



conservación en una escala humana

**RARE**  
inspiring conservation



## Cómo integra Rare a las personas en la ecuación de la conservación

**A través de todo el mundo en desarrollo**, granjeros, pescadores, líderes comunitarios y familias están luchando por satisfacer sus necesidades básicas de vida menguando los recursos naturales. Al mismo tiempo, conservacionistas están lamentando la falta de herramientas en manejo de áreas protegidas y la falta de apoyo comunitario para una mejor legislación o uso de los recursos. Una cosa está clara: mientras la conservación ha sido por mucho dirigida por ámbito científico, el éxito significará integrar a las personas en la ecuación de una manera más significativa.

Así que, ¿dónde están los

laboratorios e instrumentos y casos de estudio sobre cambios de conducta, creación de voluntad pública, mejora de relaciones con la comunidad, y lanzamiento de movimientos medioambientales? Rare y sus socios en 52 países han estado probando y perfeccionando una selección de herramientas para buscar llenar estas necesidades – particularmente a nivel local, el cual frecuentemente determina el sostenimiento de grandes esfuerzos de conservación.

Estas herramientas componen lo que Rare llama una campaña “Pride” – así llamada porque inspira a las personas a enorgullecerse de las especies

y hábitats que hacen a sus comunidades únicas, también dándoles alternativas reales e incentivos para cambios de conducta que contribuyan a la conservación de éstas comunidades. Realizadas por aproximadamente 2 años en cualquier sitio dado, las campañas Pride incorporan todo, desde mercadotecnia social a relaciones publicas; de relaciones con el gobierno a desarrollo comunitario; y desde educación hasta entretenimiento.

Rare no implementa campañas directamente. Entrenamos organizaciones locales en técnicas y herramientas de comunicación y trabajo

comunitario, las cuales les son transferidas a cada organización local quien las aplica en campo agregando un entendimiento esencial de la cultura local y normas sociales – asimilando la metodología para sostener un impacto a largo plazo durante la ejecución de la campaña. Cada organización local posee un coordinador de campaña, quien lidera y coordina el proyecto y recibe el entrenamiento. Aquellos Coordinadores de campaña que completan todo el trabajo de curso y realizan una campaña exitosa reciben un título de Maestría en Comunicación de la Universidad de Texas en El Paso.

## Cómo mide Rare el impacto



### Conservación

Reducción de amenaza a la biodiversidad en el sitio

1

La Sociedad-Laos de Conservación a la Naturaleza usó una campaña Pride para establecer el Área de Conservación de Peces más grande de la nación, reduciendo las amenazas en ambos, biodiversidad y vida local.

### Fortalecimiento de Capacidades

Organización socia local es equipada con herramientas de comunicación para uso continuo, y un miembro de su personal es altamente entrenado

2

La Conservación de la Naturaleza-Indonesia realizó su primera campaña Pride en Komodo en 2003; su coordinador de campaña Hesti Widodo ahora es mentor de otros empleados de LCN ya que ellos hicieron una réplica del método en sitios marinos a través de Indonesia.

### Movilización social

Ciudadanos informados y líderes que están inspirados para apoyar la conservación a largo plazo

3

Después de una campaña Pride en Manantlán, México apoyando otras estrategias de conservación se logró una reducción del 50% en incendios forestales en el sitio, la comunidad movilizó 2,000 voluntarios para recoger 16 toneladas de basura y reforestar la cuenca local.

# Rare ayuda a sus socios locales...

**Fase de Aplicación**  
6-9 meses

## ...responder preguntas estratégicas

- ¿Es posible el cambio de conductas ?
- ¿Puedo dirigir el cambio de comportamientos hacia la conservación a largo plazo?
- ¿Tengo los empleados correctos y recursos para manejar una campaña de comunicación efectiva?
- ¿Cómo puedo asegurar financiamiento?

**Universidad Fase 1**  
semanas 1-9

## ...dominar las bases del cambio de comportamientos

- La ciencia detrás del cambio social y de conducta
- Técnicas de investigación formativa
- Uso de modelos conceptuales y programa de priorización de amenazas
- Habilidades esenciales para líderes de campaña
- Introducción a comunicaciones y mercadotecnia social

**Fase de Campo 1**  
semanas 10-35

## ...crear bases para la conservación dirigida por la comunidad

- Conducir encuestas comunitarias para establecer bases y objetivos
- Crear consenso en objetivos entre múltiples actores clave, expertos y socios
- Involucrar y comprometer líderes locales y personas que tengan influencia comunitaria
- Identificar barreras al cambio – social, económico o técnico – y desarrollar alternativas viables antes de lanzar esfuerzos de comunicación

**Universidad Fase 2**  
semanas 36-40

## ...desarrollar un plan de comunicación dirigido a un objetivo

- Segmentación de la audiencia y mensaje adecuado
- Comunicaciones y planeación de medios
- Diseño para impactar
- Dominar el arte de hacer una campaña – planeación, solución de problemas, evaluación y manejo adaptativo

**Fase de Campo 2**  
semanas 41-101

## ...lanzar una campaña de mercadotecnia masiva

- Convertir una especie emblemática en un embajador de cambio
- Usar 30+ herramientas de mercadotecnia social y comunicación
- Trabajar con técnicos, políticos u otros socios para proporcionar los incentivos correctos para facilitar el cambio
- Llevar a cabo talleres de entrenamiento o demostraciones para facilitar la adopción de prácticas más eficaces

**Universidad Fase 3**  
semanas 102-104

## ...desarrollar un plan para un cambio sostenible

- Evaluar resultados
- Celebrar triunfos a corto plazo y crear estrategia para mantener impacto a largo plazo
- Explorar oportunidades para continuidad de fondos



...crear una ética de conservación duradera en comunidades a nivel global



## Aplicar para desarrollar una Campaña Pride de Rare

Rare lanza 48 campañas anualmente, 12 de ellas en Latinoamérica con una fecha de inicio establecida. Nuestro próximo lanzamiento es en enero del 2010, con entrenamiento ofrecido en inglés, español, bahasa Indonesia y mandarin (ver nuestra información de “entrenamiento” para más informes acerca de locaciones regionales y curriculum). Antes de establecer una sociedad con cada organización local interesada, Rare dedicará desde 6-9 meses ayudándoles a evaluar si nuestra propuesta se ajusta correctamente a sus necesidades.

**Las organizaciones interesadas en aplicar para una campaña necesitan completar los siguientes pasos:**

1. Emitir una Forma de Expresión de Interés en el sitio web de Rare ([rareconservation.org/apply](http://rareconservation.org/apply))
2. Rare realizará un primer análisis de la propuesta de campaña, determinando la viabilidad de continuar con la solicitud e invitando a la organización postulante a completar el Formulario de aplicación en extenso.
3. **Las aplicaciones completas** son revisadas por el personal de Rare en cada región e incluye entrevistas personales y telefónicas.
4. Los socios deben **identificar a un miembro del personal quien pueda estar dedicado tiempo completo** a dirigir la campaña de 2 años. La evaluación del coordinador de campaña es una parte crítica del proceso de aplicación.
5. **Rare lleva a cabo talleres de inmersión rápida en cada región para socios prospectos.** Esto les da a los solicitantes la oportunidad de entender mejor nuestro modelo, trabajar de cerca con un asesor de Rare para evaluar la factibilidad y estrategia, y de conocer otros conservacionistas abordando retos similares en su región. Por favor consulte a su asesor para más detalles.
6. Si está entre los 48 solicitantes seleccionados para 2010, **será notificado por lo menos 3 meses antes del lanzamiento** y el coordinador de campaña representando su organización será registrado en la Universidad regional apropiada.
7. Si su aplicación no es seleccionada, Rare trabajará con usted en otras opciones, tales como diferir su aplicación para el siguiente año, accediendo recursos a través de nuestra red en línea, o explorando otras herramientas o socios que pueden ayudarle a lograr sus metas.



[rareconservation.org](http://rareconservation.org)  
1840 Wilson Blvd, Suite 204  
Arlington, VA 22201

Para preguntas generales, puede contactar  
**Paloma Chavez, Gerente de Socios • Rare Latinoamerica**  
[pchavez@rareconservation.org](mailto:pchavez@rareconservation.org)  
**+52 3338170120**

Para expresar su interés en aplicar para una campaña Pride vaya a  
[rareconservation.org/apply](http://rareconservation.org/apply)