactuar con su organización. No solo en relación con el hecho de llegar y marcharse con alimentos, sino a un nivel más profundo. ¿Cómo se sienten los miembros de su comunidad antes de llegar, durante la visita y después de marcharse? Queremos trabajar para que todos los miembros de la comunidad sientan seguridad y un sentido de pertenencia.

La experiencia de pertenecer puede involucrar ser aceptado e invitado a participar; formar parte de algo y tener la oportunidad de mostrarse como uno mismo. Incluye poder plantear problemas y enfrentar las verdades difíciles como un miembro pleno de una comunidad.

El acto de otredad puede consistir en tratar a las personas de otros grupos como esencialmente diferentes y generalmente inferiores al grupo al que nosotros pertenecemos.

La competencia intercultural permite la receptividad cultural

Aunque la pertenencia incluye muchos factores, el principal lente de enfoque de nuestro trabajo de alivio del hambre es la competencia intercultural, que es lo que permite nuestra respuesta cultural. Feeding America define la competencia cultural como “la capacidad de satisfacer las necesidades de clientes de diferentes culturas de tal manera que todos se sientan valorados. Es una comprensión y apreciación de los valores, normas y tradiciones de las diferentes culturas”.

¿Qué es la respuesta cultural?

Ser receptivo a la cultura significa reconocer que no todas las personas que vienen a la mesa enfrentan las mismas barreras o desafíos para llegar ahí. Debemos reconocer que no es responsabilidad de nuestro cliente cambiar, sino que es nuestra responsabilidad aprender, colaborar y adaptarnos para reducir esas barreras.

Para ser receptivos a la cultura debemos tomar medidas activas y en constante evolución para reconocer y valorar las necesidades y perspectivas únicas de cada usuario de una despensa de alimentos, además de trabajar para reducir las barreras que crean las inequidades en los sistemas. Analizar estos problemas difíciles con honestidad influye en nuestra manera de pensar sobre las operaciones alimentarias de emergencia del día a día y en la manera en que interactuamos con nuestra comunidad.

“La sensibilidad cultural en la provisión de alimentos se puede manifestar de diversas maneras: provisión de alimentos específicos para cada cultura, métodos de distribución receptivos a la cultura o incluso educación específica para cada cultura en torno a la alimentación”. – United Way

Reconocimiento del poder, privilegio y desigualdad

Como trabajadores y voluntarios de bancos de alimentos, debemos reconocer que estamos en una posición de privilegio y que aquellos a quienes servimos pueden tener diferentes niveles de privilegio y, por lo tanto, diferentes experiencias o interpretaciones. Los usuarios de las despensas de alimentos también pueden tener un cierto nivel de experiencia de trauma que puede influir en sus interacciones. Por esta razón, debemos fomentar una cultura de compasión que busque no emitir un juicio previo en base a las apariencias o comportamientos y que no use nuestra posición de poder para imponer soluciones que solo se basen en nuestras propias experiencias. La creación de un ambiente acogedor e integrador comienza con comprometerse a un nivel de autorreflexión y conciencia que puede ser personalmente desafiante o incómodo.

Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming están aquí para ayudar a nuestros socios a aprender más sobre temas como prácticas informadas en el trauma, inequidades raciales en la inseguridad alimentaria y experiencia de las personas inmigrantes. Estamos comprometidos a trabajar en la diversidad, equidad e inclusión en todos los niveles de los programas y operaciones.

Lectura recomendada: diversidad, equidad e inclusión

Para conocer lecturas adicionales, podcasts y seminarios web sobre la equidad en las organizaciones sin fines de lucro, lo alentamos a visitar NonProfit Learning Lab en <https://www.nonprofitlearninglab.org/dei>.

Barreras comunes

 **Síguelo en
Video Capítulo 3**

Los usuarios de despensas de alimentos de diferentes orígenes culturales pueden enfrentar barreras adicionales al momento de acceder a los servicios de alimentos de emergencia. Estas pueden incluir no sentirse bienvenidos en las despensas de alimentos que no comprenden su cultura o que no se satisfagan sus preferencias alimentarias culturales o religiosas, lo que provoca que disminuyan sus probabilidades de volver. Otra barrera importante incluye el acceso de idioma. El hecho de no poder comunicarse con el personal o voluntarios o de no poder leer la información sobre disponibilidad en el sitio web de la despensa de alimentos puede reducir sus probabilidades de acceder a los servicios. Además, las despensas de alimentos pueden usar métodos de alcance que no son culturalmente apropiados y que son menos eficaces para llegar a ciertas comunidades.

Estas comunidades también se pueden encontrar con una variedad de barreras de acceso simples. Por ejemplo, los inmigrantes y comunidades de color pueden recibir un mayor impacto debido al transporte limitado y al hecho de trabajar en el sector de los servicios, lo que puede significar que sea difícil asistir durante las horas de operación de las despensas. Otra barrera importante, particularmente entre algunas comunidades de inmigrantes, son las preocupaciones relacionadas con el estado de inmigración y los requisitos de documentación, lo cual afecta el cumplimiento con los requisitos para acceder a los servicios alimentarios.

Finalmente, existen algunas barreras que son un poco menos tangibles, pero que igualmente son muy impactantes. Estas incluyen la sensación de no ser bienvenidos o de sentirse estigmatizados, no sentirse cómodos y una falta de confianza en las instituciones debido a las injusticias históricas.

Las siguientes secciones profundizarán más en estas barreras comunes y proporcionarán recomendaciones prácticas para saber cómo identificarlas y abordarlas. Después de revisar esta guía, alentamos a las organizaciones a que realicen nuestro ejercicio de autorreflexión para que identifiquen en qué punto del camino se encuentran hacia la adopción de receptividad cultural.



Comprenda a su comunidad

 **Síguelo en
Vídeo Capítulo 4**

Es posible que reconozca que algunos de los usuarios de su despensa de alimentos hablen árabe. Sin embargo, eso no significa que compartan la misma cultura, religión o preferencias alimentarias. En todo el mundo hay más de 25 países y/o grupos culturales que hablan árabe, incluyendo el norte de África, el Medio Oriente, Asia Central y Occidental y partes de China.

Como puede ver, tener la misma raza o idioma no necesariamente significa tener la misma cultura o religión. Incluso dos personas del mismo país pueden tener preferencias alimentarias muy diferentes debido a diferencias regionales o religiosas. Además, los inmigrantes que han vivido varios años en Estados Unidos pueden estar más acostumbrados a la comida occidental.

Por lo tanto, no solo es importante comprender a su comunidad desde una perspectiva demográfica amplia, sino también comprender los matices dentro de su comunidad. En la siguiente sección destacaremos algunas maneras de descubrir ambos tipos de información.

Información demográfica básica

Comprender la información demográfica básica de su comunidad y de los usuarios de las despensas de alimentos lo ayudará a tener una perspectiva sobre a quiénes está logrando llegar y a quiénes no. Algunos ejemplos de información demográfica básica incluyen la raza, el país de origen y el idioma. Muchos gobiernos locales y estatales ya cuentan con bases de datos públicas con esta información basada en los datos del censo. Puede buscar datos del censo por código postal visitando los siguientes sitios web:

- Colorado: <https://statisticalatlas.com/state/Colorado/Overview>
- Wyoming: <https://statisticalatlas.com/state/Wyoming/Overview>

Una vez que comprenda los datos demográficos del área a su alrededor, deberá compararlos con los datos demográficos de los usuarios de su despensa de alimentos. Una manera de recopilar esa información es encuestando a sus clientes y pidiéndoles que compartan voluntariamente su información demográfica básica una única vez. Además, también puede incluir preguntas demográficas durante el proceso de inscripción de sus clientes. Food Bank of the Rockies ofrece un sistema de inscripción de Link2Feed que lo puede ayudar a recopilar esta información de manera eficaz durante la inscripción.

Para obtener más información sobre cómo instalar Link2Feed en su sitio, contáctese a L2F@foodbankrockies.org.

Por favor tenga en cuenta que es posible que algunos clientes no quieran compartir este tipo de información o que tengan barreras de idioma que les impidan entender lo que les está preguntando.

Comparación de los datos del censo con el uso de los clientes

Los datos demográficos de la comunidad a su alrededor pueden ser muy diferentes a los de las personas que realmente usan su despensa de alimentos. Las personas inmigrantes y las comunidades de color tienen estadísticamente más probabilidades de experimentar inseguridad alimentaria debido a las inequidades de la sociedad.² Es posible que vea esto reflejado en el uso de su despensa de alimentos. Por ejemplo, los datos del censo pueden indicar que solo un 10% de la población es afroamericana, pero quizás usted observa que un 30% de los usuarios de su despensa de alimentos son afroamericanos.

Sin embargo, algunas comunidades, particularmente las de personas inmigrantes, pueden enfrentar barreras que les impiden utilizar sus servicios. En estos casos, es probable que observe una tendencia opuesta. Por ejemplo, los datos del censo pueden indicar que un 30% de la población es hispana, pero usted puede observar que solo un 10% de los usuarios de su despensa de alimentos son hispanos. Recuerde, el solo hecho de que no utilicen su despensa de alimentos no significa que sus necesidades estén completamente satisfechas. En lugar de eso, esta tendencia puede indicar que este grupo está enfrentando barreras para acceder a sus servicios. Comparar los datos del censo con los de los usuarios lo puede ayudar a comprender a quiénes está llegando y, lo que es más importante, a quiénes no.

Participación a un nivel más profundo

 **Síguelo en
Vídeo Capítulo 5**

Una vez que conozca la información demográfica básica, el siguiente paso es conocer los matices de sus clientes en particular. Esto incluye aprender sobre las preferencias alimentarias específicas, festividades culturales, barreras únicas que puede estar enfrentando su comunidad. Existen diversas maneras de hacer esto y todas incluyen un elemento de conexión humana.

Conéctese con sus clientes

La mejor manera de comprender a sus clientes es conociéndolos personalmente. Desarrolle una relación con ellos para que se sientan cómodos al compartir más sobre sí mismos. Pruebe preguntándoles qué comidas les gustan o cuáles no y si hay algún alimento que necesiten en días festivos. Tenga en cuenta que es posible que algunos clientes no quieran compartir este tipo de información o que tengan barreras de idioma.

Establezca consejos asesores de clientes

Algunos socios han creado consejos asesores de clientes para recibir orientación directa de los clientes con regularidad. Estos consejos asesores pueden brindar asesoramiento sobre una amplia variedad de temas, desde el tipo y la cantidad de alimentos además de métodos de alcance. También puede otorgarle derecho a voto a su consejo asesor para que sus clientes tengan voz durante las decisiones importantes.

Desarrolle un modelo de promotoras

Las promotoras, o representantes de la comunidad, son miembros de confianza de la comunidad que reciben una capacitación especial para desempeñarse como enlace con la comunidad, comunicándose en su lengua materna y teniendo una profunda comprensión acerca de la cultura. Las promotoras proporcionan información valiosa y deben recibir una remuneración adecuada. El modelo se desarrolló por primera vez entre la comunidad hispana/latina, pero se podría usar un modelo similar con otras culturas.

Para ver un ejemplo de una promotora eficaz, visite: <https://www.revision.coop/promotora-model>.

Contrate personal o voluntarios biculturales

El personal y los voluntarios biculturales podrán proporcionarle una perspectiva valiosa acerca de su comunidad. También pueden mostrar su compromiso con la inclusión, lo que puede generar confianza dentro de su comunidad.

Conéctese con organizaciones comunitarias culturales

Si el idioma es un problema, puede considerar comunicarse con un grupo comunitario local para obtener orientación. El grupo comunitario ideal debería tener un enfoque en el grupo cultural que usted está intentando atender y contar con personal o voluntarios con herencia de ese grupo cultural que le puedan ofrecer una perspectiva sincera. Tenga en cuenta que su tiempo es valioso y que brindarle orientación es opcional.

Conéctese con otros socios que atiendan a clientes similares

Es probable que existan otros socios dentro de la red de Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming que atiendan a una base de clientes similar. Puede conectarse con estos socios asistiendo a uno de nuestros Almuerzos y Aprendizajes de Creando Pertenencia o contactarse con nuestro equipo de Culturally Responsive Food Initiative a CRFI@foodbankrockies.org.

También puede buscar otras despensas con las cuales conectarse en su área usando nuestro localizador de despensas:

- Localizador de despensas de Colorado: <https://www.foodbankrockies.org/find-food/>
- Localizador de despensas de Wyoming: <https://wyomingfoodbank.org/find-food/>

¿Qué otras formas de acceso equitativo podría considerar?

▶ **Síguelo en
Vídeo Capítulo 6**

Un componente importante de la participación con sus clientes es aprender acerca de sus historias. Más allá de la competencia cultural, puede haber otras formas de acceso equitativo a las que puede responder.

Considere a los siguientes vecinos:



Raymon



Henry



Kim & Anh



Elaine & John



Yonas

Raymon

- Sus abuelos emigraron de México.
- A su madre le gustaría que Raymon comiera un poco más saludable, pero llega tarde del trabajo y es difícil que tenga tiempo para cocinar.
- Quizás existan diferencias en las preferencias alimentarias entre los miembros de una misma cultura pero han estado en los EE. UU. por periodos de tiempo o generaciones diferentes.

Henry

- Actualmente sin hogar y sin acceso a instalaciones para cocinar o almacenar alimentos.
- Difícil recolectar grandes cantidades de alimentos en distribuciones poco frecuentes.
- Quizás su comunidad se beneficiaría de recetas para ayudarlos a cocinar o quizás necesiten comidas preparadas porque no tienen acceso a instalaciones para cocinar o almacenar alimentos.

Kim & Anh

- Prefieren ingredientes frescos y enteros para preparar sus platos favoritos.
- Hablan vietnamita.
- Les gustaría celebrar el Año Nuevo Lunar con su familia.
- Quizás existan barreras de idioma o desafíos de transporte que pueda trabajar para solucionar.
- Quizás se aproxime una celebración cultural que su organización pueda celebrar.

Elaine & John

- Sus facturas médicas afectan el presupuesto para alimentos.
- El transporte es un desafío.
- Siguen una dieta apta para diabéticos.
- Quizá sus vecinos enfrentan desafíos de salud y necesitan mantener una dieta específica.

Yonas

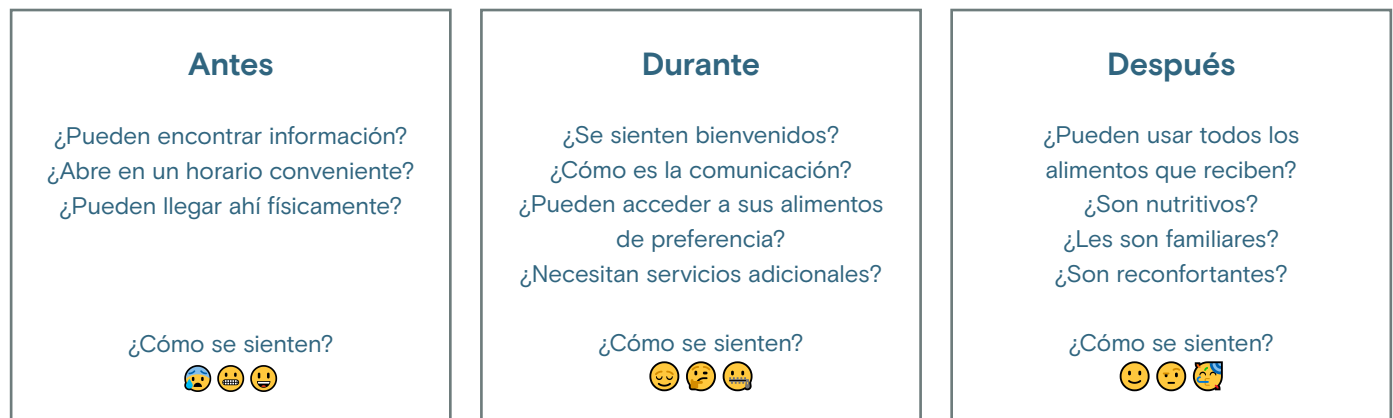
- Estudiante universitario de Etiopía
- Vivienda para estudiantes
- Quizás otros miembros de su comunidad se podrían beneficiar de sus servicios, pero aún no los conocen.

Mapa del camino

Otra manera de involucrarse con la experiencia de sus clientes es ponerse en su lugar a través de un mapa del camino. Este puede ser un muy buen ejercicio para comenzar el diseño de la pertenencia.

¿Cuál es la experiencia paso a paso de los diferentes miembros de su comunidad? ¿Cuál es su experiencia antes de llegar a su organización? ¿Cuál es su experiencia en su organización y en las interacciones con el personal, voluntarios y otros miembros de la comunidad? ¿Cuál es su experiencia cuando se marchan a pie o en carro?

¿Cómo se sienten durante toda su experiencia?



¿Están ansiosos o nerviosos antes de llegar? ¿O son clientes habituales que esperan con ansias ver caras familiares? ¿Se sienten confundidos o felices cuando reciben los servicios? ¿Se les pidió información que no se sintieron cómodos de compartir? ¿Se sienten felices o insatisfechos después? ¿Se sintieron reconocidos y también celebrados?

Este puede ser un primer paso útil para hacer una lluvia de ideas con su equipo, para así comprender cuáles son sus suposiciones o percepciones e identificar las oportunidades o vacíos que ya ha observado en su trabajo del día a día. Luego puede interactuar con sus clientes a través de encuestas o grupos de discusión para conocer sus verdaderas experiencias y permitirles a las personas que cuenten sus propias historias.

“Pedimos [orientación] con promotoras y voluntarios de la comunidad todos los días en el sistema. De esta manera, eligen muy bien lo que creen que la comunidad recibirá de manera receptiva”.

– Thai, Kaizen Food Share

Preferencias alimentarias culturales y religiosas

 [Síguelo en
Video Capítulo 7](#)

Imagine que vive en el extranjero y que quiere celebrar el Día de Acción de Gracias con su familia. Va al supermercado, pero le dan pollo en vez de un pavo. Aunque un pollo alimentará a su familia, no tiene el mismo significado que comer pavo el Día de Acción de Gracias.

Los alimentos que consumimos son algo más que solo un sustento. Los elementos están vinculados a nuestra identidad cultural y son una parte integral de lo que nos brinda alegría y unidad. Estadísticamente, las personas inmigrantes tienen mayores probabilidades de experimentar inseguridad alimentaria en los Estados Unidos, sin embargo, las despensas de alimentos generalmente solo ofrecen alimentos al estilo occidental. Incluso hacer pequeños cambios en los tipos de alimentos que ofrece puede ayudar considerablemente a crear una conexión significativa con sus clientes culturales, además de garantizarles dignidad en la experiencia alimentaria.

Diversificar las opciones alimentarias puede ser más que solo un tema de gustos. Muchas culturas tienen restricciones religiosas o dietéticas que pueden hacer que algunos alimentos no se puedan usar. Por ejemplo, en la cultura vietnamita generalmente se evita usar productos lácteos, por lo que incluir queso rallado en su caja de alimentos será menos útil para ellos y es posible que se termine desperdiciando. Comprender estas diferencias puede ayudar a identificar alimentos alternativos.

Restricciones dietéticas religiosas

 [Síguelo en
Video Capítulo 8](#)

Algunas personas y culturas expresan su fe a través de su dieta. Comer o evitar ciertos tipos de alimentos tiene un significado espiritual, además de practicar ayuno y celebrar banquetes durante diferentes ceremonias y festividades. Si los vecinos se ven limitados a alimentos que no se ajustan a sus restricciones dietéticas religiosas, esto puede producir una inequidad en el acceso a los esfuerzos de alivio del hambre. Un ejemplo de esto sería que los vecinos que requieren carne halal no podrían utilizar ninguna de las proteínas proporcionadas en una distribución. Muchos miembros de la misma fe pueden implementar su expresión religiosa de manera diferente, por lo que es importante intentar aprender directamente de sus vecinos.

Existe disponibilidad de recursos adicionales de Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming para comprender mejor las complejidades del abastecimiento, almacenamiento, distribución y preparación de alimentos de acuerdo con los diferentes requisitos.

Listas de alimentos sugeridos

Nuestros socios de alivio del hambre atienden a clientes de muchas culturas diferentes. Para ayudar a nuestros socios a tomar decisiones informadas al momento de personalizar sus pedidos de alimentos para reflejar a las comunidades que atienden, hemos recopilado comentarios y opiniones sobre las preferencias alimentarias según cada cultura. Las listas de alimentos incluyen información sobre los alimentos básicos de preferencia, los alimentos que se deben evitar y las festividades culturales que incluyen alimentos importantes. Esto lo puede ayudar a identificar los alimentos prioritarios, además de saber qué alimentos alternativos puede proporcionar. También se proporciona una guía sobre las cantidades y momentos oportunos. Al comienzo de cada lista, también indicamos los cinco principales alimentos no perecederos, es decir, aquellos que son más fáciles de almacenar si el espacio en el refrigerador es limitado.

Nuestra intención al proporcionar estas listas no es alentar a los socios, o incluso a nosotros mismos, a estar abastecidos de todos y cada uno de estos productos. En lugar de eso, proporcionamos estas listas para ayudar a los socios a tomar decisiones más informadas. Trabajamos con nuestro equipo de abastecimiento para aumentar la disponibilidad de estos productos en Partner Express para nuestros socios comunitarios.

Las tradiciones, costumbres y preferencias culinarias tienen matices y son ricas en un sentido de lugar e identidad que es imposible captar en un resumen. Las preferencias alimentarias dentro de una cultura pueden variar considerablemente según cada persona, edad, religión, región o cantidad de tiempo que una persona ha vivido en los Estados Unidos. Por lo tanto, estas listas de alimentos no deben ser un reemplazo de la colaboración con su comunidad para comprender las preferencias individuales de los usuarios de su despensa de alimentos. Sin embargo, estas listas pueden ayudar y desempeñarse como un punto de partida para orientar sus decisiones relacionadas con los pedidos.

Calendario de festividades

 [Síguelo en
Vídeo Capítulo 9](#)

Otro recurso disponible es un calendario de festividades que incluye los días festivos más importantes para las culturas comunes en nuestra área de servicio, junto con breves descripciones de los tipos de alimentos usados durante esa festividad. Este calendario no lo incluye todo; estas recomendaciones se deben usar como un punto de partida en su camino hacia una mayor inclusión.

Los 15 alimentos más populares entre las culturas

Para ayudar a reducir aún más estas listas, hemos identificado los 5 principales alimentos no perecederos en cada cultura, pero también hemos identificado los 15 alimentos más populares entre la mayoría de las culturas de nuestra red. Como puede ver, todos estos son alimentos bastante comunes que usted puede recibir a través de donaciones o en Agency Express, sin embargo, ahora que confirmamos que son ampliamente populares, podemos priorizar su abastecimiento y distribución.

- | | | |
|------------------------|-------------------|--|
| • Harina para todo uso | • Ajo | • Pasta (cualquiera, sin saborizantes) |
| • Carne (cualquiera) | • Limón | • Pimientos (morrón/dulce) |
| • Col (verde) | • Huevos | • Azúcar (blanca) |
| • Zanahorias | • Leche (de vaca) | • Tomates |
| • Pollo (cualquiera) | • Cebollas | • Pepino |

Seis consejos para alimentos receptivos a la cultura

Ofrecer alimentos receptivos a la cultura puede parecer abrumador, sin embargo, pequeños cambios pueden generar un gran impacto en la inclusividad de sus alimentos. Estas son algunas tendencias que son comunes entre las diferentes culturas.

Personalice de acuerdo a la cultura cuando pueda. Hemos desarrollado una lista de alimentos sugeridos para las culturas más comunes en nuestra área de servicio. Aunque es posible que no pueda proporcionar todos estos alimentos, tener una mejor comprensión acerca de las preferencias alimentarias lo puede ayudar a tomar decisiones informadas al momento de hacer un pedido de alimentos.

Enfóquese en las frutas y vegetales frescos. La categoría de alimentos más solicitada son las frutas y vegetales frescos.

Evite los alimentos enlatados (en la mayoría de los casos). Es posible que muchas familias inmigrantes no hayan tenido alimentos enlatados en su país de origen y que, por lo tanto, los consideren poco saludables y no los usen.

Evite las carnes o pastas sazonadas o preenvasadas. La categoría de alimentos más solicitada son las frutas y vegetales frescos.

Proporcione alimentos enteros. Un ejemplo de alimentos enteros sería ofrecer tomates frescos en lugar de una salsa para pasta. Ofrecer ingredientes enteros proporciona más flexibilidad en relación con cómo usarlos o condimentarlos.

Las festividades pueden cambiar las preferencias alimentarias. Una festividad estacional o religiosa puede cambiar los alimentos que se usan y la cantidad necesaria. Un ejemplo occidental sería servir pavo el Día de Acción de Gracias. Por favor vea nuestro calendario de festividades para obtener más información sobre aquellas que pueden afectar las necesidades alimentarias de su cliente.

Encuesta visual de preferencias alimentarias

 [Síguelo en
Vídeo Capítulo 10](#)

Hemos desarrollado una encuesta visual de preferencias alimentarias para ayudar a nuestros socios a recopilar información directamente de su comunidad. Una vez completado el curso de Creando Pertenencia, uno de los caminos de aprendizaje que puede emprender es recibir apoyo para implementar esta encuesta en su propia comunidad.

Esto lo ayudará a:

- ¡Generar una lista personalizada con las preferencias alimentarias de su comunidad!
- Proporcionar comprensión sobre la gama de preferencias de su comunidad y a la vez poder “ver más de cerca” a los grupos culturales específicos autoidentificados.

- Priorizar sus pedidos para reducir los productos que no son de la preferencia de la comunidad y maximizar los que sí lo son.
- Disponer de una encuesta visual para reducir las barreras de idioma y disminuir el tiempo de la encuesta para obtener datos sobre diversos tipos de alimentos.
- Apoyar a Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming para saber de qué alimentos abastecerse y dónde serán más significativos.

La encuesta está disponible tanto en formato digital como en forma de una actividad interactiva de “clasificación de tarjetas” para participar en grupos de discusión más pequeños. La versión actual de la encuesta está disponible en inglés y español. Cuando se utiliza la versión digital, la encuesta se puede traducir instantáneamente al idioma de preferencia del vecino utilizando Google Translate en el navegador Chrome.

Al crear una lista de las preferencias alimentarias de la comunidad con nuestra encuesta, también puede revisar sus distribuciones en cuanto a la equidad entre los grupos culturales. En el camino de aprendizaje sobre las preferencias alimentarias de la comunidad, nuestro equipo de respuesta cultural lo ayudará a explorar perspectivas informadas por los datos en sus distribuciones, tales como:

- ¿Está satisfaciendo las preferencias de sus vecinos latinos y las de nuestros vecinos no latinos?
- ¿Hay algunos alimentos específicos que pueda introducir, o alimentos que se deberían evitar, que ayudarían a cambiar la equidad en su distribución de alimentos?

Al conocer las perspectivas de sus vecinos, podrá responder de manera más eficaz a sus preferencias.

Consejos para abastecerse de alimentos culturalmente adecuados



Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming asumieron el compromiso de aumentar la disponibilidad de alimentos receptivos a la cultura en Partner Express. Nuestro equipo de abastecimiento trabaja con múltiples proveedores a nivel local e internacional con el fin de abastecerse de alimentos culturales en grandes cantidades para facilitar la tarea a nuestros socios.

Entonces, ¿cómo se ve todo esto cuando ingresa a Partner Express para hacernos un pedido de alimentos?

- Tenga a mano su lista de preferencias alimentarias, ya sea una proporcionada por nosotros o una que usted haya creado en base a los comentarios y opiniones de los miembros de su comunidad; o
- Si atiende a varias culturas, use la lista que creó y destaque los elementos interculturales que debe priorizar.
- Luego, busque qué alimentos de su lista están disponibles; algunos productos de Partner Express están marcados como “receptivos a la cultura”, lo que es principalmente un indicador de que nuestro equipo los seleccionó específicamente para responder a las preferencias alimentarias. Sin embargo, como hemos mencionado, muchos de los alimentos de la preferencia de su comunidad pueden no tener una etiqueta especial.

Es posible que tenga que tener en cuenta otro tipo de consideraciones, como saber si un hogar puede preparar una comida con lo que se está proporcionando ¿Está ofreciendo el tipo de equilibrio nutricional que a usted le gustaría recibir si necesitara alimentos?

También queremos reconocer que esto no es una ciencia exacta, sino que es un proceso de aprendizaje continuo. Puede haber muchos factores que afecten su capacidad de ser receptivo a la cultura al nivel que le gustaría serlo, como el presupuesto y la disponibilidad de alimentos.

Puede haber alimentos que sus clientes soliciten y que actualmente no tengamos. En estos casos, es recomendable que se abastezca a nivel local en mercados internacionales. Los mercados internacionales son tiendas que ofrecen productos para una cultura específica, por ejemplo, alimentos hispanos u orientales. Este tipo de tiendas generalmente son operadas por personas con herencia de esa cultura y disponen de marcas, condimentos y productos que no se ofrecen en los supermercados estadounidenses tradicionales. Los mercados internacionales son más comunes en las grandes áreas urbanas, como Denver, y menos comunes en las comunidades rurales.

Aunque puede buscar este tipo de tiendas en Internet, puede tener más éxito si les pregunta a sus clientes culturales dónde compran actualmente los alimentos de su cultura. Si solo necesita unos pocos productos, puede visitar la tienda y comprar los productos que necesite. Algunos socios también han considerado ofrecerles una tarjeta regalo para un mercado internacional local a sus clientes culturales en lugar de abastecerse de los productos.

“Literalmente se les ilumina la cara y sabemos que estamos haciendo lo correcto cuando eso ocurre. Incluso si solo lo hace por una persona, vale mucho la pena, cuando ve su sonrisa y que sus ojos se iluminan porque tiene algo que ellos reconocen”. – Diana, Colorado Health Network Denver

Cómo superar las barreras de idioma



Síguelo en
Video Capítulo 12

En una encuesta a los socios del año 2020, las barreras de idioma fueron el desafío más mencionado por los socios al momento de atender a los usuarios de despensas de alimentos de diferentes culturas. Reconocemos que los socios cuentan con una amplia gama de recursos, por lo que hemos reunido una variedad de recomendaciones que lo pueden ayudar a abordar estas barreras de idioma.

“Creo que existe un sentimiento de respeto por el hecho de que estemos haciendo un esfuerzo para comunicarnos con nuestras familias en su propio idioma”. – Carolina, Children’s Hospital Colorado

Practique la paciencia y sea amable.

Esta persona ha venido en busca de ayuda y puede que se preocupe de que sus habilidades de idioma le impidan recibir ayuda. Reconozca que buscar ayuda puede ser una experiencia difícil, especialmente cuando existen barreras adicionales.

Enfóquese en desarrollar una relación en lugar de ser eficiente.

Cuando existen barreras de idioma, puede parecer más fácil enfocarse en la transacción en lugar de en la conexión humana, por ejemplo, pedir un documento de identificación en lugar de preguntarles por su día. Este enfoque transaccional puede hacer que las personas se sientan apresuradas y confusas, especialmente si no saben por qué les está pidiendo información específica. Encuentre maneras no verbales de crear una relación, como dedicar tiempo para compartir una sonrisa cálida. Estos pequeños gestos pueden hacer que las personas sientan más cómodas al hacer preguntas, incluso si tienen habilidades limitadas del inglés.

Ofrezca traducciones escritas de la información importante.

Muchos socios han descubierto que es útil ofrecer materiales traducidos, como una declaración de bienvenida, láminas de preguntas frecuentes, formularios importantes o recordatorios con palabras comunes. En algunos casos, los socios incluso han plastificado estos formularios traducidos y han incluido una versión en inglés en la parte trasera como referencia para los voluntarios cuando señalen información en la versión traducida. Aunque puede usar Google Translate, es posible que la traducción no sea exacta. Usar un traductor nativo, como un voluntario bilingüe o un traductor profesional, producirá un documento más exacto. El costo promedio de una traducción profesional es de 12 a 20 centavos por palabra traducida, pero esto puede variar dependiendo del idioma. Vea los recursos de idioma para obtener más información.

Use imágenes descriptivas y un texto simple.

Es posible que algunos clientes no sepan leer en ningún idioma. Usar imágenes descriptivas y textos simples los ayudará a comprender la información necesaria. Trate de evitar usar jergas o dichos coloquiales que no se puedan traducir bien y que causen confusión.

Reclute activamente a voluntarios y personal bilingüe.

Si aún no cuenta con voluntarios o personal bilingüe, puede que tenga que reclutarlos activamente. Considere reclutarlos entre los usuarios bilingües de su despensa de alimentos, en la escuela preparatoria local, grupos comunitarios u organizaciones religiosas locales que atiendan a personas de la cultura del idioma que busca. También puede considerar publicar una solicitud de voluntarios bilingües directamente en las redes sociales o sitio web. Algunos socios también han tenido éxito al usar los servicios de un intérprete en vivo. Vea los recursos de idioma para obtener más información.

Asígneles roles de atención al público a los voluntarios o personal bilingüe.

Si tiene voluntarios o personal bilingüe, asígneles roles de atención al público; por ejemplo, en la mesa de registro. También puede considerar darles una etiqueta con su nombre donde se identifique el idioma que hablan. Tener a un voluntario bilingüe que siempre esté disponible, en lugar de tener que ir a buscarlo a la parte trasera, hará que los usuarios de la despensa de alimentos se sientan más bienvenidos y menos aislados.

Considere su presencia en línea.

Los clientes con barreras de idioma pueden tener dificultades para enterarse de los recursos si su sitio web o sus redes sociales no ofrecen traducción. Considere dedicar una página de su sitio web para mostrar información clave traducida al idioma de la comunidad a la cual desea llegar. La información puede incluir el horario de operación, los servicios que proporciona, la información que deben llevar y qué esperar cuando lleguen. Asegúrese de destacar esta página de manera predominante en su sitio web y de vincularla con frecuencia en redes sociales. Es posible que las organizaciones más grandes también decidan instalar una herramienta de traducción en directo a través de Google Cloud Translation API o establecer un sitio paralelo traducido dedicado a esa comunidad.

Recursos de idioma:

Por favor vea a continuación para encontrar una lista de proveedores recomendados de servicios de traducción, interpretación y subvenciones de idioma.

- **Community Language Cooperative:** <https://communitylanguagecoop.com/>

Organización de Denver que ofrece servicios de traducción escrita y de interpretación en vivo para eventos y llamadas de zoom. Puede ofrecer la mayoría de los idiomas principales con 48 horas de anticipación y los precios promedian alrededor de 20 centavos por palabra traducida.

- **Voiance:** <https://interpret.voiance.com/language-services/>

Un servicio de suscripción que ofrece disponibilidad de interpretación en vivo con personal que habla más de 240 idiomas a través de su aplicación de video. Los precios comienzan en 0.99 centavos por minuto, con los primeros 25 minutos incluidos en la tarifa de suscripción mensual de \$25.

- **Subvenciones de justicia del lenguaje:**

Muchos gobiernos locales, estatales o federales ofrecen pequeñas subvenciones para servicios de traducción o interpretación. Con frecuencia incluimos avisos sobre estas oportunidades en nuestro boletín de noticias para socios.

Capacitación de justicia del lenguaje

Una vez completado el curso de Creando Pertenencia, otro de los caminos de aprendizaje que puede emprender es inscribirse en la Capacitación de Justicia del Lenguaje de Community Language Cooperative. Esta capacitación proporcionará una descripción general de la justicia del lenguaje, explorará las implicaciones históricas de la opresión del lenguaje y enseñará a usar prácticas y herramientas viables para apoyar a los miembros de la comunidad con diversidad lingüística. Hemos agregado este enfoque profundo de la justicia del lenguaje al programa, ya que el idioma continúa siendo la barrera más significativa que enfrentan nuestros socios al conectarse con sus comunidades. También contará con el apoyo de nuestro equipo de respuesta cultural para implementar algunas de las mejores prácticas de justicia del lenguaje que se mencionaron anteriormente en su organización.

Garantizar un acceso simple

Los inmigrantes y refugiados, además de las comunidades de color, tienen más probabilidades de enfrentar una variedad de barreras de acceso simple. Una barrera de acceso simple afecta la viabilidad de recibir servicios y generalmente es de naturaleza física o procesal. Es posible que pueda reconocer una barrera de acceso simple si observa las tendencias sobre quiénes tienen éxito al solicitar y recibir servicios y quiénes no. Sin embargo, a veces estas barreras pueden no ser tan fáciles de reconocer. Algunos socios han tenido éxito reconociendo estas barreras a través de grupos de discusión, encuestas o simplemente preguntándoles a los usuarios de su despensa de alimentos si hay algo más que puedan hacer para facilitar el acceso.

Una vez que haya identificado estos tipos de barreras, generalmente se pueden resolver implementando cambios simples que pueden generar un impacto significativo en quiénes tienen éxito al recibir los servicios. En la siguiente sección destacaremos algunas barreras de acceso que son simples y comunes, pero cada comunidad es única, por lo que las soluciones para estas barreras pueden variar.

Horarios de operación accesibles

Immigrants and communities of color are more likely to be employed in the service industry with non-traditional hours, which may make certain hours of operation difficult for them to attend. It is important to consult with your food pantry users on what the best hours of operation would be and place a priority on accessibility.

Transporte

Muchas comunidades pueden experimentar problemas de transporte que dificulten el traslado hacia su despensa. Estos problemas incluyen tener un acceso limitado a un carro, no saber bien cómo usar el sistema de transporte público de EE. UU. o tener tiempos de viaje extremadamente largos. Algunos enfoques para resolver los problemas de transporte incluyen ofrecer una opción de entrega a domicilio, verificar que el horario de operación no sea durante el horario laboral, garantizar que la despensa esté cerca de una parada de autobús o montar una despensa temporal en lugares más accesibles.

Igualdad de acceso a la información

Es posible que los usuarios de la despensa no tengan un acceso igualitario a la información sobre los recursos que usted ofrece. Algunas preguntas clave que se debe hacer: ¿están traducidos los horarios de operación y los recursos en su sitio web? ¿Publica esta información en lugares que sean accesibles para todos los miembros de la comunidad? Para obtener más información, vea la sección de alcance receptivo a la cultura.

Conciencia situacional de los factores externos poco acogedores:

Presencia policial: si usa oficiales de la policía para controlar el tráfico o si su vecindario se encuentra cerca de un lugar con presencia policial, por favor tenga en cuenta que esto puede incomodar a algunas personas inmigrantes o de comunidades de color debido al clima actual de violencia policial, además de las anteriores prácticas de inmigración del Servicio de Control de Inmigración y Aduanas (ICE, por sus siglas en inglés). Si descubre que este es el caso, puede considerar trasladar su despensa a una ubicación más neutral, usar voluntarios de control de tráfico con vestimenta sin distintivos o comunicarles a los usuarios de la despensa que su sitio es un espacio seguro independiente del estado de inmigración de una persona.

Presencia religiosa: si usted es una organización religiosa, es posible que las comunidades que practican una religión diferente no se sientan cómodas asistiendo a su despensa. Si piensa que este es el caso, puede considerar trasladar su despensa a un lugar no religioso o mostrar mensajes inclusivos de manera predominante. Requerir oraciones u otro tipo de actividades proselitistas se considera un incumplimiento de los acuerdos de asociación de Food Bank of the Rockies, Food Bank of Wyoming y Feeding America.

Métodos de admisión menos invasivos

Es posible que las comunidades de personas inmigrantes no quieran compartir información identificable debido al temor de que eso pueda afectar su estado de inmigración. Aunque algunos programas gubernamentales de asistencia de alimentos continúan requiriendo documentos de identificación, es posible que su organización cuente

con otros programas que no tengan normas tan estrictas. Cuando sea posible, intente recopilar la menor cantidad posible de información identificable. Por ejemplo, para los programas que cumplen con los requisitos, usted puede considerar no requerir un documento de identificación, un comprobante de ingresos, la dirección actual o el estado de inmigración. También es importante garantizar que sus clientes sepan quién y cuándo es posible que se comparta su información.

Alcance receptivo a la cultura



Imagine que está en otro país y que se enferma. No sabe con seguridad si se aceptará su cobertura de seguro y toda la información sobre el doctor está en un idioma que no entiende. Decide no ir al doctor. Cuando vuelve a casa, se entera de que el país donde está tiene un sistema gratuito de atención de salud y que se podría haber inscrito en él en cualquier edificio gubernamental.

Muchos inmigrantes o refugiados experimentan obstáculos similares para recibir servicios de alimentos de emergencia. Es posible que no sepan que en los Estados Unidos hay despensas de alimentos disponibles porque no las había en su país de origen. Pueden tener dificultades para buscar recursos en línea debido a las barreras de idioma o porque no cuentan con un acceso fácil a Internet o a direcciones de correo electrónico personales. Puede que no visiten los mismos tipos de lugares que el resto de la comunidad y, por lo tanto, que no reciban folletos o panfletos físicos acerca de los recursos. Además, una vez que conocen los recursos, es posible que continúen pensando que no cumplen con los requisitos debido a su estado de inmigración.

En la siguiente sección abordaremos algunas maneras de desarrollar un alcance receptivo a la cultura no solo para su presencia en línea, sino también para identificar canales alternativos para llegar a las comunidades.

Comuníquese a través de los canales correctos

Es importante comprender dónde reciben la información sus vecinos. Puede que no sea en el mismo lugar donde usted recibe la información. Aunque muchas comunidades de personas inmigrantes tienen acceso a Internet, es posible que continúen recibiendo la información de su comunidad a través del boca a boca. En estos casos, es importante **ajustarse a sus métodos actuales**. Si sabe que usan lavanderías, intente colocar volantes traducidos en ese lugar o haga que un empleado bilingüe realice labores de alcance en ese lugar. También puede colocar volantes en los mercados internacionales locales o en tiendas pequeñas. Usted puede encontrar estos lugares buscando en Google, sin embargo, una manera más eficaz de identificar estos lugares sería preguntándoles a sus clientes culturales cuáles recomiendan.

Otra manera de llegar a estas comunidades es **encontrando organizaciones o grupos que ya sean de confianza para la comunidad** con la que se quiere conectar. Algunos ejemplos pueden incluir asociarse con una organización comunitaria, un centro cultural o una organización religiosa que atienda específicamente a esa comunidad. La asociación con estas organizaciones se puede manifestar de muchas maneras, pero podría ser algo tan simple como realizar una reunión informativa para compartir los recursos que ofrece para que puedan comunicar mejor la información a su comunidad. Puede pedirles que coloquen folletos impresos en el lugar donde se encuentran o que compartan información sobre los recursos en su página de Facebook.

Otra alternativa de alcance es la participación en la **radio, podcasts o periódicos en la lengua materna de la comunidad**. Muchas comunidades de personas inmigrantes escuchan estaciones de radio en su lengua materna. Algunas estaciones de radio están dispuestas a compartir información sobre los recursos sin ningún costo si la información sirve los intereses del público. Si no hay estaciones de radio disponibles, algunas comunidades de personas inmigrantes han creado podcasts a nivel local en su lengua materna para compartir noticias e información locales. Puede preguntarles a sus clientes culturales si conocen algún podcast de este tipo en su área. De manera similar, puede que haya un periódico local escrito en la lengua materna. Es posible que descubra que el periódico se distribuye en un mercado internacional local.

Finalmente, es posible que algunas comunidades usen **plataformas de redes sociales** como Facebook como su principal fuente de información y comunicación. Sin embargo, es posible que no estén siguiendo su Facebook específicamente. Por lo tanto, es importante identificar y asociarse con organizaciones comunitarias, grupos u organizaciones religiosas de confianza que ya tengan una presencia sólida en redes sociales dentro de la comunidad con la que se desea conectar. Pregúntales si pueden compartir información sobre su despensa con sus seguidores, preferiblemente en su lengua materna.

Cada comunidad es única y es posible que identificar los canales adecuados para llegar a sus vecinos le tome tiempo. Sin embargo, reducir las barreras informativas puede ayudar a aumentar la equidad alimentaria y garantizar que todos los miembros de su comunidad tengan un acceso igualitario a los recursos.

Maneras de crear una presencia en línea acogedora

Su sitio web y redes sociales igualmente son buenos lugares para compartir información con la comunidad más amplia. Sin embargo, es importante garantizar que esta sea una experiencia acogedora e inclusiva para ayudar a desarrollar confianza y reducir las barreras de acceso. ¿Son su sitio web y redes sociales amigables y accesibles para los miembros de la comunidad de todos los orígenes? Estas son algunas consideraciones útiles.

Ofrezca traducciones de la información importante

¿Cuenta con información importante traducida en los idiomas comunes de los usuarios de su despensa? Puede considerar dedicar una página en su sitio web para incluir traducciones de la información clave. La información puede incluir el horario de operación, los servicios que proporciona, la información que deben llevar y qué esperar cuando lleguen. Asegúrese de destacar esta página de manera predominante en su sitio web y de vincularla con frecuencia en redes sociales.

Use imágenes descriptivas

Algunos miembros de la comunidad pueden tener habilidades limitadas del inglés. Tener imágenes descriptivas de los alimentos que distribuye, además de fotos precisas de cómo funciona su distribución, puede ayudar a las personas a comprender qué esperar cuando vayan a su despensa. Si ya comenzó a ofrecer opciones personalizadas de alimentos, ¡asegúrese de destacarlas en su sitio web! Además, se debe asegurar de elegir fotos inclusivas que muestren la diversidad de su personal, voluntarios y clientes.

Reconozca las festividades importantes entre las diferentes culturas

Reconocer las festividades importantes de las diferentes culturas y religiones es una manera maravillosa de hacer que sus vecinos se sientan bienvenidos e incluidos. Para ayudarlo con esto, elaboramos un calendario de festividades anuales con las fechas importantes de diversas culturas que lo ayudará a planificar el contenido de sus redes sociales. Como siempre, igualmente se deberá asegurar de hacer sus propias investigaciones para que su publicación sea culturalmente apropiada. Además, si ofrece comidas especiales durante ciertas festividades, asegúrese de compartir esa información también.

Explique qué información va a recolectar y por qué

Algunas comunidades de personas inmigrantes se pueden sentir incómodas al compartir información identificable debido a su estado de inmigración. Por esta razón, es importante compartir y explicar su política sobre qué información se necesita para recibir los servicios para que así comprendan su política antes de llegar. Si su despensa requiere un documento de identificación o recolecta otro tipo de información personal, considere agregar un mensaje donde se explique por qué esta información es necesaria e indique exactamente cómo se usará o no se usará para aliviar las preocupaciones de seguridad y privacidad. Además, si tiene opciones de asistencia de alimentos que no requieran un documento de identificación o un comprobante de ingresos, asegúrese de explicar esa opción también.

¡Sea explícito sobre las medidas que está tomando para ser más receptivo a la cultura!

Promover sus esfuerzos para tener una mayor receptividad cultural en su sitio web y redes sociales es una muy buena manera de mostrar su compromiso con la creación de un entorno acogedor y seguro para todas las personas. Por ejemplo, ¿ha introducido nuevas opciones de alimentos culturales? Comparta algunas fotos. ¿Tiene nuevos empleados bilingües? ¡Preséntelos en las redes sociales!

Confianza y Respeto

 **Síguelo en
Vídeo Capítulo 15**

Muchas comunidades de inmigrantes y refugiados, además de las comunidades de personas de color, sienten desconfianza en las instituciones u otras organizaciones. Es importante recordar que los sentimientos de desconfianza entre algunas de las comunidades hacia las instituciones se han acumulado a lo largo de muchos siglos debido a las injusticias y discriminaciones históricas. Estos sentimientos de desconfianza tienen justificación, por lo que es nuestra responsabilidad demostrar nuestro compromiso con la equidad mientras reconocemos el impacto de las injusticias del pasado. Desarrollar esta confianza tomará tiempo y requerirá una demostración constante de respeto y responsabilidad.

Implementar las mejores prácticas de las secciones anteriores mostrará un compromiso con la responsabilidad y un deseo genuino de conectarse de maneras inclusivas que puedan ayudar a derribar la barrera emocional de no sentirse bienvenido o sentirse estigmatizado. Además, su organización puede adoptar una serie de medidas para empoderar a sus vecinos para que no solo se sientan bien con los alimentos que reciben, sino también para que practiquen autonomía y poder de decisión, para que así los alimentos que se reciban sean adecuados para todas las personas en relación con su dieta y cultura.

Modelo de elección de los clientes

Para crear una experiencia digna, muchas despensas de alimentos han adoptado un modelo de elección de los clientes. Un modelo de elección de los clientes generalmente es similar al de una tienda de alimentos, donde los usuarios de la despensa pueden seleccionar los productos de su preferencia en lugar de recibir cajas preseleccionadas. Esto permite que los usuarios elijan más alimentos que les gusten y eviten los que no van a usar. Este modelo es especialmente útil cuando se atiende a clientes culturales que pueden tener diferentes preferencias alimentarias. Los modelos de elección de los clientes a veces implementan un sistema de puntos para garantizar que todos los usuarios de las despensas reciban la misma cantidad de alimentos, pero la manera en que decidan “gastar” esos puntos depende del usuario de la despensa.

Aunque el estilo de tiendas de alimentos es el más común, el modelo de elección de los clientes también se puede implementar de otras maneras. Por ejemplo, algunas despensas de alimentos pueden seguir ofreciendo cajas preseleccionadas, pero también ofrecen una mesa de elección de los clientes donde ellos pueden seleccionar los productos adicionales que deseen. Además, algunas despensas de alimentos ofrecen diferentes tipos de cajas preseleccionadas que los usuarios de la despensa pueden elegir, por ejemplo, una caja con una temática de alimentos hispanos.

Consejos para crear experiencias positivas en las despensas de alimentos

Existen diversas técnicas que su organización puede emplear para empoderar a los usuarios de las despensas de alimentos durante sus visitas. Hemos resumido algunos excelentes ejemplos del artículo de Dani Gilmour titulado “Cómo garantizar una experiencia digna en los programas de alimentos de emergencia”.

- Permita que los miembros de la comunidad elijan lo que necesitan y rechacen lo que no. Confíe en que sus clientes saben lo que es mejor para ellos y sus familias.
- Permita que los participantes elijan físicamente sus alimentos en lugar de que los voluntarios seleccionen y distribuyen los alimentos en su representación.
- Evite frases como “puede tomar X cantidad de X”. En lugar de eso, elija un lenguaje y un tono de voz que promueva la autonomía, como “por favor elija X cantidad de X”.
- Describa y explique los productos alimentarios si se lo piden, pero no busque influir en su decisión. Las ideas sobre lo que es saludable, seguro y de calidad varían mucho entre las diferentes culturas.
- Considere ofrecer recetas o traducir las etiquetas de ingredientes de los productos que comúnmente distribuye pero que los miembros de la comunidad no conocen bien.

Para obtener más ejemplos y ejercicios de capacitación del artículo de Gilmour, visite: <https://www.hungercenter.org/publications/ensuring-a-dignified-experience-at-emergency-food-programs-why-and-how/>

Una reflexión final

Lo más importante que puede hacer usted y su organización es escuchar con empatía y estar dispuestos a crecer y hacer cambios continuamente. Ninguna organización va a tener siempre las soluciones perfectas porque las preguntas que está intentando responder son inherentemente humanas. Incluso con las mejores intenciones, siempre habrá cosas que no considere o personas a quienes no pueda llegar porque las variables son complejas y cambian con el tiempo. Sin embargo, eso no debería desalentarlo de esta labor. Incluso las soluciones imperfectas pueden generar impactos enormemente positivos en la vida de las personas y acercarnos a un mundo que sea más equitativo. Esperamos continuar siendo socios en nuestro camino compartido hacia convertirnos en organizaciones inclusivas y receptivas a la cultura.

Por esta razón, Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming quieren dar el ejemplo solicitando continuamente comentarios y opiniones sobre esta capacitación. ¿Hay cosas que no consideramos? ¿Hay elementos que deberíamos volver a examinar? Por favor háganoslo saber enviando un correo electrónico a CRFI@foodbankrockies.org.

Próximos pasos: más capacitaciones y recursos

Biblioteca de Creando Pertenencia

Al completar el curso de Creando Pertenencia, su organización obtendrá acceso a la Biblioteca de Creando Pertenencia. Contamos con equipos y recursos adicionales en cada uno de nuestros centros de distribución para que los tome prestados y ayude a su organización a implementar estas mejores prácticas:

Equipos:

- iPads* disponibles para las encuestas a los vecinos, grupos de discusión y actividades de participación.
- Dispositivos de traducción Pocketalk*: disponibles para ayudar a su organización a abordar las barreras de idioma.

*Estos dispositivos están disponibles cuando no estén siendo usados por otros programas

Libros:

- Reinención de los bancos y despensas de alimentos: nuevas herramientas para terminar con el hambre de Katie Martin
- Diseño para la pertenencia: cómo crear inclusión y colaboración en sus comunidades de Susie Wise
- Diseñar el Cambio Social: Actuar, Trabajar por la Equidad, y Desafiar el Status Quo de Lesley-Ann Noel

Almuerzos y Aprendizajes de Creando Pertenencia

Al completar el curso de Creando Pertenencia, su organización está invitada a nuestras sesiones trimestrales de Almuerzos y Aprendizajes de Creando Pertenencia. Estas sesiones interactivas proporcionan un espacio para profundizar en mayor medida en estos temas e incluyen enfoques innovadores de nuestra Red de Alivio del Hambre y otras organizaciones.

Camino extendida de aprendizaje: capacitación de justicia del lenguaje

Al completar el curso de Creando Pertenencia, uno de los caminos de aprendizaje adicionales que puede emprender es inscribirse en la Capacitación de Justicia del Lenguaje de Community Language Cooperative. Esta capacitación proporcionará una descripción general de la justicia del lenguaje, explorará las implicaciones históricas de la opresión del lenguaje y enseñará a usar herramientas y prácticas viables para apoyar a los miembros de la comunidad lingüísticamente diversos. Hemos agregado este enfoque profundo sobre la justicia del lenguaje al programa, ya que el idioma continúa siendo la barrera más importante que enfrentan nuestros socios al conectarse con sus comunidades. También contará con el apoyo de nuestro equipo de respuesta cultural para que implemente algunas de las mejores prácticas mencionadas anteriormente sobre justicia del lenguaje en su organización.

Si le interesa esta oportunidad, envíe un correo electrónico a CRFI@foodbankrockies.org

Camino extendida de aprendizaje: encuesta visual sobre preferencias alimentarias

Hemos desarrollado una encuesta visual sobre preferencias alimentarias con el fin de ayudar a nuestros socios a recopilar información directamente de su comunidad. Una vez completado el curso de Creando Pertenencia, uno de los caminos de aprendizaje adicionales que puede emprender es recibir apoyo para implementar esta encuesta en su propia comunidad.

Esto lo ayudará a:

- ¡Generar una lista personalizada con las preferencias alimentarias de su comunidad!
- Proporcionar comprensión sobre la gama de preferencias de su comunidad y a la vez poder “ver más de cerca” los grupos culturales específicos autoidentificados.
- Priorizar sus pedidos para reducir los productos que no son de la preferencia de la comunidad y maximizar los que sí lo son.
- Disponer de una encuesta visual para reducir las barreras de idioma y disminuir el tiempo de la encuesta para obtener datos sobre diversos tipos de alimentos.
- Apoyar a Food Bank of the Rockies y Food Bank of Wyoming para saber de qué alimentos abastecerse y dónde serán más significativos.

Si le interesa esta oportunidad, envíe un correo electrónico CRFI@foodbankrockies.org

Capacitación sobre los conceptos básicos de sensibilidad al trauma para la red de alimentos de beneficencia

Feeding America y Leah's Pantry lo invitan a explorar maneras de llevar un enfoque sensible al trauma a sus programas de distribución de alimentos para las familias con niños. Feeding America se ha asociado con Leah's Pantry, un líder en nutrición informada en el trauma a nivel nacional, con el fin de proporcionar una oportunidad de aprendizaje que se detalla a continuación. No hay un costo financiero asociado a la inscripción.

Capacitación sobre los conceptos básicos de la sensibilidad al trauma para la red de alimentos de beneficencia: una capacitación de 90 minutos en la que puede avanzar a su propio ritmo que incluye videos, lecturas y actividades de reflexión. Las vacantes disponibles las pueden ocupar los miembros del personal de la organización y/o representantes de agencias asociadas.

Los participantes van a:

- Desarrollar una comprensión sobre cómo las experiencias positivas y adversas afectan las relaciones individuales y comunitarias con los alimentos.
- Explorar las implicaciones para el sistema alimentario de beneficencia, especialmente para llegar a las familias con niños.

Si le interesa esta oportunidad, envíe un correo electrónico a CRFI@foodbankrockies.org

Capacitación sobre Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

¿Están ofreciendo sus voluntarios y miembros del personal el mismo nivel de hospitalidad y amabilidad para todos los miembros de la comunidad? Los prejuicios inconscientes, las dinámicas de poder y la falta de consciencia de las normas culturales pueden afectar drásticamente el nivel de comodidad de las personas en su despensa. Incluso si cree que está haciendo un buen trabajo al atender a todos los clientes de manera equitativa, es posible que usted y su personal tengan prejuicios inconscientes.

Además de completar esta capacitación sobre receptividad cultural, alentamos a las organizaciones a invertir en capacitaciones sobre Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI, por sus siglas en inglés). Estas capacitaciones generalmente las dirigen profesionales externos y pueden incluir seminarios web, lecturas o ejercicios útiles que lo pueden ayudar a usted y a su personal a identificar los prejuicios inconscientes y a comprender las dinámicas de poder.

Para obtener más información y recursos sobre la capacitación DEI, visite <https://www.nonprofitlearninglab.org/dei>

Ejercicio de autorreflexión

Ahora que tiene una mejor comprensión acerca de las barreras adicionales que enfrentan sus clientes culturales, lo alentamos a reflexionar sobre el punto en el camino donde se encuentra su organización en relación con la receptividad cultural. Dedique un momento para documentar su plan sobre cómo abordar estas barreras dentro de su propia organización.

Por favor escriba una breve reflexión sobre dónde se encuentra su organización en los siguientes puntos:

- Después de leer este documento, ¿en qué punto del camino hacia la adopción de receptividad cultural cree que se encuentra su organización? ¿Está comenzando o ya comenzó a implementar algunas de estas ideas? Si es sí, ¿qué está haciendo ya en esta área?
- ¿Qué culturas hay en su comunidad y se ven estas reflejadas en su despensa de alimentos? Si no está seguro, ¿cómo va a conocer más a sus vecinos y a los usuarios de su despensa?
- ¿Cuán bien cree que se ajustan los alimentos que ofrece a lo que desean las familias de su comunidad? ¿Qué medidas ya ha tomado o planifica tomar para que sus alimentos sean más inclusivos?
- ¿En qué medida se ve afectada su despensa de alimentos debido a las barreras de idioma con sus clientes? ¿Cuáles son algunas medidas que puede tomar o que ya está tomando para superar estas barreras de idioma?
- Después de aprender sobre las barreras de acceso simples, ¿cree que existen barreras de acceso simples en su despensa? Si es así, ¿cuáles son y cómo puede abordarlas?
- ¿Son sus esfuerzos de alcance a sus vecinos receptivos a la cultura? ¿De qué maneras puede aprender sobre sus vecinos y clientes y participar junto a ellos?
- ¿Por qué es tan importante desarrollar confianza con sus clientes culturales? ¿Cómo va a continuar desarrollando confianza?
- ¿Cómo va a compartir esta información con su personal y voluntarios?

Por favor envíe este formulario a nuestro equipo de Culturally Responsive Food Initiative a CRFI@foodbankrockies.org.

Lectura recomendada

¿Le interesa obtener otros recursos sobre este tema? Hemos recopilado una serie de lecturas adicionales. Estas lecturas son de organizaciones externas que están compartiendo sus propias opiniones.

¿Ha encontrado recursos adicionales útiles que le gustaría compartir con sus socios? No dude en compartir estos recursos con nuestro equipo a CRFI@foodbankrockies.org y los revisaremos para incorporarlos en futuras versiones de esta capacitación

Oficina de Asuntos sobre Inmigrantes y Refugiados de Denver (DOIRA, por sus siglas en inglés). (2019) Informe de evaluación vecinal de la comunidad de inmigrantes y refugiados de Denver. <https://www.denvergov.org/content/dam/denvergov/Portals/643/documents/Office%20of%20Immigrant%20and%20Refugee%20Affairs/2020/2019%20Neighborhood%20Assessment.pdf>

Gilmour, Dani. (2016) Cómo garantizar una experiencia digna en los programas de alimentos de emergencia: por qué y cómo. Community Food Bank of Southern Arizona. <https://www.hungercenter.org/publications/ensuring-a-dignified-experience-at-emergency-food-programs-why-and-how/>

Laboratorio de aprendizaje de organizaciones sin fines de lucro: diversidad, equidad e inclusión
<https://www.nonprofitlearninglab.org/dei>

Reinvención de los bancos y despensas de alimentos: nuevas herramientas para terminar con el hambre. (2021) De Katie Martin

- Disponible en nuestra Biblioteca de Creando Pertenencia

Diseño para la pertenencia: cómo crear inclusión y colaboración en sus comunidades. (2022) De Susie Wise

- Disponible en nuestra Biblioteca de Creando Pertenencia