

A woman wearing a red t-shirt and a wide-brimmed straw hat is kneeling in a mangrove field. She is focused on a green mangrove sapling in front of her, using a tool to work on its base. The ground is sandy and dotted with other mangrove trees. In the background, there is a dense line of mangrove trees under a bright sky. A green plastic bag and some other tools are on the ground nearby.

CONSERVACIÓN EN UNA ESCALA HUMANA

RARE
inspiring conservation

**DISEÑO DE UNA COHORTE DE
CAMPAÑAS PRIDE**

Enfoque - Programa de Arreglos Recíprocos por Agua-

DISEÑANDO SOLUCIONES LOCALES PARA ENFRENTAR LOS RETOS DE LA CONSERVACIÓN LOCAL

A final de cuentas, la conservación la hace la gente- sus comportamientos hacia la naturaleza, sus creencias respecto al valor de la misma y su capacidad para protegerla sin tener que sacrificar sus necesidades básicas para poder vivir-. Es por ello que los conservacionistas deben volverse tan hábiles en el área social, como en el campo de la ciencia; tan comprometidos con las soluciones basadas en la comunidad, como en la legislación nacional e internacional que corresponde.

No hay lugar en el mundo que necesite más de las soluciones basadas en la comunidad local, que las áreas de mayor diversidad en el mundo- de América Latina al Caribe, de África a India, y de Asia a las Islas del Pacífico-. Estas áreas podrán ser muy ricas en recursos naturales, pero cuentan con niveles de pobreza elevados, convirtiendo el cambio social y medio ambiental en un enorme reto para miles de comunidades.

Rare y sus socios en más de 50 países a lo largo de estas regiones, están comprometidos a diseñar programas de conservación que beneficien, tanto a la gente, como a la naturaleza- asegurando que el cambio sea adoptado de manera permanente.

COLOCANDO LA CONSERVACIÓN EN MANOS LOCALES

Si bien Rare plantea soluciones, no las implementa, ni las difunde a nivel local, pues para llevar a cabo

los cambios en los comportamientos se requiere de una comprensión específica de las normas sociales y culturales, así como mensajeros o personas que cuenten con un alto grado de confianza por parte de la comunidad.

Es por ello que Rare entrena a socios locales y los apoya a través de todas las etapas de implementación de lo que se conoce como "Campaña Pride" del inglés -pride- u orgullo.

Una campaña Pride inspira a la gente a tomar orgullo por las especies y sus hábitats que hacen a sus comunidades únicas, mientras que también les proporciona alternativas ante los comportamientos destructivos hacia su medio ambiente.

EL ENFOQUE DE RARE INCLUYE:

- ✓ **Determinar los comportamientos humanos que amenazan la biodiversidad, como lo es sobrepesca, tala ilegal o la agricultura no sustentable**
- ✓ **Búsqueda constante de soluciones a los problemas de conservación, innovadoras, basadas en acciones de la comunidad, y que prueben poder cambiar los comportamientos que afectan la conservación**
- ✓ **Lanzar Campañas Pride para incrementar la adopción de soluciones efectivas en favor de la conservación**



RARE

Rare entrena a conservacionistas locales para que lleven a cabo "Campañas Pride"- que utilizan técnicas de mercadotecnia, -normalmente usadas por el sector privado para vender productos como automóviles, golosinas, video juegos- pero utilizándolas de manera adaptada para "vender" comportamientos más sostenibles y para proteger la biodiversidad.



BROOKE SADOWSKY

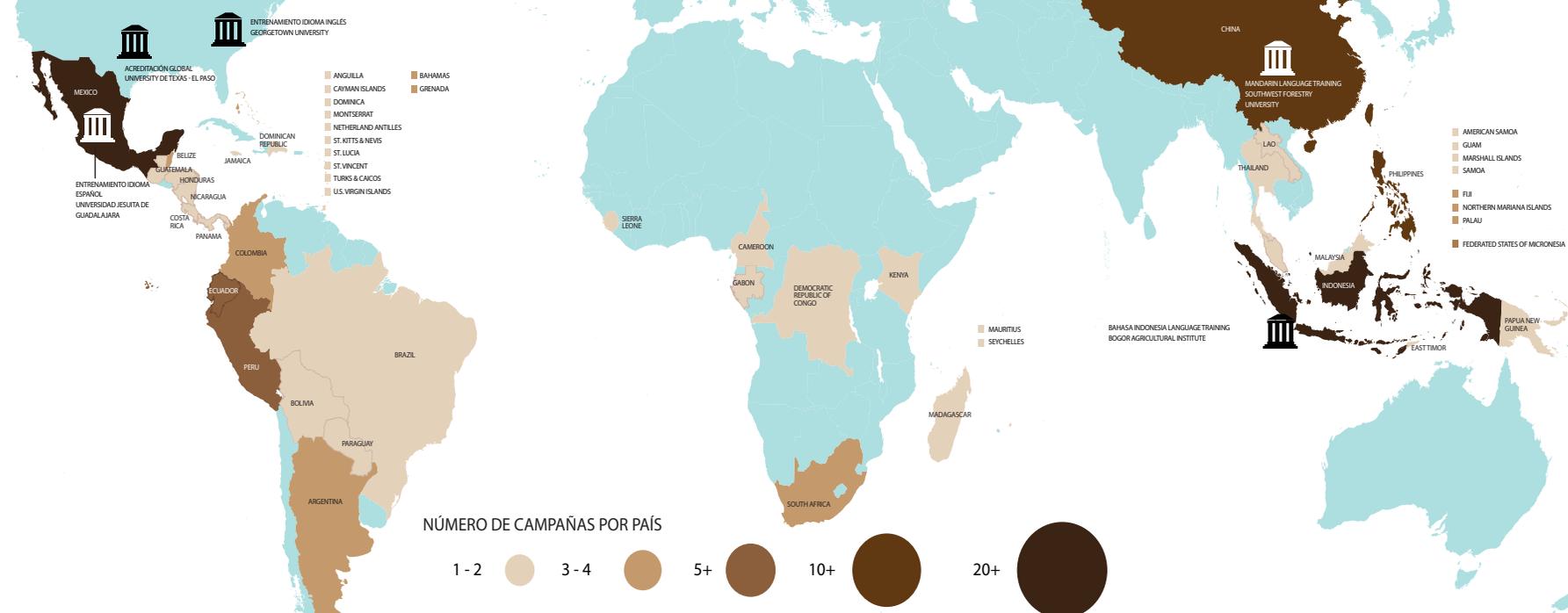
Campañas Pride lanzadas a la fecha

En los últimos 20 años, Rare ha llevado a cabo Campañas Pride en más de 50 países. Cada Campaña Pride tiene por objetivo un sitio específico, y ahora en el año 2010, Rare las ha comenzado a lanzar en "cohortes" o grupos de 10-15, en las que todas las campañas dentro de una misma cohorte están enfocadas en un problema en común. Esto ahora le permite a Rare adaptar una misma solución en múltiples sitios y después replicar ese modelo probado para acelerar el cambio a nivel nacional

o regional. El enfoque de cada cohorte es determinado aproximadamente con un año de anticipación, tiempo en el que Rare comienza a reclutar posibles socios que cuenten con esta meta compartida y con la capacidad de participar en el programa de 2 años.

Rare prepara a dichos socios locales brindándoles entrenamiento, disponible a la fecha en cuatro idiomas, en cuatro centros de entrenamiento (México, USA, China e Indonesia)

UN VISTAZO A RARE
 Total de campañas lanzadas a la fecha: 205
 Países en que se trabajó: 57
 Audiencia alcanzada ~10 millones
 Staff global de Rare ~75





Coordinador de campaña Javier Mancera, trabajando con un grupo de voluntarios en la protección de la cuenca del Río Siecha, Colombia. Esta es una de las 11 campañas abordando el tema de protección de hábitat AZE y cuencas que se está llevando a cabo en la región de los Andes.

EL ENFOQUE DE RARE PARA EL DISEÑO DE UNA COHORTE

Cada año Rare lanza múltiples cohortes alrededor del mundo. Cada una de ellas toma hasta un año en ser diseñada. Cada una contiene de 10 a 15 sitios y socios locales que cuentan con un mismo objetivo, es decir, que buscan reducir una misma amenaza al medio ambiente, y que cuentan con una estrategia en común para su Campaña Pride para introducir comportamientos más sostenibles en su comunidad local. El diseño y la implementación de cada cohorte deben seguir los pasos siguientes:

1. IDENTIFICAR HERRAMIENTAS O CASOS DE ÉXITO EN CONSERVACIÓN
2. CREAR UNA FÓRMULA PARA REPLICAR ÉSTAS A TRAVÉS DE PRIDE
3. IDENTIFICAR SOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN
4. SELECCIONAR SITIOS PARA LAS CAMPAÑAS
5. SELECCIONAR COORDINADORES DE CAMPAÑA
6. IDENTIFICAR FINANCIAMIENTO
7. IMPLEMENTACIÓN DE LA COHORTE
8. MEDICIÓN DE IMPACTO
9. SOPORTE A ESFUERZOS DE SEGUIMIENTO

IDENTIFICAR HERRAMIENTAS DESTACADAS EN CONSERVACIÓN

Soluciones para los retos de conservación más importantes, ya existen. Alguien, en algún lugar, quizá en una comunidad muy remota, ha identificado alternativas y herramientas para resolver el problema de cómo motivar a la gente para dejar la sobrepesca, detener la deforestación, o reducir la caza furtiva.

Rare busca activamente esas respuestas, lo que nosotros llamamos **casos de éxito**. Cuando nosotros encontramos uno, las preguntas son: ¿Cómo funcionó? ¿Puede ser replicado? ¿La organización o la persona detrás de la respuesta están dispuestas a compartir la receta para el éxito?

Rare desarrolla una cohorte de campañas Pride basada en la identificación de estos casos destacados que sirvan como antecedente.

¿Cómo es que Rare evalúa estos casos destacados antes de decidir usarlo como base para el diseño de la cohorte? Rare y su red de socios y expertos se preguntan:

1. **¿Qué motiva a esta comunidad en particular? ¿Puede una Campaña Pride y la utilización de herramientas de mercadotecnia social inspirar una respuesta similar en otras comunidades?**
2. **¿Qué barreras enfrenta la comunidad cuando trata de cambiar y cómo se superan??**
3. **¿Cuáles son las condiciones y factores esenciales que llevan al éxito en el sitio? ¿Pueden ellas ser replicadas?**
4. **Y finalmente, ¿existe el potencial para reducir la amenaza a la conservación global si este modelo se replica a gran escala?**

Al conocer y replicar los casos de éxito destacados Rare y sus socios esperan acelerar el proceso de adopción de las soluciones de

Casos de éxito:

Identificar lo que funciona. Repetir.



Arreglos recíprocos por agua para conservación de cuencas



Conservación de humedales



Manejo de pesquerías sustentable

CONOZCA EL VALLE DE LOS NEGROS



A. A lo largo del Río Los Negros, 35 kilómetros separan la comunidad del altiplano de Santa Rosa de la comunidad Los Negros, en las tierras bajas. Los canales de irrigación llevan agua a 1,000 hectáreas en Los Negros, que proporciona a los mercados de la cercana Santa Cruz un suministro continuo para el cultivo de zanahorias, lechuga y otros vegetales.

B. En los últimos 20 años, el flujo de agua durante la estación seca en Los Negros se ha reducido en más de 50%. Los propietarios de tierras bajas atribuyen este problema a la deforestación río arriba por actividad ganadera y agrícola.

C. En el 2003, Fundación Natura Bolivia propuso un esquema donde se realizarían convenios entre agricultores del altiplano y de las tierras bajas. Los usuarios de agua de río abajo compensarían anualmente a los agricultores de río arriba por la protección del hábitat y la cuenca.



UN CASO DE ÉXITO EN PROTECCIÓN DE CUENCAS Y HABITAT



D

D. La cooperativa de agua local de cuenca baja recolecta las contribuciones de los usuarios mediante tarifas mensuales de agua equivalentes a aproximadamente US\$0.50 por casa. Participan todos los usuarios de agua en Los Negros. Un comité local vigila el adecuado manejo del Fondo de agua creado para el programa.

E

E. Por cada diez hectáreas de bosque nublado que protegen, los propietarios cuenca alta reciben una colmena y una capacitación sobre apicultura. Las colmenas producen ~ 60 kilogramos de miel cada año, que llega a obtener un precio de ~US\$5/kilogramo. A la fecha, se han distribuido más de 400 colmenas. El programa también se expandió para incluir alambre púas y árboles frutales.

F

F. Los agricultores cuenca alta y cuenca baja monitorean juntos el bosque y la conservación del agua. Están capacitados para utilizar receptores GPS con los cuales identifican y demarcan áreas de individuales de conservación. A la fecha, se han conservado más de 3,500 hectáreas en esta forma.

Los Arreglos Recíprocos por Agua (ARA) se basan en el principio de que usuarios y beneficiarios de un recurso hídrico deberían compensar a quienes salvaguardan el recurso. A partir de dicho ejemplo desarrollado en Bolivia, Rare diseñó un modelo donde a través de la metodología de Campañas Pride pudiera replicarse y acelerarse la adopción del esquema de Arreglos recíprocos por Agua en diversos sitios de Latinoamérica. A partir de ello, Rare se ha asociado con diversos socios locales quienes están adaptando y replicando el esquema en distintos sitios de Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú.

CREAR LA FORMULA PARA REPLICAR A TRAVÉS DE PRIDE

Una vez que Rare y sus socios han identificado un caso de estudio exitoso en la conservación, se busca moldear la fórmula para el éxito—definiendo los factores, las condiciones y la secuencia de eventos, que llevarían al cambio positivo.

Rare llama a esta fórmula su “**Teoría de cambio**” secuencia de pasos lógicos necesarios para generar un cambio específico. Toda nueva cohorte parte de una Teoría del Cambio sólida; aunque la estrategia sea continuamente refinada durante su implementación.

ADAPTANDO LA TEORÍA DE CAMBIO

Si bien todas las campañas participantes de la misma cohorte utilizan una Teoría del Cambio común, los Socios Locales quienes la implementan la adaptan a sus necesidades y a las normas culturales de sus comunidades. De esta forma una Teoría del Cambio común puede aplicarse en diversas partes del mundo, adaptándose a las necesidades, alternativas y valores sociales de cada sitio donde es aplicada.

Teoría de cambio

def. Descripción específica y medible de una iniciativa de cambio social que conforma las bases para la planeación de una estrategia, la toma de decisiones y la evaluación.

utilización en Rare:

- para conocer cómo el cambio en los comportamientos y en las normas sociales de una comunidad reducen las amenazas a la biodiversidad
- para definir objetivos y medir el éxito
- para esbozar un plan de acción de una cohorte específica
- para asegurar el alineamiento de la estrategia entre todos los interesados de la cohorte



CHINA

ADAM LIEBMAN

“No se puede lograr que la gente cambie sin apelar a lo racional, hablarle a la parte emocional, y atender la parte práctica, tal como la falta de alternativas.”

—Dan Heath, Autor del libro “SWITCH: Cómo cambiar cuándo el cambio es difícil” *New York Times* bestselling



La teoría de cambio de Rare está hecha a la medida de cada cohorte y de cada sitio específico, pero todas siguen una fórmula general del éxito

Rare y sus socios intentan dar respuesta a las preguntas: "¿Cuál es el cambio por el que trabajamos y qué debe suceder para que este cambio ocurra?" Las respuestas a dichas preguntas forman la base estratégica de la Teoría de cambio detrás de cada Cohorte de campañas Pride



Conocimiento

Incrementar el conocimiento de las personas sobre el valor de su entorno y cómo es afectado por sus prácticas o comportamientos, así como alternativas de cambio que puedan estar disponibles.

Actitud

Desarrollar en la gente actitudes y orgullo que les brinden una motivación y disposición poderosa a adoptar cambios en favor de la naturaleza.

Comunicación Interpersonal

Promover diálogos e intercambios sobre el problema y las alternativas. Investigaciones señalan que las opiniones de personas cercanas tienen gran influencia sobre la disponibilidad al cambio.

Remoción de barreras

Identificar barreras — económicas, políticas o tecnológicas — que obstaculizan el cambio de comportamiento. Proveer alternativas o soluciones para éstas.

Cambio de comportamiento

Promover cambios específicos, claros y graduales para la adopción de alternativas o soluciones de parte de pobladores locales o grupo de enfoque .

Reducción de amenazas

Medición de la reducción de amenazas (sobrepesca, deforestación, desechos sólidos etc) logrado a raíz del cambio de comportamiento generado.

Resultado de conservación

Seguimiento de resultados o impactos en la salud y conservación del habitat o especies en los que se haya enfocado el esfuerzo de campaña Pride .

La Teoría de Cambio en acción

Protección de habitats AZE y fuentes de agua en la región Andina

A finales del año 2009 la "Alianza para Zero Extinción (AZE)" se acercó a Rare con el objetivo de lanzar una serie de campañas en los Andes para proteger los hábitats del bosque de especies en alto peligro de extinción. En nuestra búsqueda por las comunidades que hubieran frenado la degradación de hábitat Rare identificó un caso de éxito de la "Fundación Natura Bolivia", quien trabajando con pobladores desarrolló un modelo de **Arreglos recíprocos por agua**, logrando un compromiso mutuo entre comunidades de la parte alta y baja de la cuenca, para la adopción de prácticas para reducir la deforestación lo que también serviría para incrementar la calidad y cantidad de agua en la zona.

Con la ayuda de múltiples donadores y socios, Rare diseñó y está llevando a cabo una cohorte de 11 Campañas Pride en los Andes, buscando replicar dicho enfoque.

SOLUCIONES DE BASE LOCAL

El esquema de trabajo para la cohorte es simple: Pobladores cuenca abajo que dependen de los recursos hídricos que se generan en la parte alta, contribuyen a un fondo local de conservación. Dicho fondo proporciona incentivos negociados localmente a los pobladores cuenca arriba quienes a cambio se comprometen a realizar medidas concretas para mantener los bosques saludables. Estos incentivos pueden variar desde colmenas

para la producción de miel, alambre de púas para cercar ganado, asistencia técnica, u otros. Las Campañas Pride aceleran y profundizan el apoyo de la comunidad hacia este enfoque. Antes de lanzar las campañas de la cohorte de los Andes a principios del año 2010, Rare y sus socios debieron tomar casi un año completo para poder desarrollar la Teoría del Cambio correspondiente. Este proceso comenzó con el establecimiento de los objetivos de conservación. En este caso, la meta de la cohorte es proteger más de 200,000 hectáreas de bosque en una de las regiones más biodiversas del mundo.



"Piloteamos los arreglos recíprocos por agua en Los Negros hace 8 años y estamos orgullosos de estar ahora trabajando con Rare para acelerar mecanismos similares en diversos sitios de la región Andina"

– Nigel Asquith, Director, Fundación Natura Bolivia

Foto izq. a der.: Deforestación de tierras altas en comunidades en Bolivia; Pobladores locales adoptando prácticas de apicultura.

Teoría de cambio para el Valle de los Negros, Bolivia



Conocimiento (C)

Desarrollar conocimiento y entendimiento del rol que juega el bosque en la protección de especies, provisión del servicio de agua, y de la estructura básica detrás de los acuerdos recíprocos por agua.



Actitud(A)

Fomentar interés y motivación por explorar los beneficios sociales, culturales y económicos del esquema de arreglos recíprocos, sintiendo co-responsabilidad y orgullo de actuar para proteger su riqueza natural.



Comunicación Interpersonal (CI)

Propiciar diálogos y negociaciones entre propietarios cuenca alta, usuarios de agua cuenca baja, autoridades, para responder inquietudes sobre el esquema de arreglos recíprocos, aliviar dudas, fomentar intercambio de experiencias y comenzar con el cambio en las normas sociales.



Remoción de barreras (RB)

Acercar expertos y proveer soporte técnico para facilitar el diseño e implementación del esquema de arreglos recíprocos. Desarrollar un paquete de incentivos locales. Desarrollar mecanismos de autosostenibilidad para el esquema en el largo plazo.



Cambio de Comportamiento (CC)

Colocar la conservación del bosque como prioridad principal en las decisiones de manejo de tierras entre los pobladores cuenca alta y cuenca baja. Adoptar y participar activamente del esquema de reciprocidad.



Reducción de amenazas (RA)

Monitoreo de la disminución de amenazas a nivel de pérdida en bosque o degradación de fuentes de agua en las áreas donde los acuerdos recíprocos han sido puestos en marcha.



Resultados de Conservación (RC)

Analizar el nivel de protección de bosque y habitats de importancia que sin los arreglos recíprocos no se hubiera alcanzado, así como impactos en el mantenimiento efectivo de los recursos de agua, tanto a nivel local, como regional.



AÑADIENDO EL PODER DEL ORGULLO

Para modificar las normas sociales se requiere cambiar tanto los corazones como las mentes. Las campañas Pride cambian ambos, aprovechando el poder de la mercadotecnia social para involucrar a las personas y cambiar comportamientos.

Es por ello que en asociación con el Fondo Mundial para el medio Ambiente (GEF) y la Alianza para la Cero Extinción (Alliance for Zero Extinction - AZE), Rare a través de un proceso de convocatoria lanzó en enero 2010 una cohorte de Campañas Pride en 11 sitios andinos orientadas a acelerar la adopción de experiencias positivas para la conservación como el esquema de Arreglos Recíprocos por Agua utilizados en el Valle de los Negros

Es así que con capacitación y apoyo de Rare, las organizaciones socias locales están llevando a cabo campañas Pride para la implementación de Arreglos Recíprocos por Agua donde:

-  **Llevan a diferentes actividades Pride para fomentar consciencia y movilización social en apoyo al esquema de Arreglos Recíprocos para Agua de manera que pobladores cuenca alta y cuenca baja comprendan el valor de su contribución al cuidado de sus recursos**
-  **Facilitan asistencia, incentivos y capacitación a propietarios, agricultores y residentes locales a que utilicen alternativas más amigables con el medio ambiente y que mejoren sus propios estilos de vida**
-  **Demuestran soluciones exitosas lideradas por la comunidad y que puedan ser replicadas en otros sitios**



PROTECCIÓN EXITOSA DE CUENCAS

El programa Andino de Campañas Pride basado en el modelo ARA ,busca reforzar la protección de cuencas de 4 maneras:

- 1 DESARROLLO DE LÍDERES DE CONSERVACIÓN LOCALES**
Fortalecer capacidades en líderes, entidades de conservación y autoridades locales quienes cuentan con un modelo replicable para llevar a otros sitios y cuencas andinas.
- 2 REFORZAR EL APOYO COMUNITARIO HACIA LA CONSERVACIÓN DE CUENCAS**
Fomentar la adopción de parte de comunidades de acuerdos de colaboración que permiten que los propietarios cuenca alta y usuarios de agua cuenca baja colaboren mutuamente en un esquema que les brinde beneficios concretos de calidad y cantidad de agua.
- 3 LOGRAR CONSERVACIÓN PERDURABLE**
Reducir los niveles de deforestación en más de 200,000 hectáreas en los ecosistemas con mayor diversidad ecológica del mundo.
- 4 PROTEGER HÁBITAT CRÍTICOS**
Otorgar mayor relevancia a los sitios de importancia para biodiversidad , tanto dentro de los marcos de políticas nacionales y de biodiversidad global y de servicios para los ecosistemas.

IDENTIFICAR SOCIOS

Rare construye una coalición de diversos socios que lo ayudan con el diseño, la ejecución y el monitoreo de todas sus cohortes de las Campañas Pride. Los socios de Rare pueden atender diversas necesidades y roles dentro de la planeación, ejecución y seguimiento de una o varias campañas Pride.



RARE

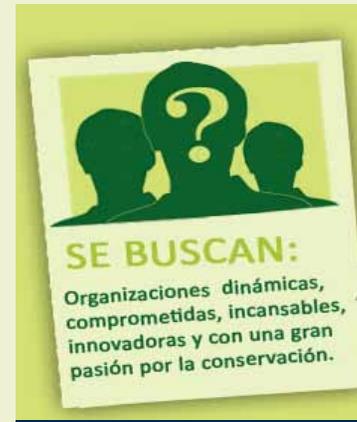
Directores de instituciones locales aplicantes participando en taller de inmersión a la metodología Pride organizado por Rare, como parte del proceso de aplicación y selección de socios locales de implementación.

Socios locales para implementación de Campañas

Rare no implementa directamente las Campañas Pride, sino que entrena y brinda tutoría a organizaciones conservacionistas locales para que ellas lo hagan por sí mismas. Así pues, tanto el liderazgo local como la adaptación local del mensaje de la campaña son la piedra angular del éxito.

Roles

- Identificar personal calificado** para desempeñarse como **Coordinador de Campaña de Conservación de Rare**
- Diseñar e implementar en campo una campaña Pride de dos años**, adaptando la metodología Pride al contexto local.
- Proveer salario, espacio de oficina y transportación local** por dos años al **Coordinador de Campaña**
- Compartir con la red de aprendizaje de Rare**, conocimientos, experiencias y lecciones aprendidas



Cada año Rare lanza una [Convocatoria anual](#) donde se indica la temática y área geográfica elegible para que instituciones interesadas puedan presentar su propuesta para una campaña Pride

A partir de ello se realiza una serie de entrevistas y conversaciones con la institución aplicante para determinar la viabilidad del sitio y estrategia propuesta

Para mayor información de nuestra convocatoria actual visite www.rareconservation.org/es

Socios estratégicos

La aportación de los socios estratégicos es crítica para la cohorte; su estrategia, su diseño y sostenibilidad. Los socios estratégicos pueden ser entidades nacionales, ONGs internacionales, Ministerios de gobierno, y/o nuestra propia red de expertos trabajando en el área de la cohorte.

Roles (Uno o más de los siguientes)

- ✓ Contribuir con la **identificación de casos y herramientas** destacadas en conservación
- ✓ Participar en el diseño de la Teoría de cambio para la cohorte
- ✓ Proveen asistencia técnica en temas ambientales **específicos**
- ✓ Contribuir en alinear la cohorte con prioridades o iniciativas regionales y nacionales
- ✓ **Contribuir financieramente** para actividades de la cohorte que promueven el logro de objetivos comunes



El programa de campañas Pride para la creación de Esquemas de Arreglos Recíprocos por Agua, está contando con la colaboración de diversos socios estratégicos tales como Alliance for Zero Extinction, Conservation International, UNEP, así como un Consejo Asesor conformado por representantes de Perú, Colombia Ecuador and Bolivia. Todo ellos contribuyen a la formulación de estrategias a nivel de la cohorte asegurando su adecuada inserción en esfuerzos de conservación e iniciativas a nivel regional



Socios técnicos

De forma similar a los Socios Locales, los socios técnicos tienen a miembros de su equipo en los sitios objetivo para ejecutar un componente específico de las Campañas Pride.

Roles (Uno o más de los siguientes)

- ✓ Proveen tecnología o capacidades técnicas necesarias para reemplazar los comportamientos no sustentables por alternativas positivas
- ✓ Colaborar para la creación de nuevas políticas, planes de manejo o vigilancia del sitio
- ✓ Conducir monitoreo biológico en el corto y largo plazo



Tanto Birdlife como la Universidad de Wisconsin a través del Land Information and computers graphics facility están colaborando con Rare y los Socios Locales de Implementación para el desarrollo de actividades de monitoreo científico independiente en los sitios de campaña; permitiendo con ello la obtención de datos valiosos sobre el impacto de esquemas ARA a través de las campañas Pride

Socios financiadores

Cada cohorte está financiada por una mezcla de donantes, socios y fundaciones. Cada uno de ellos con un rol integral en la formación de la estrategia, en el resultado final de los objetivos y, por supuesto, en el éxito del programa.

Roles

- ✓ Proveen **financiación para la cohorte**
- ✓ Participar en el diseño de la Teoría de cambio
- ✓ Acercar a Rare con otros donantes potenciales para realizar un trabajo complementario en la **región y en el área de conservación específica**

"GEF (Global Environmental Facility) valora la oportunidad de tener a Rare y a sus socios locales, participando del proyecto, diseñado para la protección de las casi extintas especies en los Andes. Estamos también contentos pues nuestro apoyo de \$1.8 millones desencadenó otros fondos similares requeridos para que este proyecto de conservación tenga éxito"

– **Gustavo A. B. da Fonseca, Ph.D., Director de Recursos Naturales, Global Environment Facility**

SELECCIÓN DE SITIOS

Tras años de investigaciones científicas, conservacionistas han logrado identificar las áreas mundiales de mayor biodiversidad y los ecosistemas más amenazados. Rare selecciona para sus campañas Pride sitios dentro de estas áreas prioritarias (desde América Latina y el Caribe, a África e Indonesia, hasta Asia y las Islas del Pacífico).

Estas áreas contienen no sólo la mayor riqueza en biodiversidad, sino también las cifras más altas de población en el mundo- muchos viviendo por debajo de la línea de la pobreza-. Involucrar estos sitios en la creación y mantenimiento, de soluciones que sirvan tanto a su gente, como a la naturaleza que les rodea, es prioritario para Rare.

Cuando Rare integra una cohorte de campañas para reducir buscamos sitios ricos en biodiversidad, donde:

- Comportamiento humano local es una de las amenazas más importante al medio ambiente
- Existe un socio local y aliados adecuados para la implementación de la campaña
- Introducir alternativas sustentables es viable tanto técnica, como financieramente
- Obtención de resultados positivos en el sitio pueden fortalecer el aprendizaje e impacto a nivel de toda iola cohorte
- Las condiciones biogeográficas, sociales políticas y económicas son adecuadas para la implementación de temáticas específicas .



El programa de Rare para la protección de cuencas ha diseñado una serie de indicadores de factibilidad para la selección de sitios donde se desea desarrollar un Esquema de Arreglos Recíprocos por Agua. Dichos criterios puede revisarse en la página web de Rare en la sección -Cómo Postularse-

SITIOS SELECCIONADOS

COHORTE DE CAMPAÑAS PRIDE PARA ARREGLOS RECÍPROCOS POR AGUA

SOCIOS ESTRATÉGICOS



GLOBAL ENVIRONMENT FACILITY
INVESTING IN OUR PLANET



LEYENDA

- Sitio de campaña de Rare
- NOMBRE DE SOCIO LOCAL DE IMPLEMENTACIÓN**
- Cuenca Nombre de la cuenca
- pob. Población en el sitio
- ha Hectáreas protegidas
- ~ Cuenca
- Ciudad
- ★ Capital

SELECCIONAR COORDINADORES DE CAMPAÑA

PASO

5

¿QUIÉNES SON LOS COORDINADORES DE CAMPAÑA?

Cada Socio Local que implementa una campaña selecciona un miembro calificado de su equipo quien recibe el programa de entrenamiento y mentoría de Rare, a fin de liderar la ejecución de la Campaña Pride en su sitio respectivo. Este líder local se convierte en parte de la red mundial de los Coordinadores de Campaña de Rare. Cada año, más de 40 Coordinadores de Campaña de Rare son aceptados en el programa, los cuales son seleccionados dentro de cientos de aplicaciones.

Los coordinadores de campañas Pride

implementan estrategias de mercadotecnia dirigidas a varios segmentos de la comunidad para crear consciencia, y modificar actitudes y comportamientos. Los coordinadores de campaña planean, presupuestan, ejecutan o reclutan colaboradores para llevar a cabo actividades como afiches, canciones, mascotas, festivales, programas de radio, obras de teatro,

talleres demostrativos, concursos, giras de campo, entre muchas otras, con el fin de lograr los cambios de comportamientos deseados.

¿COMO SE TRANSMITEN LAS HERRAMIENTAS PRIDE AL RESTO DE LA ORGANIZACIÓN?

Las herramientas y el entrenamiento de Rare están diseñados para ser compartidos con el resto de los colegas de la organización socia local, con el fin de aumentar sus capacidades de trabajo comunitario y uso de herramientas de mercadotecnia social.

Los supervisores locales de Coordinadores de campaña son también invitados participar en diversos talleres realizados por Rare, e intercambios con otros socios de la cohorte para compartir estrategias regionales y conformar redes de aprendizaje.

Características de un buen Coordinador de Campaña

- ✓ Experiencia relevante de 4 a 5 años en proyectos de conservación y trabajo comunitario
- ✓ Empleados de tiempo completo de la organización socia local
- ✓ Respetado por la comunidad. Conocedor de la problemática y líderes locales.
- ✓ Habilidades de planeación, manejo de proyectos, toma de decisiones, resolución de conflictos
- ✓ Idealmente con Estudios universitarios y capacidad para desarrollar tareas académicas
- ✓ Bueno comunicador, capaz de hablar distintos -lenguajes- según su audiencia
- ✓ Alegre, creativo, proactivo, dinámico, entusiasmo por aprender
- ✓ Disponibilidad de dedicarse a tiempo completo por la duración de la campaña
- ✓ Comprometido, responsable, apasionado por contribuir a la conservación de su sitio

A la fecha más de 205 líderes conservacionistas se han desempeñado como Coordinadores de campaña Pride



María Ignacia
Nicaragua



Gildas Andriamalala
Madagascar



Elizabeth Cabrera
Paraguay



Jiamin Lang
China



Luis Sánchez
Panamá



Eddy Santoso
Indonesia



Jaime Millán
Colombia



Albino Parra
Mexico



Maritza Tovar
Perú

ASEGURAR FINANCIAMIENTO

¿CUÁNTO PUEDE COSTAR UNA COHORTE?

Una cohorte de 12 campañas tiene un costo promedio de \$3-4 millones de dólares a lo largo de 3 años desde su planeación hasta su implementación. Los costos de cada una varían de acuerdo a la región y al alcance del programa en cuestión.

¿CÓMO SON FINANCIADOS DICHS COSTOS?

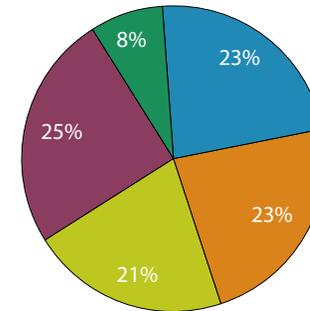
Cada cohorte es financiada por una mezcla de aportaciones de donantes, socios financiadores y diversas contribuciones en especie.

En general, las cohortes son financiadas por contribuciones que provienen de donantes individuales y subvenciones de fundaciones y/o gobiernos, así como también apoyos financieros o en especie de los socios locales en el sitio en cuestión.

Rare y sus socios llevan a cabo un gran esfuerzo de recolección de fondos, incluso antes de que la cohorte sea lanzada, además de continuar recabando fondos adicionales durante los dos años de vida de la campaña.

Estándar de costos para una cohorte

En general, los costos se dividen de la siguiente manera:



- Mentoría y acompañamiento en campo
- Entrenamiento universitario/ desarrollo curricular
- Implementación de campaña, evaluación y control de calidad
- Asistencia de expertos, alternativas para remoción de barreras, monitoreo
- Gastos administrativos

Crecimiento anual de Rare 2000-2010

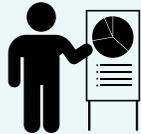
En el año 2000, Rare desarrolló seis Campañas Pride; para el año 2010 incrementó a 73.



IMPLEMENTACIÓN DE LA COHORTE

Línea del tiempo con las principales actividades que se llevan a cabo para implementar una Cohorte Pride

Inicio



Diseño de la cohorte

- ▶ Identificar casos destacados y herramientas exitosas en conservación para ser replicadas a través de la cohorte de Rare y su metodología Pride
- ▶ Diseñar una Teoría de Cambio para esbozar los pasos necesarios para replicar la fórmula en múltiples sitios. Determinar objetivos deseados y el rol de Pride para lograrlo
- ▶ Seleccionar los sitios a trabajar y socios locales para la implementación de cada campaña
- ▶ Seleccionar un Coordinador de Campaña talentoso de cada organización social local para recibir el programa de entrenamiento y liderar la campaña en campo
- ▶ Alinear a los diferentes socios en torno a un plan maestro de implementación y monitoreo, incluyendo resultados esperados para cada etapa del desarrollo de la cohorte

Año 1



Entrenamiento y planeación local

- ▶ Coordinadores de campaña atienden la primera de tres sesiones de entrenamiento en la Universidad (9 semanas)
- ▶ Coordinadores de campaña regresan a su sitio, llevan a cabo encuestas en la comunidad, recolectan información de diversa índole e involucran a actores clave en la planeación del cambio
- ▶ Socios locales responden a las preguntas: ¿cuáles son las barreras para el cambio?, y ¿cómo removeremos esas barreras?
- ▶ Diseño de estrategias para remover barreras y proveer alternativas – técnicas, económicas, tecnológicas etc
- ▶ Interés crece conforme los líderes locales y las personas con influencia local identifican necesidades y estrategias para el cambio
- ▶ Después de alrededor de 26 semanas de planeación Coordinadores de campaña regresan a la Universidad para una segunda sesión de entrenamiento (5 semanas) para refinar su Plan de Proyecto y fortalecer capacidades que requerirán en su implementación

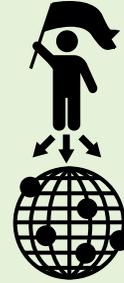
Año 2



Implementación en campo

- ▶ Se desarrolla una red local de voluntarios y colaboradores que ayuden con la implementación en cada sitio
- ▶ Se diseñan y ejecutan más de 30 actividades de mercadotecnia social a través de las cuales se proveen las apacidades técnicas, herramientas, motivación e incentivos para hacer posible el cambio en las comunidades
- ▶ Nuevas normas sociales comienzan a crearse al interior de la comunidad en favor de mejores prácticas.
- ▶ Personal de Rare brinda tutoría y acompañamiento intensivo los 7 días de la semana a lo largo de toda la implementación, a través de visitas de monitoreo, teleconferencias, correos, entre otros.
- ▶ Se llevan a cabo encuestas y diversas mediciones hacia el final de la etapa de implementación para valorar, tanto el cambio social, como el cambio en el medio ambiente
- ▶ Coordinadores de campaña regresan a la universidad para una tercera y última fase (3 semanas) para analizar, compartir y celebrar los resultados. Así como para esbozar un plan de seguimiento a largo plazo

Año 3+



Impacto sostenible

- ▶ Coordinadores de campaña se unen a la Red Global de Ex Alumnos de Rare (la mayoría permanece en el sitio para continuar su trabajo de cambio de comportamiento y/o lanzar nuevas campañas)
- ▶ Socios locales son elegibles de aplicar para fondos del seguimiento para sus campañas
- ▶ Todos los socios de la cohorte documentan su aprendizaje y sus mejores prácticas; construyen una caja de herramientas para replicar el éxito
- ▶ Los socios de la cohorte desarrolla una red de casos pilotos exitosos para incrementar el apoyo de políticas nacionales y financiación para el seguimiento de sus esfuerzos
- ▶ Impactos positivos ayudan a expandir nuevas prácticas a las comunidades vecinas, incrementan la demanda y el financiamiento para las nuevas cohortes
- ▶ Se buscan alianzas con socios para procurar el seguimiento de las actividades y el monitoreo de avances en el medio y largo plazo

MEDICIÓN DE IMPACTOS

¿CÓMO RARE Y SUS SOCIOS MIDEN LOS IMPACTOS?

Rare desarrolla un plan de monitoreo para calcular el impacto en cada paso de la Teoría del Cambio. Rare cuenta con diversas herramientas para dar seguimiento a los cambios en los conocimientos, las actitudes y los comportamientos de las audiencias meta de cada campaña.

Rare depende de los socios locales de implementación o de los técnicos expertos para dar seguimiento a los cambios positivos en la conservación o grado de amenaza de las especies y sus hábitats, lo que comúnmente requiere un monitoreo a largo plazo. Rare en conjunto con los socios participantes elabora objetivos para los cambios sociales y biológicos en las primeras etapas de la planeación de las campañas y desarrolla el plan de monitoreo correspondiente.

Rare también da seguimiento a las capacidades desarrolladas a nivel local- a través del entrenamiento, tutoría y experiencia en campo de la campaña- así como también al grado de uso de la metodología Pride los ex alumnos o ex Coordinadores de campaña.

En el año 2010, Rare completó 26 campañas Pride en más de 10 países. Resultados generales:



*incremento respecto porcentajes iniciales-

“Los mercadólogos han llegado a confiar en las cifras de cambio que están entre el 0.5% y el 1%, y saben que la suerte de las organizaciones puede ser rápidamente alterada cuando los resultados son de bajos dígitos. ¡El hecho de que Rare cree rutinariamente, con recursos limitados, cambios con resultados de dos dígitos es increíble!- Mark DiMassimo, Presidente y Director Creativo, DIGO, agencia prestigiada de mercadotecnia en Nueva York.

DAR SOPORTE A A ESFUERZOS DE SEGUIMIENTO

PASO

9

Programa de Ex-alumnos Pride para la red global de agentes de cambio locales



Fondos de Seguimiento

Cada año Rare premia con fondos competitivos a ex alumnos que tienen propuestas sólidas de seguimiento o expansión de sus campañas Pride para llegar a nuevas audiencias.

De la misma manera el programa de Exalumnos apoya esfuerzos de aplicación de fondos de seguimiento ante otras entidades. El programa de entrenamiento de Rare fortalece capacidades de preparación de propuestas y presentación de aplicaciones que les permitan acceder a diversas fuentes de recursos y esquemas de colaboración de manera que sus esfuerzos de conservación pueda continuar sumando cada vez más aliados.

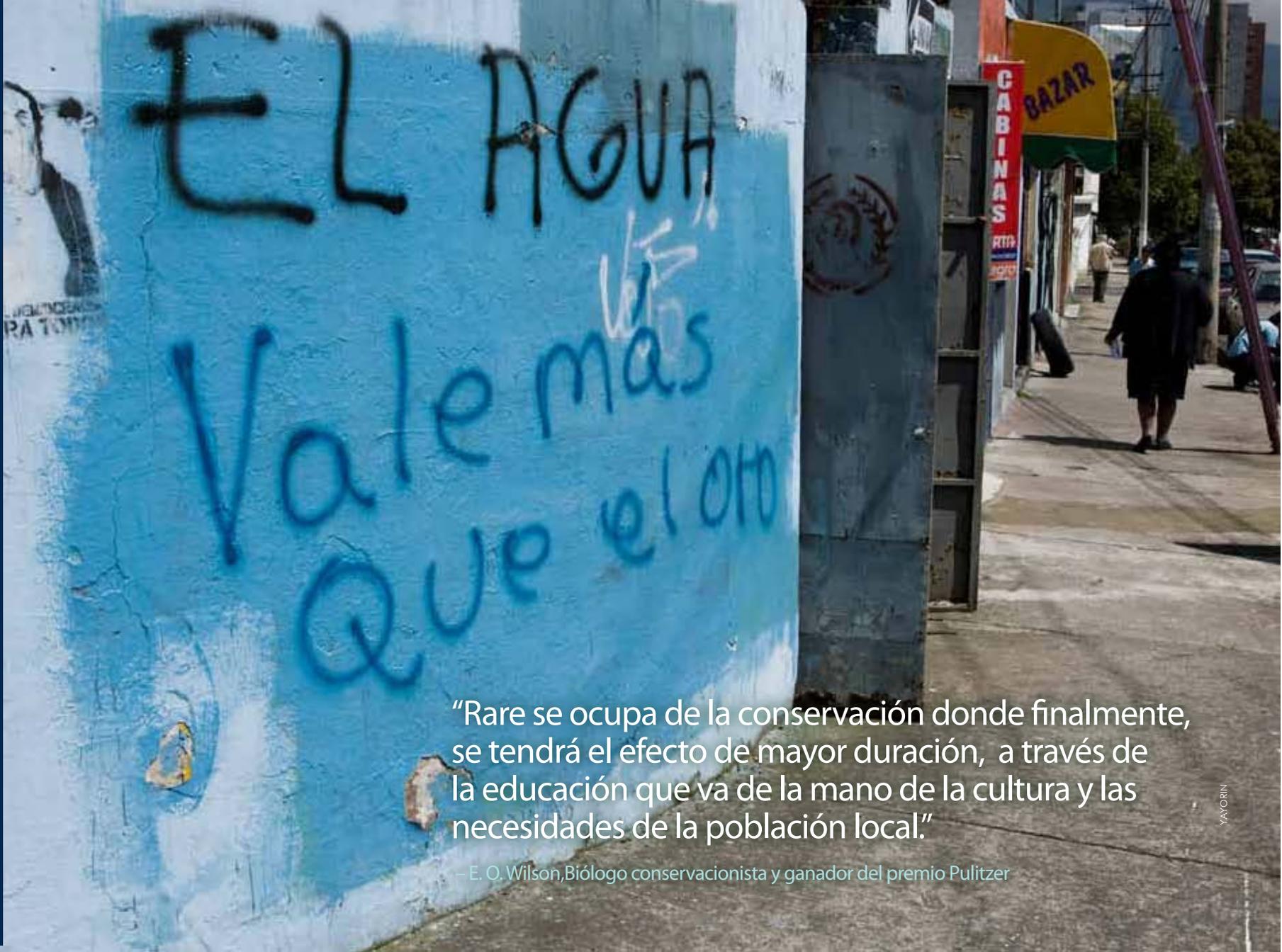
Proveer herramientas y habilidades transferibles

La mayoría de los socios locales, nacionales e internacionales de Rare reportan que la capacidad construida y los resultados alcanzados a través de las Campañas Pride, también crean un cambio sistemático dentro de la organización. A raíz de la campaña para Arreglos recíprocos por agua lanzada por Naturalez ay Cultura Internacional en la microcuenca de Chinchipe, Ecuador, a manos de Luis Jaramillo como su Coordinador de campaña, la organización local con apoyo de una voluntaria de Peace Corps decidió comenzar a replicar la metodología en el área a través de una mini campaña para la reducción de desechos sólidos en las márgenes del río Bombuscaro. Luis Jaramillo, actual coordinador de la campaña ARA ha servido de inspiración y mentor para la voluntaria de Peace Corp con quien ha compartido su enseñanza sobre la metodología Pride y su aplicación en campo.

Comunidad de aprendizaje en línea

Coordinadores de Campaña y el equipo de las organizaciones socias, así como los ex alumnos alrededor del mundo, utilizan www.rareplanet.org. donde reciben retroalimentación sobre sus actividades de campaña en tiempo real, comparten retos y soluciones, se relacionan con expertos en diversos temas, se unen a foros y promueven su trabajo a una audiencia global.

Adicional, comunidades de aprendizaje sobre temas específicos- como manejo de pesquerías o arreglos recíprocos para cuencas- están comenzando a formarse en el sitio, ofreciendo a cualquier interesado la oportunidad de participar y aprender de los nuevos enfoques que están siendo probados y refinados en las comunidades.



“Rare se ocupa de la conservación donde finalmente, se tendrá el efecto de mayor duración, a través de la educación que va de la mano de la cultura y las necesidades de la población local.”

– E. O. Wilson, Biólogo conservacionista y ganador del premio Pulitzer