



PROYECTO PARA EL SISTEMA ARRECIFAL MESOAMERICANO (SAM)

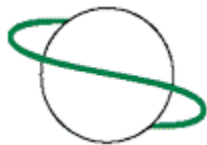


ESTRATEGIA REGIONAL DE CONCIERTIZACION AMBIENTAL

(Revisado para Publicación en la Web)



Abril 2003



Unidad Coordinadora del Proyecto
Coastal Resources Multi-Complex Building
Princess Margaret Drive
P.O. Box 93
Ciudad Belice, Belice
Tel: (501) 223-3895; 223-4561
Fax: (501) 223-4513
Correo electrónico: mbrs@btl.net
Sitio Web: <http://www.mbrs.org.bz>

**PROYECTO PARA LA CONSERVACION Y USO SOSTENIBLE
DEL
SISTEMA ARRECIFAL MESOAMERICANO
(SAM)**

Belice – Guatemala – Honduras – México



**ESTRATEGIA REGIONAL
DE
CONCIENTIZACION AMBIENTAL**

**Proyecto para el Sistema Arrecifal Mesoamericano
Unidad Coordinadora del Proyecto
Coastal Resources Multi-complex Building
Princess Margaret Drive
Ciudad Belice
Belice**

Abril 2003

LISTA DE ACRONIMOS

AMP	Area Marina Protegida
AMPT	Area Marina Protegida Transfronteriza
BELPO	Belize Environmental Law and Policies
BEMAMCCOR	Alianza de Belice-México para el Manejo de Recursos Costeros
CBM	Proyecto del Corredor Biológico Mesoamericano
CCAD	Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo
CICESE	Centro Internacional
CECON	Centro de Estudios para la conservación Nacional
CINVESTAV	Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN
CURLA	Centro Universitario Regional del Litoral Atlántico
ECOSUR	El Colegio de la Frontera Sur
ENP	Empresa Nacional Portuaria
FLACSO	fundación Latino Americana de Ciencias Sociales
FODA	Metodología de Análisis (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
FUNDAECO	Fundación para el Desarrollo y la Ecología
FUNDARY	Fundación Mario Dary
FUNDEMUN	Fundación de Desarrollo Municipal
GEF	Global Environmental Facilities
INADES	Instituto Nacional de Desarrollo
MARN	Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
MBRS	Mesoamerican Barrier Reefs Systems Project
ODECO	Organización de Desarrollo Comunitario
OIT	Organización Internacional de Trabajo
ONECA	Organización Negra Centroamericana
PACT	Protected Areas Conservation Trust
PNUMA	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
PROARCA	Proyecto Ambiental Regional para Centroamérica
PROLANSATE	Fundación para la Protección de Lancetilla, Punta Sal y Texusigua
REHDES	Red Ecológica Hondureña para el Desarrollo
SAM	Proyecto para el Sistema Arrecifal Mesoamericano
SEDUMA	Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SERNA	Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente
SEyCQROO	Secretaría de Educación y Cultura de Quintana Roo
SICA	Sistema de Integración Centroamericana
TIDE	Toledo Institute for Development and Environment
TNC	Programa para la Conservación de la Naturaleza (The Nature Conservancy)

TRIGOH	Alianza Tri-nacional del Golfo de Honduras
UB	Universidad de Belice
UGA	Unidad de Gestión Ambiental
UICN	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
UMA	Unidad de Manejo Ambiental
UNAH	Universidad Nacional Autónoma de Honduras
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
UNIPESCA	Unidad de Pesca
UQROO	Universidad de Quintana Roo
USAID	Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional (The United States Agency for International Development)

PRESENTACION

Para la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo, a través de la Oficina de Coordinación del Proyecto para el Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM) es muy grato presentar la “Estrategia Regional de Concientización Ambiental del SAM”.

La misma, es un análisis crítico de la situación socio-ambiental marino costera de la región mesoamericana, establecido a través de un proceso participativo con los actores claves de la mancomunidad, así como la propuesta de varias campañas ambientales y algunas actividades complementarias.

La Estrategia Regional de Concientización Ambiental se presenta como una guía útil para aquellas alcaldías, instituciones del SAM, proyectos, programas, organizaciones no gubernamentales y grupos de base en los cuatro países miembros, que deseen sumar sus esfuerzos en la construcción de una sociedad conciente y motivada a la participación.

Indudablemente, de ésta forma se estará contribuyendo, a la solución integral de la compleja problemática que amenaza al Sistema Arrecifal Mesoamericano y sus ecosistemas asociados.

Confiamos que el documento, además de promover un cambio sustantivo en la visión y conducta de los usuarios del SAM, permita orientar esfuerzos, enriquecer otras estrategias similares y pueda servir para encontrar elementos sinérgicos claros entre los interesados, para su inmediata coordinación.

Noel D. Jacobs
Coordinador Regional
Proyecto SAM

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE ACRONIMOS	i
PRESENTACION	iii
AGRADECIMIENTO	vi
PROLOGO	vii
RESUMEN EJECUTIVO: Aspectos Determinantes y Elementos Significativos de la Estrategia	viii
1. INTRODUCCION	1
2. MARCO ESTRATEGICO	2
2.1 Misión	2
2.2 Visión	2
3. OBJETIVOS	2
4. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO	2
5. ANALISIS SOCIOAMBIENTAL CONTEXTUAL DE LOS PAISES MIEMBROS	4
6. PRIORIZACION DE PROBLEMAS COMUNES	7
6.1 Contexto Ecológico	7
6.2 Contexto Socioeconómico	8
6.3 Comunidades Culturalmente Diferenciadas	8
6.4 Consideraciones Generales	9
7. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE CONCIENTIZACION	10
7.1 Elección del sitio óptimo para la implementación inicial de las campañas	11
8. DESGLOSE DE LAS CAMPANAS	11
9. DESARROLLO ESPECIFICO DE LAS CAMPANAS	13
9.1 Priorización de las Campañas	13
10. CONDICIONES NECESARIAS PARA EL EXITO DE LA ESTRATEGIA	38
10.1 Implementación	38
10.2 Especies Bandera	39
11. CALENDARIZACION	40
11.1 Cronograma de las acciones de la estrategia	40

11.2	Descripción de las actividades contenidas en el Cronograma	41
12.	INDICADORES DE EFECTIVIDAD DE LA ESTRATEGIA	44
12.1	Proceso para la elaboración de los Indicadores	45
12.2	Tópicos del Monitoreo	46
13.	BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	52
14.	ANEXOS	52
ANEXO 1.	HOJA SINTESIS (MATRIZ)	53
ANEXO 2.	LISTADO DE CONTACTOS INTERNACIONALES	54

AGRADECIMIENTO

El presente documento de Estrategia se llevó a cabo gracias a la colaboración de los países ejecutores del Proyecto SAM (Belize, Guatemala, Honduras y México), quienes aportaron a través de sus instituciones, recursos sustanciales a lo largo del proceso de consolidación de la Estrategia.

Un especial agradecimiento a las alcaldías costeras de la región, por haber facilitado recursos humanos y materiales, sin los cuales hubiese sido imposible cumplir con las tareas propuestas. En especial las alcaldías de Corozal, Chetumal, Puerto Cortés, Tela, Omoa y Puerto Barrios.

También han colaborado con datos e información técnica, otras instituciones, en los países involucrados, tales como; BELPO y TIDE en Belize; FUNDAECO y FUNDARY en Guatemala; DiBio, PROLANSTATE y la UNAH en Honduras; BEMAMCCOR, ECOSUR, Universidad de Quintana Roo y Amigos del Santuario del Manatí en México.

Deseamos reconocer la participación que han tenido en este trabajo la Dra. Maria Eugenia Andara, algunos actores claves y líderes comunitarios a quienes se les agradece sus aportes. Igualmente, se extienden los agradecimientos a Erick Fernández, Humberto Bahena Suárez, Héctor Ventura y Francisco Salazar por la cortesía de compartir algunas de las fotografías de esta publicación.

Revisión y Adaptación del Documento

Demetrio Martínez	Sociólogo y Oficial de Comunicaciones del SAM
Héctor Carlos Gamboa	Academia de Ecología y Manejo de Recursos Naturales de la UQROO
Héctor Ventura	Academia de Ecología y Manejo de Recursos Naturales de la UQROO
Lidia Serralta	Catedrática de Biología y Encargada de Estrategias Organizativas de la UQROO
Oscar Lara	Especialista en Recursos Naturales del SAM
Marydelene Vásquez	Especialista en Sistemas de Información del SAM
Noel D. Jacobs	Director Regional del Proyecto para el SAM
Patricia Almada Villela	Especialista en Monitoreo Ambiental del SAM
Ricardo Briceño Millán	Especialista en Sistemas Comerciales, Academia de Ecología y Manejo de Recursos Naturales

Edición del Documento

Equipo del Proyecto para el SAM

PROLOGO

Actualmente se reconoce que dentro del Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM) uno de los principales orígenes de la problemática ambiental en la región marino-costero de los países que lo conforman (Honduras, Guatemala, Belice y México), es la falta de conciencia.

La falta de reconocimiento de la importancia de los recursos ambientales y la necesidad de su conservación, así como el no reconocer las interacciones dinámicas entre los diferentes usuarios y los ecosistemas, ha determinado como un requerimiento indispensable para solventar esta problemática, el establecimiento de una Estrategia de Concientización Ambiental.

La Estrategia deberá ser concebida como una propuesta de conceptos y acciones coordinadas que nos permitan alcanzar el reconocimiento de las formas, límites y mecanismos de aprovechamiento de los recursos existentes, así como la posibilidad de desarrollar procedimientos para aminorar los actuales impactos negativos.

Como consecuencia, se prevé permitir a nuestras generaciones futuras hacer uso de ellos en las mismas o mejores condiciones de las que encontramos hoy día.

Las actividades que actualmente se encuentran instrumentando esta Iniciativa del SAM en la región, son representativas de las prioridades identificadas y ratificadas por los cuatro países miembros. Estas acciones están distribuidas a través de cuatro componentes del Proyecto: Areas Marinas Protegidas, Sistemas de Información Ambiental Regional, Uso Sostenible del SAM, Concientización Pública y Educación Ambiental.

Un elemento común a los Componentes mencionados anteriormente son las actividades orientadas al fomento de la conciencia socioambiental.

Con el fin de sistematizar y coordinar estos esfuerzos, el SAM a través del presente documento, propone la instrumentación de una **Estrategia Regional de Concientización Ambiental** que promueva un cambio sustantivo en la visión y conducta respecto al uso de los recursos naturales. Esta estrategia difundirá el reconocimiento social, del valor y la necesidad de conservación de los recursos disponibles en la región del SAM.

Los contenidos aquí descritos, representan parte de la visión de la Unidad de Coordinación Regional del Proyecto, acerca de las acciones por las que se puede lograr la misión de la estrategia. Sin embargo, serán las posibilidades institucionales de los países socios, las que complementen el número, magnitud y prioridad, de la instrumentación de las acciones consideradas. En este sentido, uno de los elementos que ha caracterizado a las acciones desarrolladas por los países integrantes del SAM es el alto nivel de integración existente entre éstos, por lo que se considera como factor fundamental para el éxito y el desarrollo de acciones coordinadas entre las instituciones al interior y exterior de cada País Miembro.

RESUMEN EJECUTIVO

Aspectos Determinantes y Elementos Significativos de la Estrategia.

La presente Estrategia de Concientización Ambiental, parte de un reconocimiento del valor de los recursos con que cuenta la región denominada Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM) y de un análisis de las condiciones ecológicas, socioeconómicas y culturales; entrevistas con actores clave y priorización de problemáticas de las regiones transfronterizas, a través de un ejercicio FODA, en los 4 países involucrados (México, Belice, Honduras y Guatemala).

La estrategia, busca promover un cambio sustantivo en la visión y conducta de los usuarios del recurso, a través del reconocimiento social del valor y la necesidad de conservación de los recursos disponibles en la región del SAM, para la mejora de la calidad de vida de sus residentes y el mantenimiento de la base futura de los recursos marino-costeros y la promoción de la acción regional mediante la inducción social hacia un movimiento de participación regional en el manejo de la problemática ambiental.

La Estrategia de Concientización Ambiental, se plantea como un complemento a la Estrategia de Comunicación del Corredor Biológico Mesoamericano (CBM), con la que comparte numerosos aspectos de implementación a través de objetivos y metas comunes, aunque diferentes en lo geográfico.

Para el planteamiento de la estrategia, se considero el concepto de manejo holístico de los recursos naturales de la zona. En el documento completo se presentan a detalle los 4 pasos que se siguieron para llegar a ésta. Así también se menciona el listado de la población meta elegida para llevar a cabo las campañas de concientización ambiental, siendo los sectores que se mencionan a continuación: comunidades, turistas, gobierno, industriales, público en general y comunicadores.

La metodología empleada para realizar esta estrategia se baso en la planeación estratégica, en este sentido se menciona en el documento la misión y la visión de la misma.

Los objetivos de la Estrategia de Concientización Ambiental son:

- Establecer una estrategia de concientización que contribuya a lograr un cambio de actitud entre los pobladores de la región del SAM, lo cual les permita enfrentar su problemática económica, cultural y alimenticia de una manera compatible con las capacidades ambientales.
- Diseñar campañas utilizando diversos medios de comunicación, para alcanzar el mayor número posible de usuarios de la región del SAM, con el fin de informarles acerca de la fragilidad del ecosistema costero-marino, así como de las ventajas y beneficios de mejorar las técnicas para su aprovechamiento y conservación.

En términos generales, la temática que se aborda en las campañas de concientización esta planteada desde dos ópticas: el ecológico (valor de uso y conservación del sistema arrecifal) y el respeto a la diversidad cultural.

Los esfuerzos de las campañas de concientización toman en cuenta lo siguiente:

- Inducen a actividades, que orienten acciones hacia la conservación de la salud en los ecosistemas prioritarios del SAM, principalmente para evitar y en algunos de los casos, controlar la contaminación y el deterioro.
- Promueven la pesca apropiada, respeto a la legislación y evitar la sobrepesca.
- Incentivan el turismo sostenible y sus beneficios a las comunidades locales.

- Promueven el valor ecológico y económico de los productos certificados, a través de las experiencias exitosas en otras regiones.
- Promueven el valor de los beneficios derivados de la existencia y manejo de áreas protegidas en el SAM

Las campañas de concientización se desarrollarán en toda la región del SAM pero específicamente en sus dos zonas transfronterizas de gran importancia, como son: Bahía de Chetumal/Corozal y Golfo de Honduras, identificadas éstas como determinantes y críticas para implementar en ellas acciones de desarrollo sostenible; así mismo se reconoce también de gran importancia el papel que juegan las comunidades culturalmente diferenciadas.

Las experiencias alcanzadas en las zonas iniciales, permitirán establecer la planeación y nueva estrategia para el incremento del área de acción de las campañas a través de su reproducción en aquellos aspectos exitosos.

En el documento completo, se desglosan las campañas en donde se menciona la población meta, actividades a desarrollar e información a diseminar, tiempo propicio para la diseminación y canales propuestos para hacer llegar la información.

Así mismo se cuenta con información a manera de catálogo que contiene la siguiente dinámica: nombre de la campaña, estrategia a utilizar, población meta, actividad a desarrollar, información a diseminar, lenguaje, idioma, período óptimo para desarrollarla, consideraciones especiales, comentarios y modo de distribución.

Para el éxito de las campañas será necesario contar con las condiciones idóneas para su implementación. Se sugiere que la estrategia considere también actividades educativas que grafiquen y dramaticen la problemática marino-costero, cuyo lenguaje sea coloquial y muy claro, de tal forma que tenga una asimilación directa en las Poblaciones Meta.

El éxito de la Estrategia de Concientización para el SAM dependerá de que el Proyecto mantenga bien informado al público, organizaciones no gubernamentales, comunidad científica, educativa e industrial, con la información de las diversas campañas. Asimismo es muy favorable propiciar la participación de otros grupos: Clubes deportivos locales, asociaciones de pescadores, asociaciones de mujeres, ONG's, empresarios turísticos, políticos locales y nacionales así como personalidades con buen crédito público.

El propósito de las acciones antes descritas consiste en mantener un estrecho vínculo de comunicación con la sociedad respecto a los beneficios y metas futuras dentro del desarrollo de la estrategia.

En la propuesta de la estrategia se presenta además una calendarización anual, que a su vez esta subdividida por trimestres, que son los tiempos en que deben implementarse las acciones de la Estrategia de Concientización Ambiental.

La evaluación y el seguimiento de la Estrategia de Concientización del SAM requieren la elaboración de un sistema de indicadores (compuestos) que permitan agrupar los aspectos cualitativos y cuantitativos propios de la estrategia. En ese sentido se presentan las herramientas para medir la estrategia y éstas pueden ser innovadas por los miembros de los grupos de trabajo y otros socios estratégicos que implementen la estrategia en las regiones del SAM, seleccionando aquellas que sean más adecuadas a las condiciones socioculturales de cada país.

Al final del documento, se presentan los índices e indicadores en los que deberán basarse las acciones de seguimiento.

I. INTRODUCCION

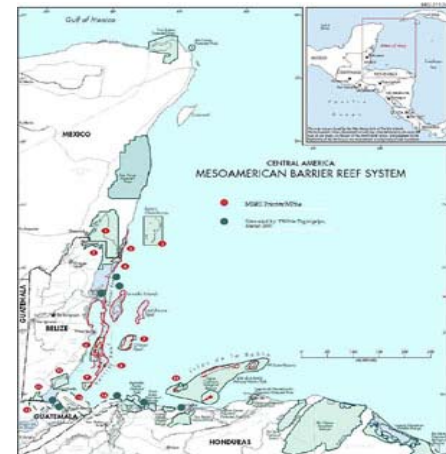
La vida en tierra firme depende del equilibrio de los océanos, los cuales cubren más del 70% de la superficie del planeta, estos desempeñan un papel importante en la manutención de los sistemas de sustento de la vida. Debemos reconocer que los sistemas marino costeros son fuentes de empleo, transporte, energía, turismo, recreación y proteínas, a través de los alimentos que produce, y que sus ecosistemas asociados permiten otras actividades económicas, sociales y culturales que enriquecen la diversidad cultural de la región.

Resulta evidente entonces la gran importancia del Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM), el cual en su conjunto posee una rica diversidad de especies costero marinas de gran valor comercial, las cuales representan fuentes de trabajo e ingreso económico para casi un millón de personas que viven directamente dentro del área de influencia. (Silva, 2000)

Sin embargo, es necesario reconocer que la región costera del SAM es también receptora de desechos urbanos, agrícolas e industriales, por medio de emisiones de aguas negras, derrames de hidrocarburos, sedimentación, aguas contaminadas de ríos y hasta partículas y moléculas atmosféricas.

En las últimas décadas, el crecimiento de la economía mundial y la acumulación de desechos han puesto extrema presión sobre la capacidad de los océanos de absorber dichos desechos; capacidad que anteriormente se consideraba ilimitada. A todo esto se suma el hecho que algunas poblaciones consumen los recursos a un ritmo tal, que probablemente poco será lo que reciban las generaciones futuras.

El Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM) es la segunda barrera arrecifal coralina más grande del mundo, se extiende desde la Isla Contoy al norte de la Península de Yucatán, México hasta las Islas de la Bahía en Honduras; incluyendo dentro de ésta, la zona marino-costera continua de cuatro países: Belice, Guatemala, Honduras y México. En esta zona resulta muy importante resaltar el elevado valor estratégico de sus recursos naturales, socioeconómicos y culturales los cuales debido a los indicios presentes de sobreexplotación y mal uso demandan de manera imprescindible estar sujetos a un manejo apropiado orientado hacia su uso sostenible. Con este fin y dándole seguimiento a la declaración de Tulum en 1997, es que nace el Proyecto para el SAM.



Mapa Regional del SAM

Esta iniciativa agrupa esfuerzos regionales con el objetivo global de promover la protección de este sistema ecológico de relevancia mundial, unificando, fortaleciendo y coordinando los esfuerzos de los países integrantes, enfocándolos hacia la conservación y el desarrollo sostenible en el ámbito regional.

El Proyecto SAM, está siendo desarrollado por los cuatro países participantes en forma local y regional a través de la Unidad Coordinadora del Proyecto dependiente de la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) implementada por el Banco Mundial, a través de financiamiento del Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF).

El Proyecto SAM promueve acciones orientadas hacia al manejo de Areas Marinas Protegidas (AMP), humedales, lagunas, y cuencas estratégicas; el uso sostenible de las pesquerías; y el turismo apropiado, involucrando para esto, a las comunidades locales en las actividades de gestión, planificación y manejo. Se requiere entonces la instrumentación de una amplia Estrategia de Concientización Ambiental que denote las ventajas y beneficios de la adopción de

las acciones que desarrolla el Proyecto para Sistema Arrecifal Mesoamericano. Por lo tanto, la presente estrategia busca promover un cambio sustantivo en la visión y conducta respecto al uso de los recursos naturales, a través del reconocimiento social del valor y la necesidad de conservación de los recursos disponibles en la región del SAM. Se entiende como efecto adicional a este proceso, la mejoría en la calidad de vida de sus residentes y el mantenimiento de la base futura de los recursos marino-costeros y la promoción de la acción regional mediante la inducción social hacia un Movimiento de Participación Regional en el manejo de la problemática ambiental.

Con base en lo anterior la Estrategia Regional de Concientización Ambiental constituye una plataforma de acción para el manejo socio - ambiental de los recursos costero marinos, entre los países involucrados en el SAM, (pesquerías, monitoreo ambiental, establecimiento de áreas protegidas, turismo y aprovechamiento en zonas transfronterizas entre otras) permitiendo al mismo tiempo una promoción del Proyecto y sus objetivos.

2. MARCO ESTRATEGICO

2.1 Misión

Divulgar en forma extensiva y profunda el valor y la necesidad de la conservación de los recursos de la región del SAM, con el objetivo de alcanzar mejores condiciones en la calidad de vida de los residentes, garantizando así la disponibilidad futura de los recursos e induciendo la activa participación social regional.

2.2 Visión

Alcanzar, por parte de los grupos sociales, el conocimiento, asimilación y adopción de los beneficios y ventajas derivados de la implementación de ésta estrategia como iniciativa del SAM en la región.

3. OBJETIVOS

Establecer la estrategia de concientización que contribuya a lograr un cambio de actitud entre los pobladores de la región del SAM, lo que les permita enfrentar su problemática económica, cultural y alimenticia de una manera compatible con las capacidades ambientales locales.

Diseñar campañas utilizando diversos medios de comunicación, para alcanzar el mayor número posible de usuarios de la región del SAM, con el fin de informarles acerca de la fragilidad del ecosistema costero-marino, así como de las ventajas y beneficios de mejorar las técnicas para su aprovechamiento y conservación.

4. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO

El análisis de la información contextual a la región sobre los diversos aspectos ambientales, culturales y socio-económicos relevantes y posteriormente el planteamiento y desarrollo de una estrategia de concientización se basa en el manejo holístico de los recursos disponibles en la zona.

El concepto del manejo holístico (Holistic Management) considera que la problemática en el uso de los recursos debe de realizarse a partir del reconocimiento y visión del todo (ambiente), y desde éste, abordar las diferentes alternativas de solución que permite el conocimiento

científico. Este procedimiento se logra a través de: a) el análisis y determinación de la matriz ambiental de una región, es decir, la parte del ambiente (a partir del todo), que es susceptible y posible (por parte de los residentes) de ser manejado; b) la definición a partir de ésta matriz ambiental, de qué requieren los usuarios para satisfacer sus necesidades u objetivos de desarrollo, y finalmente ya con los planteamientos anteriores, c) establecer, qué de todo el conocimiento científico disponible resulta apropiado para alcanzar las metas de desarrollo planteadas. En síntesis, la estrategia para responder apropiadamente a las necesidades de desarrollo de una región en contexto de sus recursos disponibles, consiste en el reconocimiento del ambiente como una entidad compleja y dinámica, y que a partir de los aspectos determinantes, críticos o significativos de ésta, es posible establecer cual de las numerosas disciplinas científicas disponibles se requiere para su manejo continuo y exitoso (Savory, 1999).

Con base en este marco conceptual, es que se establece el procedimiento para definir la estrategia propuesta y las diversas campañas de concientización que la componen.

La estrategia en su conjunto se establece mediante los siguientes pasos metodológicos:

1. Definición de la misión, visión y objetivos de la estrategia y campañas específicas.
2. Análisis contextual de la situación en los países integrantes del SAM respecto a sus condiciones ambientales, socioeconómicas-productivas y culturales.

En esta etapa se definen mediante un ejercicio FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y la revisión de la literatura actualizada, las principales características de los cuatro países integrantes, con base en la problemática de la conservación de sus recursos costeros marinos. Esta etapa nos permite establecer una Línea Base de Información suministro, indispensable para formular la Estrategia de Concientización.

3. Considerando la problemática, necesidades, posibilidades y capacidades con respecto a los recursos locales y regionales de los países integrantes del SAM se diseña la estrategia general y sus campañas derivadas. Con la meta de alcanzar la participación y movimiento social de la región a favor del reconocimiento de los beneficios y ventajas en la mejora de la calidad de vida y el mantenimiento de los recursos, producto de la implementación de la Iniciativa del SAM.
4. La Estrategia resultante debe de ser amplia, flexible, inclusiva y multiétnica; ponderando favorablemente los métodos pasivos, extensivos y de amplia penetración hacia las poblaciones metas claramente identificadas mediante el previo análisis de la situación contextual en los países integrantes.

5. ANALISIS SOCIOAMBIENTAL CONTEXTUAL DE LOS PAISES MIEMBROS

En la elaboración de las siguientes tablas “Situación Contextual por País Miembro del SAM” se concentra la problemática actual de los países ubicados en la región del SAM. Se tomaron datos bibliográficos y entrevistas, que se conjuntaron con la opinión de expertos en la elaboración de cuadros “FODA” (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, (Tablas I-IV). Posteriormente, los problemas comunes se analizaron, priorizándolos de acuerdo a la importancia de los efectos para la realidad de las regiones y su frecuencia de ocurrencia. Al final, se describen las problemáticas con base en tres ejes: ecológico, socio-económico y cultural.

Situación Contextual por País Participante

Cuadro 1. SINTESIS DEL ANALISIS FODA BELICE

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
La existencia de espacios naturales de alta biodiversidad.	Existencia de una cultura arrecifal en la Población	Poca planificación del desarrollo ambiental en algunos niveles del gobierno	Alta contaminación por aguas negras, hidrocarburos y plaguicidas.
Captación de divisas a través del turismo local e internacional.	Existencia del Plan Integral de Manejo Costero	Falta de recursos para efectuar el monitoreo ambiental	Pesca indiscriminada por pescadores extranjeros.
Coordinación de esfuerzos entre Gobierno y las ONG's ambientales de la zona.	Operatividad de las oficinas técnicas sobre estudios y preservación del manatí y las tortugas marinas	Legislación de Pesca, no actualizada	Crecimiento urbano desordenado
Apoyo a las actividades ambientales por parte de cooperativas pesqueras.	Apoyo al fortalecimiento institucional por parte del SAM, WWF, TNC y otros programas	Falta de armonización política	Susceptibilidad a fenómenos naturales.
Capacidad técnica y profesional de los miembros de las organizaciones		Inapropiado desarrollo industrial y uso del suelo	Conflictos limítrofes entre países vecinos
		Inapropiado manejo de puertos y prácticas de navegación de barcos	Cambio de tendencia de la cooperación internacional

Cuadro 2. SINTESIS DEL ANALISIS FODA GUATEMALA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
La existencia de Recursos naturales, institucionales y Humanos en la zona	Poca extensión geográfica de la zona marino costera	Precarias condiciones de vida	Conflictos limítrofes entre países vecinos
Ideales y objetivos comunes entre Gobierno y las ONGS ambientales de la Zona.	Existencia de un Plan de Contingencia Portuaria	Falta de recursos materiales para el monitoreo, comunicación y coordinación	Trafico de fauna exótica nativa hacia el exterior.
Intercambio de experiencias internacionales entre grupos civiles de apoyo	Recientes tecnologías aplicadas a los puertos	Legislación de Pesca vigente está desactualizada	Crecimiento urbano desordenado
Capacidad técnica y profesional de los miembros de las organizaciones	Mayores posibilidades de incidencia política a través de redes e individualmente (usando cabildeos) aprovechando seminarios anuales	Poca confianza y solidaridad entre los miembros de ONG's ambientalistas	Variación de las políticas interinstitucionales que trabajan en la zona costera.
La existencia de cooperantes internacionales	Existencia de una Red de Organizaciones como una nueva forma organizativa para afrontar los retos de la globalización y vulnerabilidad ambiental, política, socio-económica y cultural.	Conducta social violenta y de adicciones por parte de la población	Tratados bilaterales y multilaterales no ratificados
	Apoyo al fortalecimiento institucional por parte del SAM y otros programas	Escasa apropiación del SAM por parte de la población	

Cuadro 3. SINTESIS DEL ANALISIS FODA HONDURAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Disponibilidad de recursos humanos y naturales	Estrategia de Biodiversidad pronta a su implementación	Centralización gubernamental	Incremento de prácticas inadecuadas de disposición de desechos
Existencia de Infraestructura industrial portuaria	Estrategia de Turismo pronta a su implementación	Incumplimiento de la planeación regional y local	Fenómenos meteorológicos
Programas existentes (experiencia)	Próximos desarrollos turísticos costeros	Desconocimiento de legislación ambiental por parte de la población	Cambios políticos adversos
	Fuerte cooperación internacional	Incumplimiento de Términos de Estudios de Impacto Ambiental	Incremento de sobrepesca
		Pobreza	Deterioro ambiental por cambio de artes de pesca
		Problemas de salud	
		Emigración	
		Analfabetismo	

Cuadro 4. SINTESIS DEL ANALISIS FODA MEXICO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Dotaciones altas de infraestructura y equipamiento urbanos en la zona costera.	Próximos desarrollos turísticos (Costa Maya. Home Port, Playa Mujeres)	Sobrepesca	Fenómenos hidrometeorológicos
Presencia activa de recursos humanos y naturales.	Próxima implementación de ordenamientos territoriales	Contaminación	Alta dependencia económica de la actividad turística.
Planeación del aprovechamiento de los recursos naturales (Programas de manejo) y uso del suelo (Ordenamiento territorial)	Presencia de instituciones Gubernamentales, Educativas, de Investigación y No Gubernamentales en las comunidades costeras realizando extensionismo e investigación.	Cohecho	Disminución de atractivo escénico en la zona
Organizaciones sociales – Cooperativas, asociaciones, etc. (sólidas y representativas)	Presencia de espacios en los medios masivos de comunicación orientados a temas ambientales.	Emigración: población flotante	Alta contaminación por aguas negras, hidrocarburos y plaguicidas.
Existencia de regulación ambiental (Federal, Estatal y Municipal)		Inmigración	Proliferación de asentamientos irregulares (campamentos) relacionados con la actividad pesquera.
Existencia de instituciones gubernamentales, educativas, de Investigación y ONG's con gran interés en la problemática marino-costera.		Incumplimiento de la planeación estratégica de desarrollo	
Comunidades costeras familiarizadas con la problemática ambiental		Incumplimiento de condicionantes de Estudios de Impacto Ambiental	
		Desconocimiento de la legislación ambiental	
		Bajos niveles educativos.	
		Escasez de servicios básicos en algunas regiones urbanas y rurales.	

6. PRIORIZACION DE PROBLEMAS COMUNES

6.1 Contexto Ecológico

El Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM) tiene una extensión de 1000 Km. de largo, ubicado desde el extremo norte de la Península de Yucatán, México, hasta las Islas de la Bahía, Honduras. Este sistema se considera determinante para la región por el alto valor de sus recursos y a la vez crítico por las múltiples actividades productivas y sus efectos que allí se desarrollan.

La importancia del sistema arrecifal esta dado no solo por su belleza escénica sino por las funciones que realiza, siendo las siguientes: 1) sirve como fuente de alimentación; 2) fuente de ingresos económicos; 3) vía de comunicación para los pobladores de la zona costera; 4) presta servicios ambientales, entre los que se encuentran, la estabilización y protección de la zona costera, mantenimiento de la calidad del agua de la zona costera entre otros; 5) sostiene especies de importancia comercial; y, 6) sitios de crianza para mamíferos marinos, reptiles, peces e invertebrados.



*Cayos Cochinos, Honduras
Zona de gran producción langostera
Fotografía Cortesía de la SERNA*

Problemáticas comunes con un orden de priorización de acuerdo a los datos de las Tablas I-IV.

- Bajo nivel de internalización de la problemática de los recursos naturales por parte de los grupos de usuarios.
- Desarrollo costero inadecuado
- Contaminación de la región principalmente en la zona costera.
- Incumplimiento de la legislación ambiental
- Sobreexplotación pesquera y utilización de artes de pesca con efectos de deterioro sobre el ecosistema arrecifal.
- Deforestación en las cuencas altas y manglares costeros.
- Agricultura migratoria en aumento.
- Malas prácticas de buceo recreativo
- No existe regulación clara de las actividades turísticas
- Prácticas inadecuadas de embarque y navegación.
- Areas marinas protegidas con poca eficacia en sus acciones de manejo.

Para aminorar estos problemas se deberán promover medidas y acciones que desincentiven aquellos patrones no sostenibles de aprovechamiento de los recursos que estén causando problemas a la salud del ecosistema arrecifal.



*Acelerado desarrollo costero de Quintana Roo
Fotografía Cortesía de la UQROO*

6.2 Contexto Socioeconómico

Las áreas costeras de la región del SAM, en tanto que se constituyen como sitios económicos estratégicos, presentan una dinámica poblacional de alto crecimiento. En ésta zona se ubican 9 ciudades de importancia, cuya dinámica demanda incrementos constantes en servicios públicos, infraestructura, transporte, energía, turismo y comunicaciones, entre otros.

De esta manera la población, que actualmente habita en la zona costera del SAM, que se calcula en más de un millón de personas; (Silva, 2000) su nivel de bienestar depende en gran parte de los recursos marino-costeros, en la forma de ingresos por empleo y consumo directo de los recursos para todo tipo de satisfactores (vivienda, alimentación, recreación, etc).

Las actividades económicas en las que se ocupan los pobladores de la región del SAM, son principalmente turismo, la pesca, agricultura, ganadería y comercio; de las que se relacionan las siguientes problemáticas:

- Incumplimiento de la planeación regional y local
- Falta de conciencia ambiental en la mayoría de la población.
- Crecimiento desorganizado de los asentamientos urbanos a lo largo de la costa y cayos costeros.
- Falta de armonización política.
- Conflictos limítrofes entre países vecinos.
- Cambio de tendencias en la cooperación internacional.
- Carencia de tecnología y cultura para el tratamiento de los residuos sólidos municipales y las aguas negras.
- Bajo nivel de vida
- Gran número de población flotante. (Emigración)



*Aumento de las actividades turísticas en la región
(Fotografía: cortesía de la SEMARNAT)*

6.3 Comunidades Culturalmente diferenciadas

En la región del SAM, además de la relevancia en el valor de sus recursos naturales, es importante resaltar la importancia de su riqueza cultural. Aproximadamente el 18% de los habitantes de la región pertenecen a grupos étnicos, representados por 43 grupos poblacionales agrupados en 4 raíces culturales (creoles, mestizos, garifunas y mayas) (CITA). Al respecto, habrá que agregar la falta de consideraciones acordes con las situaciones de género (femenino).

De acuerdo a las revisiones de documentos generados por el Proyecto SAM, se plantea que en estos grupos culturalmente diferenciados existe una pérdida gradual de los conocimientos y prácticas tradicionales sobre el manejo de sus recursos. Uno de los problemas centrales de estas comunidades es cómo enfrentar el fenómeno de la globalización en tanto que no cuentan con sistemas organizacionales sólidos, predominando los grupos por afinidad, parentesco, y los



*Arriba: Garifunas en la distribución de productos después de una jornada de pesca.
(Fotografía: E Fernández.)*

*Abajo: Mayas Ketchi realizando trabajo para el beneficio comunitario.
(Fotografía: F. Salazar)*

líderes morales, orientados a actividades de autoconsumo. Es decir, su organización es tradicional y su economía es de subsistencia.

La temática central de las campañas hacia estos grupos debe enfocarse a la promoción de:

- Apoyos técnicos en investigación y capacitación
- Promover acciones en áreas naturales protegidas en donde se involucren estas comunidades e incrementar la participación pública en actividades de gestión, planificación y manejo.

6.4 Consideraciones generales

De acuerdo al análisis de la situación actual del SAM descrita en los párrafos anteriores, se puede identificar que la problemática socioambiental tiene dos características fundamentales. Primero, aunque existen puntos de confluencia, es altamente heterogénea (cultura, legislación, etc), y segundo, sus efectos alcanzan todos los ámbitos de la vida cotidiana de los públicos meta. Al decir esto, nos referimos a los grupos de habitantes locales, los turistas, los empresarios (turísticos e industriales), los Gobiernos y los comunicadores.

Otro elemento importante es que la multinacionalidad del SAM eleva la complejidad en la implementación de una campaña única, generalizada a todas las realidades en cada país, aún cuando las características paisajísticas y en algunos casos culturales, no reconocen límites políticos.

En términos generales, la temática que deberá abordarse en las campañas de concientización deberá ser desde dos ópticas: el ecológico (*valor de uso y conservación del sistema*) y el *respeto a la diversidad cultural*.

De manera específica, los esfuerzos de las campañas de concientización deben tomar en cuenta lo siguiente:

- Inducir actividades, que orienten acciones hacia la conservación de la salud en los ecosistemas arrecifales prioritarios del SAM, principalmente para evitar y, en su caso, controlar la contaminación y el deterioro.
- Promover modelos de la actividad pesquera apropiados, respeto a la legislación y evitar la sobrepesca.
- Incentivar el turismo sostenible y los beneficios de éste a las comunidades locales.
- Promover el valor ecológico y económico de los productos certificados, a través de las experiencias exitosas en otras regiones.
- Promover el valor de los beneficios derivados de la existencia y manejo de áreas naturales protegidas en la región del SAM.



*Pescadores artesanales en Omoa
(Fotografía Cortesía de E. Fernández)*

La Estrategia de Concientización Ambiental se plantea como un complemento y articulación a la Estrategia de Comunicación del Corredor Biológico Mesoamericano, con la que comparte numerosos aspectos de implementación a través de objetivos y metas comunes en lo conceptual aunque diferentes en lo geográfico.

7. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE CONCIENTIZACION (ANEXO 1)

La Estrategia de Concientización Ambiental, parte de un reconocimiento del valor de los recursos con que cuenta la región del SAM y de un análisis de las condiciones ecológicas, económicas y socio-culturales; entrevistas con actores clave y priorización de problemáticas de las regiones transfronterizas, a través de un ejercicio FODA, en los 4 países involucrados (México, Belice, Honduras y Guatemala).

Como primer paso de la estrategia, se determinaron las poblaciones meta, así como aspectos relevantes como el lenguaje, idioma y medio. La estrategia de concientización ambiental que se propone es del tipo compuesta, utilizando como eje central los beneficios y ventajas respecto a la adopción e implementación de la iniciativa del SAM, a través de mensajes en lenguaje claro, sencillo y directo.

Considerando los objetivos primarios ya establecidos en esta iniciativa del SAM se sugieren los siguientes grupos poblacionales como aquellos que requieren atención prioritaria (población meta):

Cuadro 5. POBLACION META

COMUNIDADES	Prestadores de servicios Pescadores Sector doméstico Grupos culturales importantes
TURISTAS	Nacionales Extranjeros
GOBIERNO	Local Regional Nacional
INDUSTRIALES	Costeros Agroindustrias Transformación Transporte marítimo
PUBLICO EN GENERAL	
COMUNICADORES	Prensa escrita, radio y televisión



Arriba, Humedal en Sian-Kan por Humberto B. Suárez

Abajo, Pescador Garífuna de Placencia por E. Fernández

La etapa de adecuación contextual de la metodología propone diseñar material de difusión para distribuirse en las poblaciones seleccionadas obedeciendo a las características de cada grupo (idioma, lenguaje, cultura, nivel educativo y la identificación de iconos ambientales), con información sobre la importancia del SAM como un recurso de gran importancia individual y colectiva, y la necesidad de promover su conservación y uso sostenible.

En la etapa de selección de las campañas se prioriza cual de las campañas debe ser implementada de manera inicial, esto se realiza con base en la consideración previa de los requerimientos, capacidades, posibilidades y contexto sociopolítico local de las poblaciones meta.

En la etapa de Diseño de las campañas se establecen las acciones y materiales; detallados y calendarizados para conducir de manera asertiva las campañas que se implementarán de acuerdo al contexto del sitio y población meta ya claramente definidas en las etapas posteriores.

7.1 Elección del sitio óptimo para la implementación inicial de las campañas

Para garantizar la efectividad de los esfuerzos de concientización se considera pertinente que su desarrollo sea en etapas con metas concretas orientadas a regiones donde las problemáticas transnacionales confluyan. Estas microregiones se identifican como **sitios piloto**, constituidos por las Áreas Marinas Protegidas Transfronterizas (AMPT) y sus respectivas zonas de influencia, específicamente el Golfo de Honduras y el Río Hondo-Bahía de Chetumal-Corozal.

El desarrollo de las primeras acciones en los sitios piloto permitirá alcanzar la sinergia entre los esfuerzos internacionales; la orientación de los recursos locales y regionales, y la incidencia de beneficios directos a las poblaciones meta en estas áreas determinantes; así como la implementación de estrategias de seguimiento efectivas con la importancia para efectos prácticos del desarrollo de las acciones del SAM en dos de sus zonas significativas según la propia opinión de los países miembros. En una segunda etapa de la Estrategia, las experiencias alcanzadas en los sitios piloto permitirán establecer la planeación y nueva estrategia para el incremento del área de acción de las campañas a través de su reproducción en aquellos aspectos exitosos.

Para determinar la efectividad de las campañas que componen la Estrategia de Concientización Ambiental, es necesario dar seguimiento efectivo al programa de indicadores los cuales permitirán evaluar su nivel de éxito, a través de diferentes temporalidades (corto, mediano y largo plazo), así como su necesaria retroalimentación hacia el planteamiento inicial.

8. DESGLOSE DE LAS CAMPANAS

Cuadro 6. DESGLOSE DE LAS CAMPANAS

PROPUESTA PARA LA INSTRUMENTACION DE LA INFORMACION A LAS POBLACIONES META DEL SAM			
Población Meta	Actividad a desarrollar e Información a Diseminar	Tiempo propicio para la diseminación	Canales Propuestos
Público general	Información general del SAM y del Proyecto en sí	Todo el año, en especial días conmemorativos	>Todos los medios posibles >Album de estampas del SAM >Correspondencia oficial (recibos, estados de cuenta bancarios, etc)
Prestadores de servicios Turísticos	Campaña de turismo sostenible	Un mes previo a las temporadas turísticas altas de los países integrantes	>Boletines turísticos >Foros >Cámaras de comercio Asociaciones relacionadas con la actividad >Televisión >Prensa e Internet

PROPUESTA PARA LA INSTRUMENTACION DE LA INFORMACION A LAS POBLACIONES META DEL SAM			
Población Meta	Actividad a desarrollar e Información a Diseminar	Tiempo propicio para la diseminación	Canales Propuestos
Turistas	Reglas de uso de áreas protegidas. Reglas para mantener la salud de los ecosistemas marino costeros	Todo el año, especialmente las temporadas altas	>Insertos en revistas especializadas >Boletines promocionales >Radio >Periódico >Posters >Pancartas >Vallas >Enlaces, y otros medios del Internet
Tomadores de decisiones y líderes comunitarios	Legislación ambiental estrategias políticas de integración ambiental	Todo el año, especialmente durante las reuniones de las asociaciones, ONG's, Jueces y Alcaldes Municipales	>Reportes >Internet >Talleres de capacitación >Contacto directo >Radio >TV.
Sector industrial	Medidas de mitigación de la contaminación. Campaña de reciclaje.	Durante todo el año especialmente en las ferias industriales y en los Meses de alta productividad por elevada demanda	>Radio >Periódico >Posters >Volantes >Talleres
Sector domestico	Medidas de mitigación de la contaminación Campaña de reciclaje	Durante todo el año	>Radio >Periódico >Televisión >Volantes
Transporte marítimo	Medidas de mitigación de la contaminación	Agosto, septiembre, octubre, diciembre, enero y febrero (épocas de alto movimiento comercial)	>Posters >Calcomanías
Comunidades culturalmente diferenciadas	Plan de participación comunitaria. Ingresos alternativos Comanejo de AMP	Todo el año	>Calendarios >Posters >Radio >Talleres >Gorras >Camisas
Pescadores	Campaña de pesca apropiada Técnicas de co-manejo de recursos pesqueros	Todo el año	>Posters >Calendarios >Calcomanías >Radio >Televisión >Periódico >Talleres >Vallas
Medios de Comunicación	Sensibilización a través de concurso periodístico Concurso fotográfico, slogans para campañas, reconocimientos	Mes del día de la tierra	>Radio >Televisión >Periódico >Internet

9. DESARROLLO ESPECIFICO DE CADA CAMPANA

9.1 Priorización de las Campañas.

Campañas de alta prioridad

- PRENSA
- INTERNET
- RADIO
- TALLERES
- CONCURSO FOTOGRAFICO
- ALBUM

Campañas de mediana prioridad

- CAPACITACION Y CONTACTO DIRECTO
- ANUNCIOS PANORAMICOS
- FOROS DIVERSOS Y REUNIONES TEMATICAS OCASIONALES
- REUNIONES EN CAMARAS DE COMERCIO
- MENSAJES DE CONSERVACION EN RECIBOS DE PAGO DE SERVICIOS
- ESTADOS DE CUENTA BANCARIOS
- POSTALES
- POSTERS
- CALCOMANIAS
- CALENDARIOS
- GORRAS
- CAMISAS

Campañas de baja prioridad

- GUIAS DEL BUEN TURISTA
- BOLETINES TURISTICOS
- REVISTAS DE DIFUSION DE SERVICIOS TURISTICOS
- TELEVISION

1. PRENSA

Estrategia

- Insertar notas cortas en los periódicos de mayor circulación y credibilidad en la región del SAM

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Generar una serie de artículos de breve extensión que puedan ser insertados en periódicos de circulación regional. Si los costos lo permiten, implementar un artículo en forma de suplemento de publicación semanal.

Información a diseminar

- amplia información sobre las actividades del SAM, con el fin de informar de manera completa a la población respecto a los avances de la iniciativa; incluyendo información sobre la importancia de conservar el arrecife y las consecuencias del mal uso y el sobreuso, al igual que resultados de algunas investigaciones realizadas en la zona.

Lenguaje

- Sencillo y coloquial.

Idioma

- En inglés, español, maya, y garífuna)

Periodo óptimo para desarrollarla

- De preferencia en temporadas altas de turistas y previo a los periodos de pesca.

Consideraciones especiales

Comentarios

- Aprovechar los espacios previamente establecidos para publicaciones de las instituciones socias del SAM.

Modo de distribución

- Gráfico y texto

2. INTERNET

Estrategia

- Utilizar la actual página de Internet del SAM para difundir de manera continua y actualizada los beneficios locales y regionales derivados de las acciones de desarrollo del Proyecto del SAM.
- Ubicar en páginas de Internet de las entidades relacionadas con la temática cultural, ambiental y turísticos enlaces al sitio WEB del SAM, así como barras informativas.

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Desarrollar una amena difusión a través de la actual pagina Web del SAM y las relacionadas a la temática Social, Cultural y de promoción Turística.

Información a diseminar

- Presentar de la manera más amena posible, información de sitios que se pueden visitar en la región del SAM, la manera en que hay que cuidarlos poniendo especial énfasis en la importancia de tomar acciones al respecto a partir de todos los niveles. Todo lo anterior de tal forma que se entienda como una especial invitación al uso cuidadoso y de conservación en una zona de gran importancia ecológica.

Lenguaje

- Sencillo, asertivo y con un refuerzo gráfico.

Idioma

- En ingles, español, (maya y garífuna)

Periodo óptimo para desarrollarla

- Todo el año

Consideraciones especiales

- La forma de notificar al público meta de la existencia de la página puede ser a través de vallas en sitios que usualmente son visitados por éstos. Además de la información referente al SAM, la página se considera como una herramienta idónea para la publicación de reconocimientos a empresas o instituciones, logros y acciones exitosas del SAM y sus socios. La página del SAM puede incluir enlaces a otros sitios relacionados. Asimismo, se puede emplear como herramienta para el seguimiento de las campañas mediante la implementación de “cuestionarios” electrónicos del tipo “¿Cómo se enteró de la existencia de la página?” y directorios de contactos.

Comentarios

Modo de distribución

- Electrónico

3. RADIO

Estrategia

- Difundir mensajes en programas radiofónicos de amplia difusión, así como contratar spots en horarios selectos (horas pico).

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Realizar spots para ser difundidos por las principales estaciones de radio de la región en temporada de gran afluencia de turistas a la misma, principalmente de turistas nacionales. Al igual que contactar a personas de los medios radiofónicos para que consideren la mención de los mensajes del SAM en sus programas de tal modo que puedan emitirse mensajes de manera continua a lo largo del año.

Información a diseminar

- Informar sobre las riquezas naturales del SAM, los principales cuidados que deben tener durante su estancia y la responsabilidad en el uso de sus recursos que tienen los habitantes de la zona

Lenguaje

- Sencillo y asertivo

Idioma

- En ingles y español. Aunque existen algunos programas para grupos lingüísticos específicos (Ej. Radio turquesa en México, programa en maya de las 04:00 a las 06:00 horas). Esta misma situación deberá de ser identificada en cada uno de los países integrantes y formar parte de la estrategia local para el desarrollo de la campaña.

Periodo óptimo para desarrollarla

- A juicio del encargado a difundir los mensajes. Para los contratados será preciso seleccionar adecuadamente el periodo en que se transmitirán para lograr captar la mayor audiencia residente o potencial que visite la zona.

Consideraciones especiales

Comentarios

Modo de distribución

- Auditivo

4. CONCURSO FOTOGRAFICO TEMATICO

Estrategia

- Concurso Fotográfico

Población meta

- Personal de los medios de comunicación y fotógrafos profesionales o aficionados.

Actividad a desarrollar

- Convocar a los interesados a participar en un concurso fotográfico sobre los atributos escénicos, paisajísticos y en general de recursos presentes en la región, adicionalmente destacando los beneficios y ventajas de la implementación de la Iniciativa del SAM sobre éstos.

Información a disseminar

- Las bases del concurso bien detalladas, mediante una pequeña campaña con gente de los medios de comunicación para invitarles a participar al concurso a realizarse en cada uno de los países participantes.

Lenguaje

- En este caso no es problemático y puede usarse un lenguaje técnico si es necesario.

Idioma

- En inglés y español (garífuna, maya)

Período óptimo para desarrollarla

- Debe realizarse de manera inicial para lograr el objetivo de la recopilación de material a ser usado en las demás campañas.

Consideraciones especiales

Comentarios

- En una campaña de esta naturaleza, generalmente se emplea gran cantidad de material gráfico en especial fotografías, por lo tanto el concurso fotográfico tiene como objetivo obtener estos materiales para ser usado en las restantes campañas.

Modo de distribución (plaza)

- Todos los medios.

5. ALBUM

Estrategia

- Album de estampas alusivas a las características naturales, sociales e históricas del SAM (podría ser de fotografías o dibujos).

Población meta

- Público en general, principalmente niños y coleccionistas.

Actividad a desarrollar

- Diseñar y distribuir un álbum de estampas que pueden ser repartidas mediante periódicos y revistas.

Información a diseminar

- Gran cantidad de mensajes de información, muestras de las riquezas del SAM y su importancia; así como consejos para su conservación, aprovechamiento óptimo y respetuoso.

Lenguaje

- Sencillo, predominantemente gráfico.

Idioma

- En inglés y español. Preferentemente bilingüe, incluyendo las lenguas de grupos culturalmente diferenciados.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Principalmente durante la primera etapa de la Estrategia (Concientización).

Consideraciones especiales

Comentarios

- La gran cantidad de imágenes que se obtengan del concurso fotográfico pueden emplearse como fuente de materiales. La repartición de las estampas puede enmarcarse en las posibilidades de algunos periódicos de gran circulación y otros medios que no impliquen gastos sustantivos a la iniciativa (a través de convenios), convirtiéndose en un atractivo para los medios que lo difundan. Respecto a la opción de ser dibujos, el proceso puede ser el mismo que con la fotografía, solicitando a artistas gráficos (caricaturistas, ilustradores) que contribuyan con la iniciativa mediante la donación de alguna imagen alusiva al SAM, su aprovechamiento y conservación.

Modo de distribución

- A través de periódicos y revistas, inserto en cada artículo que se expenda en puestos de revistas.

6. TALLERES

Estrategia

- Llevar a cabo talleres educativos y participativos en las comunidades culturalmente diferenciadas, para dar capacitación sobre usos más responsables con el ambiente, de estrategias de organización comunitaria, gestión y administración de proyectos. Además de informar sobre convocatorias de proyectos productivos y apoyos técnicos. En los aspectos socio ambientales referir las acciones a temas sobre salud infantil, tratamiento de desechos, etc.

Población meta

- Comunidades culturalmente diferenciadas

Actividad a desarrollar

- Talleres informativos en las comunidades, utilizando metodologías antropológicas del trabajo con comunidades, por ejemplo: planeación participativa, mapeo comunitario, etc.

Información a diseminar

- Formas ambiental y socialmente responsables de organización comunitaria.
- Alternativas económicas ante la problemática de los recursos naturales.
- Convocatorias de instituciones que apoyan proyectos productivos orientados a las características de las comunidades.
- Difundir formatos para gestionar apoyos técnicos para que obtengan capacitaciones a través de otras instancias y programas.
- Difundir convocatorias que apoyen a proyectos para mujeres.
- Salud humana

Lenguaje

- El que se use en las comunidades donde se realice la difusión.

Idioma

- El mismo que utilice la población meta.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Acorde con los calendarios de efemérides de las localidades. (Ej. épocas de baja actividad productiva).

Consideraciones especiales

- Es importante dejar claro en las comunidades culturalmente diferenciadas que esta campaña de difusión sólo les hace llegar las convocatorias y avisos para que ellos gestionen los recursos para capacitación técnica y proyectos productivos tanto para hombres como para mujeres, y no es la responsable directa de su asignación o ejecución (la función de la actividad es como facilitadora). Asimismo, la campaña también disemina información que facilite la asimilación de la responsabilidad

socioambiental de las comunidades y los beneficios en el cambio de actitud y/o comportamiento en contexto de los objetivos del SAM.

Comentarios

- Es importante promover la retroalimentación al finalizar los talleres.

Modo de distribución

- Coordinar las acciones con las autoridades (civiles, morales, etc), o vincularse con otro programa (puede ser de otro componente del SAM) que esté desarrollando acciones similares.

7. CONTACTO DIRECTO

Estrategia

- Comunicación directa con el público meta en actividades formales y extracurriculares.

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Realizar una serie de conferencias o pláticas en días festivos. Ej. “Día de la tierra” (22 de abril), “Día del medio ambiente” (5 de junio), vinculándose con otras instituciones para aprovechar los espacios abiertos al respecto.
- Actividades de limpieza en la zona costera.
- Elaborar letreros que expresen, por ejemplo: CUIDA TUS COSTAS, PON LA BASURA EN SU LUGAR.
- Pláticas, conferencias en días festivos mismas que pueden vincularse con participantes de otros componentes del SAM.

Información a diseminar

- Importancia del sistema arrecifal mesoamericano enfocando las conferencias desde diferentes puntos:
 - Biodiversidad marina
 - Contaminación marina
 - Fauna de la región
 - Flora de la región
 - Situación socio-económica de la zona
 - Comunidades culturalmente diferenciadas
 - Video general del SAM

Lenguaje

- El apropiado para cada región y población meta donde se lleven a cabo las actividades.

Idioma

- Español, Inglés y lenguas de grupos culturalmente diferenciados.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Los días festivos existentes que se proponen aprovechar son:
 - Día de la tierra (22 de abril)
 - Día del medio ambiente (5 de junio)
 - Día del agua
 - Día de los arrecifes (implementar uno si fuese necesario)

- Día del niño (regalar promocionales en las escuelas como una atención a los niños: reglas, libretas, lápices, el álbum de estampillas, mascotas preferiblemente elaboradas con materiales reciclados o biodegradables, etc).

Consideraciones especiales

- Es importante una buena vinculación entre las instancias y los responsables de la organización de estos eventos para lograr el objetivo.

Comentarios

- En las fechas antes señaladas siempre se realizan eventos en las escuelas pudiendo aprovechar esos espacios, además los gastos y las actividades pueden ser compartidas.

Modo de distribución

- Hacer las invitaciones de participación en las actividades a través de carteles, trifolios, spots de radio.

8. FOROS DIVERSOS Y REUNIONES TEMATICAS OCASIONALES

Estrategia

- Presentar material dirigido a las reuniones de diversos grupos.

Población meta

- Diversas asociaciones y grupos potenciales con reuniones no periódicas.

Actividad a desarrollar

- Elaborar presentaciones que puedan ser mostradas en reuniones de grupos de actores, y aprovechar el público cautivo para distribuir gran cantidad de material gráfico.

Información a diseminar

- Información sobre las consecuencias de las actividades mal desarrolladas y el modo de combatirlos o prevenirlos.

Lenguaje

- Lenguaje sencillo pudiendo ser ligeramente técnico.

Idioma

- En inglés y español, en este caso conviene contar con material en otras lenguas.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Variable, dependerá de los periodos en que se desarrollen las reuniones.

Consideraciones especiales

Comentarios

- En las reuniones de los distintos grupos de la región se dan cita muchos de los principales actores y es un buen momento para hacerles llegar información ya sea mediante la presentación de material preparado ex profeso o distribuyendo material grafico de otras campañas.

Modo de distribución

- Directo (ver actividad anterior).

9. REUNIONES DE CAMARAS DE COMERCIO

Estrategia

- Presentar material específico dirigido a las reuniones de las cámaras de comercio (asociaciones relacionadas con las actividades económicas).

Población meta

- Prestadores de servicios turísticos, transporte, de navegación, industria pesquera y petrolera.

Actividad a desarrollar

- Elaborar presentaciones sintéticas que puedan ser mostradas en las reuniones de la cámara de comercio.

Información a diseminar

- Información sobre los procesos naturales presentes en la región, su importancia y las consecuencias de las actividades comerciales mal desarrolladas y el modo de prevenirlos.

Lenguaje

- Lenguaje sencillo, pudiendo contener algunos conceptos técnicos.

Idioma

- En inglés y español

Periodo óptimo para desarrollarla

- Debe realizarse en los periodos en que se desarrollen las reuniones.

Consideraciones especiales

Comentarios

- En las reuniones de las cámaras de comercio se dan cita muchos de los principales actores y es un momento oportuno para hacerles llegar información ya sea mediante la presentación de material preparado ex profeso o distribuyendo material gráfico de otras campañas.

Modo de distribución

- Pláticas directas con el público meta y exposiciones dirigidas tanto activas (presentaciones) como pasivas (Posters y folletos).

10. MENSAJES DE CONSERVACION EN RECIBOS DE PAGO DE SERVICIOS

Estrategia

- Insertar folletos con mensajes breves sobre la conservación de los recursos naturales en la correspondencia institucional (Bancos, Asociaciones, Redes, etc).

Población meta

- Publico en general de las ciudades y centros comunitarios rurales.

Actividad a desarrollar

- Contactar a las autoridades locales para lograr que se permita insertar mensajes cortos sobre la conservación de los recursos del SAM en los recibos de servicios.

Información a diseminar

- Información sencilla y de pocas palabras respecto a la importancia de las acciones del Proyecto para el SAM sobre el ambiente.

Lenguaje

- Sencillo, no técnico, conciso y asertivo.

Idioma

- En ingles y español

Periodo óptimo para desarrollarla

- Durante todo el año

Consideraciones especiales

Comentarios

- En las poblaciones de tipo urbano se distribuyen recibos de servicios como los de agua, electricidad, teléfono, etc; en los cuales se puede insertar un mensaje sencillo y directo acorde con la estrategia.

Modo de distribución

- Vía correo ordinario o cualquier otro medio de entrega ya establecido para este tipo de correspondencia y sitios Web de las empresas involucradas.

11. INFORMACION ECOLOGICA EN LOS ESTADOS DE CUENTA

Estrategia

- Insertar información sobre el SAM en estados de cuenta bancarios.

Población meta

- Cuenta habientes

Actividad a desarrollar

- Desarrollar un boletín sencillo que se pueda insertar en los estados de cuenta bancarios, los cuales son enviados mensualmente a sus clientes.

Información a diseminar

- Informar a este segmento de la población sobre los principales procedimientos para cuidar el SAM, así como sugerir sitios para visitar y prestadores de servicios que puedan brindarles atención que sea amigable con el ambiente. Por lo general, es este grupo poblacional el que puede realizar viajes en sus períodos vacacionales, y por ende, realizan gran cantidad de actividades en los lugares que visitan.

Lenguaje

- Sencillo, pero abundante en características sobre la zona.

Idioma

- En español e inglés. Es recomendable que se elabore bilingüe.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Esencialmente en vísperas de los periodos vacacionales.

Consideraciones especiales

Comentarios

Modo de distribución

- A través de los medios de distribución de las empresas o bancos.

12. POSTALES

Estrategia

- Diseño y distribución de postales.

Población meta

- Oficinas, agencias de viaje, dependencias y público en general.

Actividad a desarrollar

- Diseñar postales de muy buena calidad gráfica donde se informe de la importancia del SAM y las maneras de cuidar los recursos de esta región.

Información a diseminar

- Información destinada a invitar a su disfrute e informar sobre las maneras de cómo participar en su cuidado

Lenguaje

- Sencillo y preferentemente muy gráfico (de gran impacto visual).

Idioma

- En inglés y español (maya, criollo, garífuna)

Periodo óptimo para desarrollarla

- Preferiblemente en temporada alta de turistas y previo a los periodos de pesca

Consideraciones especiales

Comentarios

Modo de distribución

Variable, ocasional y en foros, sitios concurridos por los usuarios del SAM.

13. POSTERS

Estrategia

- Diseño y distribución de posters.

Población meta

- Oficinas, agencias de viaje, dependencias y público en general.

Actividad a desarrollar

- Diseñar posters de muy buena calidad gráfica donde se informe de la importancia del SAM y las maneras de cuidar los recursos de esta región.

Información a diseminar

- Información destinada a invitar a su disfrute e informar sobre las maneras de cómo participar en su cuidado

Lenguaje

- Sencillo y preferentemente muy gráfico (de gran impacto visual).

Idioma

- En inglés y español (maya, criollo, garífuna).

Periodo óptimo para desarrollarla

- Preferiblemente en temporada alta de turistas y previo a los periodos de pesca.

Consideraciones especiales

Comentarios

Modo de distribución

Variable, ocasional y en foros, sitios concurridos por los usuarios del SAM.

14. CALCOMANIAS

Estrategia

- Diseño y distribución de calcomanías.

Población meta

- Público en general, principalmente pescadores y prestadores de servicios turísticos, además de todos aquellos que permitan difundir ampliamente estos materiales (Ej. transportes turísticos, instituciones socias, taxis, etc).

Actividad a desarrollar

- Diseñar calcomanías con ideas muy concretas (slogans) e imágenes (Ej. especies bandera) que se asocien con el SAM, de manera que permitan posicionar el mensaje de la conservación de los recursos.

Información a diseminar

- Mensajes muy cortos y sencillos sobre conservación del SAM y nuestro compromiso con el futuro sostenible de la zona.

Lenguaje

- Muy concreto mas que sencillo

Idioma

- Español, Inglés y lenguas de grupos culturalmente diferenciados.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Todo el año

Consideraciones especiales

- Dado que se trata de medios de difusión pasivos pero de extenso alcance se sugiere fuertemente, se utilicen materiales de larga duración en su fabricación (por lo menos anual).

Comentarios

Modo de distribución

- Mediante asociaciones, autoridades, prestadores de servicios turísticos.

15. CALENDARIOS

Estrategia

- Diseño y distribución de calendarios.

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Se diseñarán calendarios para distribuirse en eventos alusivos a la conservación del SAM.

Información a diseminar

- Se sugiere que sea de índole informativa sobre la riqueza del SAM, destacando directamente las fechas importantes para las actividades propias del SAM que se realizarán ese año.

Lenguaje

- Sencillo y preferentemente coloquial.

Idioma

- Español, Inglés y lenguas de grupos culturalmente diferenciados.

Periodo óptimo para desarrollarla

- A finales del año previo y muy al inicio del año objeto del mismo.

Consideraciones especiales

Comentarios

- La distribución podría ser a inicios del año, aunque el diseño se puede adecuar según la época en que se entreguen.

Modo de distribución

- Eventos importantes, prestadores de servicios, etc.

16. GORRAS

Estrategia

- Diseño y distribución de gorras.

Población meta

- Pescadores, prestadores de servicios turísticos y transporte.

Actividad a desarrollar

- Diseño, elaboración y distribución de gorras.

Información a diseminar

- Mensajes o ideas cortas sobre la existencia e importancia del SAM, y cómo pueden contribuir para conservar sus recursos; además de la importancia significativa de sumarse a los esfuerzos orientados hacia el proceso de desarrollo sostenible en la zona que promueve la iniciativa del SAM.

Lenguaje

- Sencillo y preferentemente coloquial.

Idioma

- Español, Inglés y lenguas de grupos culturalmente diferenciados.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Previo a la época de mayor actividad, eventos relacionados con las actividades pesqueras y turísticas acordes con los principios del SAM.

Consideraciones especiales

Comentarios

Preferentemente de materiales duraderos.

Modo de distribución

- En eventos acordes con los principios del SAM.

17. CAMISAS

Estrategia

- Impresión de camisetas (playeras).

Población meta

- Comunidades de ingresos muy bajos, pescadores, prestadores de servicios turísticos y de transporte.

Actividad a desarrollar

- Diseño y distribución de camisetas con mensajes del SAM.

Información a diseminar

- Información de las formas en que se puede beneficiar si se incorporan a las actividades del SAM.

Lenguaje

- Coloquial de preferencia

Idioma

- En inglés y español

Periodo óptimo para desarrollarla

- Todo el año

Consideraciones especiales

Comentarios

Preferentemente de materiales duraderos.

Modo de distribución

- En reuniones de trabajo en comunidades cultural y económicamente diferenciadas, acciones de conservación (Ej. limpieza de playas, talleres, etc).

18. ANUNCIOS PANORAMICOS (VALLAS)

Estrategia

- Creación y ubicación de Anuncios panorámicos (vallas).

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Escoger el diseño de algunos anuncios panorámicos.

Información a diseminar

- Mensajes sobre la importancia de conservar los recursos marino-costeros, información general y acciones del SAM.

Lenguaje

- Sencillo y directo.

Idioma

- Español, Inglés y lenguas de grupos culturalmente diferenciados.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Todo el año (dependiendo de la disponibilidad de recursos financieros).

Consideraciones especiales

- Por su gran costo es necesario evaluar muy bien la ubicación de éstos (Ej. semáforos, estacionamientos, etc), ya que su número será limitado.

Comentarios

Modo de distribución

- Colocación en áreas de gran afluencia de los usuarios de los recursos del SAM, por ejemplo: vías de gran aforo vehicular o de concentración poblacional masiva (plazas comerciales).

19. GUIAS DE BUEN TURISTA

Estrategia

- Tarjetas informativas para turistas, sobre “códigos” de comportamiento en las actividades de recreación.(Áreas Marinas Protegidas y diferentes ecosistemas del SAM)

Población meta

- Turistas y visitantes nacionales y extranjeros.

Actividad a desarrollar

- Informar al turista vía los prestadores de servicios turísticos, sobre las formas responsables de desarrollar sus actividades en la región del SAM.

Información a diseminar

- Información que permita inducir al turista a disminuir los posibles efectos negativos en el ambiente debido a sus actividades.

Lenguaje

- Sencillo y asertivo.

Idioma

- En inglés, español y otros asociados con los nichos de mercado que visitan la región.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Antes y durante las temporadas de alta afluencia de turistas.

Consideraciones especiales

Comentarios

- Los prestadores de servicios empleados como medios de distribución juegan un papel importante para educar al turista y viceversa. Se puede completar la campaña con un instrumento para recopilar los comentarios del turista respecto a los contenidos del material y la forma en que los prestadores están aplicándolos.

Modo de distribución

- En agencias de viaje y prestadores de servicios turísticos.

20. BOLETINES TURISTICOS

Estrategia

- Boletines informativos para turistas que viajan específicamente al Caribe.

Población meta.

- Turistas nacionales y extranjeros

Actividad a desarrollar

- Desarrollar material grafico que pueda ser distribuido en las distintas áreas en las que los turistas de esta región buscan información.

Información a diseminar

- Informar sobre las riquezas con que cuenta la zona del SAM y los principales cuidados y medidas que deben de adoptar durante su estancia.

Lenguaje

- Sencillo y con algunos datos técnicos.

Idioma

- En ingles y español, pero seria indispensable tener material en otros idiomas (nichos de mercado).

Periodo óptimo para desarrollarla

- Durante todo el año y en especial en un mes antes de los períodos de máxima afluencia.

Consideraciones especiales

Comentarios

- El material que se acostumbra repartir a los turistas es de gran contenido grafico y en esta campaña se debe poner mucha atención en la calidad grafica y los contenidos de los mensajes.

Modo de distribución

- Impreso en sitios estratégicos con gran confluencia de turistas por ejemplo: Terminales marítimas, terrestres y aéreas.

21. REVISTAS TURISTICAS ESPECIALIZADAS Y GENERALES

Estrategia

- Insertar material grafico en revistas y pasquines que se distribuyan a turistas en los aeropuertos, agencias de viaje, etc.

Población meta

- Turistas nacionales, extranjeros y prestadores de servicios .

Actividad a desarrollar

- Desarrollar material grafico que pueda ser insertado en los materiales de promoción que se repartan a los turistas, en las distintas fuentes de información a que recurran en la planeación y desarrollo de sus actividades, así como en revistas especializadas de las actividades propias de la región.

Información a diseminar

- Informar sobre la riqueza (natural, cultural, histórica) con que cuenta la zona del SAM y las principales medidas y cuidados que se deben observar durante su estancia.

Lenguaje

- Sencillo y asertivo

Idioma

- En ingles y español, pero aquí sería indispensable tener material en otros idiomas acordes con los nichos de mercado identificados para la región.

Periodo óptimo para desarrollarla

- Durante todo el año, y en especial un mes antes de los períodos de máxima afluencia.

Consideraciones especiales

Comentarios

- Las revistas y materiales que se reparten a los turistas son de gran contenido grafico y en esta campaña se debe poner mucha atención en la calidad grafica y los contenidos de los mensajes.

Modo de distribución

- Impreso y en sitios estratégicos.(Internet, revistas de líneas aéreas, hoteles y restaurantes).

22. TELEVISION

Estrategia

- Presentar mensajes cortos en programas de gran difusión en TV, de preferencia en horarios de gran audiencia (pico).

Población meta

- Público en general

Actividad a desarrollar

- Establecer convenios con los responsables de los medios televisivos para que inserten mensajes cortos pero de gran importancia sobre el SAM en sus transmisiones, ya sea en forma de promocionales o en los contenidos mismos de la programación habitual.

Información a diseminar

- Informar sobre las riquezas con que cuenta la zona del SAM y los principales cuidados que deben tener durante su estancia los visitantes y la responsabilidad que tienen los habitantes de la zona sobre el cuidado de sus recursos naturales.

Lenguaje

- Sencillo y asertivo

Idioma

- En inglés y español (Garífuna y maya).

Periodo óptimo para desarrollarla

- A juicio del encargado de colocar o difundir los mensajes, pero preferentemente en horarios identificados como de gran audiencia (horas pico).

Consideraciones especiales

Comentarios

- Los contactos con las televisoras locales deben fomentarse mediante una coordinación entre los socios del SAM, poniendo especial énfasis en canales de gran cobertura regional.

Modo de distribución

- Medios masivos.

10. CONDICIONES NECESARIAS PARA EL EXITO DE LA ESTRATEGIA

10.1 Implementación

Para la implementación de las campañas (**ANEXO. 1**), se recomienda lo siguiente:

- Se realiza una lista de personas clave o contacto para convocarlas a una reunión con la finalidad de darles a conocer la Estrategia de Concientización Ambiental del SAM.
- Presentación formal de la estrategia.
- Realizar una lista de los involucrados (reclutamiento) quienes se involucrarán en actividades de las campañas.
- Reproducción, se refiere a las personas que inician con la implementación de la campaña.
- Evaluación de las campañas, dar seguimiento a las campañas y una evaluación de la fase de diseño, con la finalidad de mejorarlas.

La campaña debe conducirse dentro del marco de prever y corregir los impactos negativos en los ecosistemas marinos y promover el valor de su conservación. Se sugiere que la estrategia considere también actividades educativas que grafiquen y dramaticen la problemática marino costero, cuyo lenguaje sea coloquial y muy claro de tal forma que tenga una asimilación directa en las poblaciones meta. También se sugiere la participación de personalidades públicas nacionales e internacionales con buen crédito público que endosen los mensajes concientizadores. Los mensajes generados a través de las actividades de la estrategia, deben fortalecer la percepción individual y colectiva de que cada individuo tiene las capacidades de apoyar las iniciativas de protección y uso sostenible del SAM, y que involucrándose en ella estará garantizando su fuente de ingresos, salud, su bienestar personal y el de sus descendientes.

El éxito de la estrategia de concientización para el SAM dependerá de que el Proyecto mantenga bien informado a las organizaciones estratégicas, acerca del desarrollo de las diversas campañas, la evaluación de las efectividades de éstas y las medidas adaptativas que sean necesarias de asumir para conducir a éstas hacia los objetivos y metas originalmente planteadas.

Otro aspecto complementario para coadyuvar al éxito de las campañas consiste en capacitar mediante talleres sencillos y de fácil reproducción a los maestros, autoridades locales y líderes comunitarios respecto a los conceptos claves del SAM.

Asimismo es muy favorable propiciar la participación de otros grupos: clubes deportivos locales, asociaciones de pescadores, asociaciones de mujeres, ONG's, empresarios turísticos, políticos locales y nacionales así como personalidades con buen crédito publico. Se deben definir entre otros proyectos similares, sinergias importantes que la complementen; por ejemplo: El Corredor Biológico Mesoamericano.

En el caso de los mensajes a través de los medios masivos de comunicación se recomienda que éstos sean elaborados utilizando los modismos y regionalismos lingüísticos de cada país.

Resulta muy favorable comunicar extensamente los éxitos y retos derivados de la implementación de las campañas de concientización a los principales tomadores de decisión y a los líderes de opinión de la región. Asimismo, ésta misma información debe también ser profunda y extensamente diseminada entre los principales medios de comunicación masivos en cada uno de los países integrantes de la Iniciativa del SAM.

10.2 Especies Bandera

Se considera significativo para los propósitos de la presente estrategia la identificación de las especies bandera presentes en la región, las cuales servirían como elementos distintivos de la zona y a la vez de la misma estrategia de desarrollo que promueve el SAM. Estos elementos de identificación local/regional o iconos naturales característicos de la región pueden ser utilizados en la elaboración de materiales promocionales para su distribución en escuelas, oficinas, plazas comerciales, sitios de gran afluencia turística, etc. Por lo tanto se deberán de determinar la(s) especie(s) bandera mas representativa(s) o carismática(s) de la región (por ejemplo: el Manatí del Caribe, la langosta, la tortuga marina, el delfín, el caracol reina) y usar intensamente su imagen en los eventos locales y regionales de preferencia masivos o de gran audiencia/visitantes en contexto de la zona costero-arrecifal.

11. CALENDARIZACION

11.1 Cronograma de las Acciones de la Estrategia

Cuadro 7. CRONOGRAMA DE LAS ACCIONES DE LA ESTRATEGIA

ACTIVIDADES	ANO 1 (TRIMESTRES)				ANO 2 (TRIMESTRES)				ANO 3 (TRIMESTRES)				ANO 4 (TRIMESTRES)				ANO 5 (TRIMESTRES)			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Publicación de la estrategia					■															
2. Difusión de la estrategia entre los representantes nacionales correspondientes a los sitios piloto.																				
3. Establecimiento de consensos y acuerdos con las instituciones socias participantes en la implementación de la estrategia.																				
4. Adecuaciones a la metodología (campañas y seguimiento) según el marco de referencia microregional.																				
5. Establecimiento de la situación actual en el contexto de la estrategia y el marco de referencia microregional.						■														
6. Presentación de los programas de trabajo de las instituciones participantes en la implementación de la estrategia.							■													
7. Inicio de las campañas.								■												
8. Etapa 1: Estrategias relacionadas con la concientización de las poblaciones meta.								■	■	■	■	■								
9. Seguimiento 1: Concientización.												■								
10. Etapa 2: Estrategias relacionadas con el cambio de actitud de las poblaciones meta.													■	■	■	■				
11. Seguimiento 2: Cambio de actitud.																■				
12. Etapa 3: Estrategias relacionadas con el nuevo comportamiento de las poblaciones meta.																■	■	■	■	■
13. Seguimiento 3: Nuevo comportamiento.																				■
14. Reuniones de evaluación de las metas de la estrategia y adecuaciones para el siguiente período.								■				■				■				■
15. Etapa de evaluación final de la estrategia en los sitios piloto y planeación para su continuación los próximos cinco años.																				■

11.2 Descripción de las actividades contenidas en el Cronograma.

De acuerdo con los lineamientos planteados para el desarrollo del Proyecto para el Sistema Arrecifal Mesoamericano, se considera como una de las acciones prioritarias para el logro de la conservación de los Recursos Naturales, el cambio en el comportamiento socioambiental de los públicos meta, para lo que a lo largo del período de vida de ésta iniciativa se consideren acciones al respecto. La función del presente documento es proporcionar los lineamientos para una primera estrategia a implementarse en dos sitios "Piloto". Por lo que se entiende que basándose en las experiencias aprendidas se podrán desplegar los esfuerzos hacia las demás zonas no consideradas en este primer esfuerzo.

Las actividades descritas en el cronograma se plantean como un panorama general en el que se deberán enmarcar las acciones tendientes al logro de los objetivos de la estrategia. Se considera que este esfuerzo en la región del SAM no es único en tiempo ni en objetivos, por lo que se deberán desarrollar acciones para la coordinación y vinculación interinstitucional y velar por la continuidad de las acciones en plazos mayores al considerado en la presente estrategia.

Descripción de las acciones a desarrollar:

1. Publicación de la estrategia. Como primera actividad y para facilitar el conocimiento de la estrategia por parte de los socios del SAM, es necesario que este documento sea institucionalizado mediante su publicación y de esta manera facilitar su difusión.
2. Difusión de la estrategia entre los representantes nacionales correspondientes a los sitios piloto. La Unidad de Coordinación Regional del SAM establecerá las acciones correspondientes a hacer llegar la estrategia a los coordinadores nacionales y organismos trabajando dentro de los sitios "Piloto". A su vez, éstos serán responsables de identificar, informar, invitar y coordinar las instituciones que consideren para implementarla.
3. Establecimiento de acuerdos con las instituciones socias participantes en la implementación de la estrategia. Una vez que los socios han conocido la estrategia, es necesario que se identifiquen las formas en que los esfuerzos puedan viabilizarse en las actividades propias de cada institución, así como determinar las capacidades de cada una para participar.
4. Adecuaciones a la metodología (campañas y seguimiento) según el marco de referencia microregional. Siendo este instrumento de carácter general, es necesario que luego de conocerlo, a manera de un ejercicio de planeación, los socios que participarán en la implementación, evalúen sus capacidades y el marco de referencia microregional, del cual tienen mayor conocimiento, para adecuar la estrategia a sus respectivas realidades.
5. Establecimiento de la situación actual en el contexto de la estrategia y el marco de referencia microregional. Para una efectiva implementación de la estrategia, es necesario que de manera conjunta las instituciones participantes identifiquen la problemática ampliada a la escala microregional, con la finalidad de establecer la situación previa al inicio de las campañas, es decir la situación "CERO". Esta actividad se considera de vital importancia para las acciones de implementación, siendo el principal insumo para el seguimiento y evaluación de las metas.
6. Presentación de los programas de trabajo de las instituciones participantes en la implementación de la estrategia, a la Unidad de Coordinación Nacional. Esto podría idealizarse en una reunión del Comité Arrecifal Nacional. Las actividades 4 y 5, y demás componentes necesarios, se incluyen en una propuesta técnica económica que los implementadores someterán a la Coordinación Nacional, a manera de guía de las acciones específicas que adicionalmente o en complemento se coordinarán para cada Sitio Piloto.

Deberá de incluirse en esta propuesta local las campañas y los mecanismos de seguimiento/evaluación con base a lo establecido en el presente documento, además de las acciones de vinculación, coordinación y el presupuesto tentativo para su implementación. Desde la perspectiva económica, el Proyecto SAM considera solo el financiamiento básico para algunas actividades torales, por lo que serán las instituciones nacionales y locales las que deberán considerar sus capacidades para desarrollar algunas de las actividades propuestas en este documento, u otras complementarias a la presente estrategia. Esta consideración deberá ser tanto en número de actividades o acciones, priorización de ejecución, así como en la profundidad y extensión en la implementación de las mismas.

7. Inicio de las campañas.
8. Etapa 1: Estrategias relacionadas con la **concientización** de las poblaciones meta. En esta primera etapa de la estrategia, las acciones a implementar deberán poner especial énfasis en la concientización socioambiental de los públicos meta. Deberán tomarse como guía las campañas priorizadas y propuestas en el presente documento.
9. Seguimiento 1: Concientización. Luego de terminada la etapa 1 se considera necesario desarrollar acciones para evaluar el cambio en la conciencia socioambiental de las microregiones, de acuerdo con el apartado de seguimiento y considerando la Situación “Cero” previamente establecida. En tanto que se considera que el presente documento es de carácter flexible, luego de esta primera evaluación cabe la posibilidad de adecuaciones programáticas a la implementación, como efecto del éxito o fracaso de las acciones anteriormente desarrolladas.
10. Etapa 2: Estrategias relacionadas con el **cambio de actitud** de las poblaciones meta. Luego de los resultados obtenidos en la etapa 1, la 2 considera un nivel más alto de la internalización de los esfuerzos de conservación en los públicos meta. De esta manera, la meta de esta segunda etapa es la de generar cambios en la actitud socioambiental en los públicos meta. Al igual que la etapa 1, se deberán considerar como guías las campañas establecidas en este documento.
11. Seguimiento 2: Cambio de actitud. Tomando como puntos de partida los resultados del seguimiento 1, las campañas implementadas en el punto 11 y los indicadores para el seguimiento contenidas en este documento. Este seguimiento se refiere a la evaluación del cambio de actitud logrado en los públicos meta como efecto de la estrategia. Al igual, se considera que luego de la evaluación cabe la posibilidad de cambios en los programas de los implementadores como efecto del éxito o fracaso de las acciones.
12. Etapa 3: Estrategias relacionadas con el **nuevo comportamiento** de las poblaciones meta. En esta tercera etapa se considera un nivel más alto de la internalización de los esfuerzos de conservación en los públicos meta, bajo el supuesto de que luego de la actitud sigue el comportamiento. De esta manera, la meta es la de generar nuevos comportamientos relacionados con el manejo del ambiente y la situación social del público meta.
13. Seguimiento 3: Nuevo comportamiento. Considerando como punto de partida los resultados del seguimiento 2, este tercero, se refiere a la evaluación del nuevo comportamiento logrado en los públicos meta como efecto de la estrategia. Es necesario en esta última etapa, determinar las acciones que serán necesarias para no perder los avances logrados hasta el momento, por lo que uno de los resultados esperados estará en contexto de la continuidad de los esfuerzos en los sitios piloto. Gracias a esta primera experiencia, los implementadores estarán en condiciones de proponer las características

adicionales que tendrá la Estrategia de Concientización Ambiental del SAM luego de los primeros cinco años.

14. Reuniones para la evaluación de las metas de la estrategia y adecuaciones para el siguiente período. Se considera importante que los implementadores estén en pleno contacto entre sí y con la Unidad Coordinadora del Proyecto, por lo que además de la correspondencia habitual, será necesario desarrollar reuniones de trabajo para dar seguimiento a las metas de la estrategia.
15. Etapa de evaluación final de la estrategia en los sitios piloto y planeación para su continuación los próximos cinco años. Como resultado de los esfuerzos de seguimiento, las reuniones de evaluación y las recomendaciones de los implementadores, se podrá desarrollar un plan estratégico para expandir la Estrategia de Concientización a toda la región del SAM.

12. INDICADORES DE EFECTIVIDAD DE LA ESTRATEGIA

La evaluación y el seguimiento de la Estrategia de Concientización del SAM requiere de la elaboración de un sistema de indicadores (compuestos) que permitan agrupar los aspectos cualitativos y cuantitativos propios de la Estrategia, tales como elementos, sociales (organización comunitaria, uso del espacio), económicos (canasta básica, economía y servicios) y políticos (legislación, toma de decisiones) y personales (conceptos intangibles, ideas, actitudes, conciencia y conducta).

Cambiar las actitudes y la ideología toma tiempo, por lo que es muy difícil esperar que midiendo un cambio de conducta en el corto plazo se esté reflejando la efectividad de los esfuerzos de concientización. Puede ser que el público meta ni siquiera reconoce la problemática socioambiental que se haya generado de sus acciones, por pequeña que sea, ni mucho menos que requiera hacer cambios en algunas de sus actividades. Las actitudes y opiniones realmente significan mucho para la gente.

El desarrollo de indicadores realistas, para cada uno de los públicos meta debe reconocer las fases por las que la audiencia se desarrollará hasta que ocurra el cambio de actitud:

1. Se percatarán de que el mensaje existe (Se habrá captado su atención)
2. Entenderán lo que se les quiere transmitir (Habrán comprendido el mensaje)
3. Estarán de acuerdo de que el mensaje es cierto y que la demás gente debería escucharlo también.
4. Reconocen los beneficios que pueden recibir debido a la apropiación del mensaje.
5. Cambian sus actitudes
6. La nueva actitud les llevará a cambiar su comportamiento

De esta forma, los indicadores estarán en términos de medir en el público meta, lo siguiente:

- Incremento de la conciencia (Corto plazo)
- Cambio de actitud (Mediano plazo)
- Fomento de acciones. Autogestión (Largo plazo)

Los indicadores deberán elaborarse mediante el enfoque de los métodos compuestos de seguimiento, combinando elementos cualitativos y cuantitativos de los Públicos Meta. Esto es debido a la dificultad de establecer una sola herramienta como la más óptima para representar la complejidad de la realidad socioambiental del SAM. De igual manera, al referirse la estrategia a un cambio de comportamiento y actitudes humanas, es más productivo utilizar una colección variada de datos, obtenida de diferentes fuentes y métodos en diferentes momentos del proceso de evaluación con lo que se incrementa la validez y confiabilidad de los datos, de otro modo los indicadores resultantes serían incompletos e irreales.

Las herramientas que a continuación se recomiendan para la elaboración de indicadores son de carácter general y pueden ser sustituidas por los grupos de trabajo que implementen la estrategia en las regiones del SAM, seleccionando aquellas que sean más adecuadas a las condiciones socioculturales de cada país. En el siguiente cuadro se describen estas herramientas¹:

¹ VER: Frechtling, Joy, (et.al.)

Cuadro 8. HERRAMIENTAS SUGERIDAS PARA LA EVALUACION DE LA ESTRATEGIA

METODOS	
CUALITATIVOS	CUANTITATIVOS
OBSERVACION. (DIRECTA, FOTOGRAFIA, VIDEO)	ENCUESTAS
ENTREVISTAS	TESTS
TALLERES	BASES DE DATOS EXISTENTES
INFORMANTES CLAVE	ESTUDIOS DE DOCUMENTOS NO ORIENTADOS A LA ESTRATEGIA
EVALUACION DE COMPORTAMIENTO	REPORTES DE PROYECTOS SAM

Estas herramientas, en su implementación deberán comprender actividades complementarias. Por ejemplo, mediante la observación podría identificarse el estado de salud de los niños de determinada familia en las comunidades, complementada con la información que al respecto proporcione el Doctor local, para tener mejor idea del origen del problema, se puede recurrir al sitio donde se abastece la comunidad, además de que se puede conocer la casa donde viven, el modo de cocinar, etc. A todos estos elementos se les confiere, de acuerdo con la experiencia del monitor, una importancia numérica.

12.1 Proceso para la elaboración de los Indicadores.

Para el caso de la información cuantitativa existe información oficial, relativamente periódica que puede ser empleada para dar seguimiento a los tópicos de interés de la estrategia, además los demás proyectos del SAM, deberán reflejar algunos cambios en la conciencia socioambiental de la población meta.

Para el caso de la información cualitativa, deberá seguirse el siguiente proceso:

1. Elaboración de los instrumentos para recopilar la información.
2. Elaborar una clave para ponderar cada elemento de los instrumentos.
3. Acopio de la información.
4. Captura y cuantificación de la información cualitativa.
5. Elaboración del índice.

Ambos tipos de información deberán, como punto final del monitoreo de concentrarse en una matriz que permita establecer para cada aspecto de la estrategia un valor numérico y de esta manera determinar que tan efectiva esta siendo la campaña.

12.2 Tópicos del Monitoreo

En los cuadros que se presentan, se describen los índices e indicadores en los que deberán basarse las acciones de seguimiento. Estos indicadores podrán ser adecuados a las capacidades de las instituciones que implementen la estrategia, pero deberán conservar el sentido de indicadores complejos y lo señalado en la columna de ASPECTO (INDICADOR). Entre paréntesis aparecen las etapas a que corresponden los indicadores en el sentido de la descripción anterior.

Cuadro 9. INDICADORES DE EVALUACION Y SEGUIMIENTO

COMUNIDADES (Asentamientos humanos en la costa y su área de influencia)			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
Responsabilidad ambiental	(1) Prácticas de turismo responsable (prestadores de servicios)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de prestadores de servicios turísticos que conozcan del concepto de Turismo Responsable (Conocimiento -Concientización) ▪ Número de participantes en las actividades relacionadas que se desarrollen en la comunidad (talleres). (Conocimiento – Concientización) ▪ Número de prestadores de servicios que en sus actividades demuestren responsabilidad con el medio ambiente (Actitud) ▪ Número de prestadores de servicios que participan y organizan acciones relacionadas con la temática (talleres, comités, etc) (Actitud) ▪ Número de turistas en un determinado sitio en el mismo tiempo por temporada (Actitud) ▪ Opiniones de los turistas sobre los aspectos ambientales de los servicios turísticos de la comunidad (Conciencia – Actitud) 	<p>Talleres en las comunidades piloto sobre el tema.</p> <p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas con informantes clave y encuestas.</p> <p>Entrevistas con los turistas.</p> <p>Reportes presentados por los prestadores de servicios a la autoridad relacionada con las actividades marítimo-turísticas.</p>
	(2) Prácticas de turismo responsable (facilidades)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de establecimientos donde se manifiesta conocer los lineamientos de respeto al ambiente (Conocimiento-Conciencia) ▪ Número de establecimientos donde se observan los lineamientos de respeto al ambiente, ya sea por 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas con informantes clave y encuestas.</p>

COMUNIDADES (Asentamientos humanos en la costa y su área de influencia)			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
		<p>adecuaciones o diseño original. (Actitud)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguimiento a las acciones de evaluación de parte de las autoridades respecto a la normatividad (Actitud) 	<p>Entrevistas con los turistas.</p> <p>Consulta de Bases de datos de oficinas relacionadas con los permisos y control ambiental de la actividad.</p>
	(3) Práctica de la Pesca Responsable	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de participantes de los pescadores en las acciones relacionadas, organizadas por el SAM o instancias socias. (Conciencia – Actitud) ▪ Número de denuncias relacionada con los períodos de vedas y áreas restringidas a la actividad (Conciencia – Actitud) ▪ Características y mantenimiento de las artes de pesca (Conciencia – Actitud) ▪ Participación y organización de acciones relacionadas con la salud de los ecosistemas en la costa y las áreas de pesca, por parte de los pescadores (Conciencia – Actitud) 	<p>Talleres en las comunidades piloto sobre el tema.</p> <p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas con informantes clave y encuestas.</p> <p>Reportes presentados por los pescadores a la autoridad relacionada con las actividades pesqueras.</p>
Bienestar de la comunidad	(1) Salud.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cambios de hábitos alimenticios (canasta básica, higiene. (Concientización – Actitud) ▪ Condiciones del lugar donde se preparan los alimentos, etc) de las familias locales (situación inicial y cambios por efecto de la campaña). (Concientización - Actitud) ▪ Mejora en el estado de la salud de los menores de 12 años y de las madres. (Conciencia - Actitud) ▪ Consumo de productos desechables, enlatados. (Conciencia – Aptitud) ▪ Hábitos en el consumo de agua (Conciencia – Actitud) ▪ Disponibilidad y calidad de los servicios e infraestructura por obra de gobierno o gestión de la comunidad (Actitud) 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada. (Familias “Piloto”)</p> <p>Entrevistas con informantes clave y encuestas.</p> <p>Entrevistas con los turistas.</p> <p>Consulta de Bases de datos de clínicas rurales.</p> <p>Beneficiarios de programas de bienestar social (Tipo: Oportunidades, México, otros de Fomento Social)</p>

COMUNIDADES (Asentamientos humanos en la costa y su área de influencia)			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
	(2) Manejo de desechos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de lugares destinados a la disposición de los desechos sólidos y servicios sanitarios en las casas y la comunidad (Conciencia – Actitud) ▪ Volumen, naturaleza y tipo de desechos sólidos que se generan en la comunidad (Conciencia – Actitud) 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas con amas de casa y autoridades.</p>
Actitud Ambiental	(1) Internalización de la problemática ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de personas que manifiestan saber de los beneficios del aprovechamiento racional y responsable de los recursos naturales. (Conciencia) ▪ Número de personas que participan en acciones de conservación y mantenimiento de los espacios naturales marino – costeros (Actitud) ▪ Número de familias que presentan actitudes responsables en el manejo de los desechos y las condiciones de la vivienda (Conciencia – Actitud) 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas con pobladores y autoridades.</p> <p>Bases de datos de beneficiarios de programas de fomento a la vivienda.</p>

GOBIERNO			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
Normatividad y Figuras legales para el manejo de los recursos marino costeros	(1) Difusión de la normatividad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de lugares y anuncios dentro de la región donde se informe de aspectos ambientales (Conciencia – Actitud) ▪ Número de personas con conocimiento de la normatividad, en las dependencias y las comunidades (Conciencia – Actitud) ▪ Número de participantes en acciones ambientales (talleres, limpieza, etc) en la región (Conciencia – Actitud) ▪ Montos invertidos por período determinado y número de acciones organizadas por las autoridades (locales, regionales, etc) vinculadas a la difusión de 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas con pobladores y autoridades.</p> <p>Bases de datos oficiales de las instituciones relacionadas con el ambiente.</p>

GOBIERNO			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
		la normatividad, sean o no de su competencia. (Actitud)	
	(2) Seguimiento de la Normatividad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montos invertidos por período determinado y número de acciones organizadas por las autoridades (locales, regionales, etc) vinculadas al seguimiento de la aplicación de la normatividad ambiental. (Conciencia – Actitud) ▪ Presencia de oficinas y autoridades relacionadas al tema ambiental en las comunidades costeras (Conciencia – Actitud) 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Bases de datos oficiales de las instituciones relacionadas con el ambiente.</p>
Formación de la cultura ambiental	(1) Educación y promoción sobre temas ambientales de la zona marino costera.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montos invertidos por período determinado y número de acciones organizadas por las autoridades (locales, regionales, etc) vinculadas a la educación y promoción de temas ambientales. (Conciencia – Actitud) ▪ Presencia de oficinas e información relacionadas al tema ambiental en las comunidades costeras (Conciencia – Actitud) ▪ Comportamiento ambiental de las de las autoridades. Acciones (Conciencia – Actitud) 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Bases de datos oficiales de las instituciones relacionadas con el ambiente.</p>

TURISTAS			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
Conciencia ambiental	(1) Apropiación de conocimientos relacionados sobre los ecosistemas marino costeros.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de turistas que manifiestan saber de las características e importancia de los recursos marino costeros (Conciencia) ▪ Número de turistas que prefieren visitar destinos naturales debido a la calidad de sus recursos costeros (Actitud) ▪ Número de turistas que visitan el destino por más de 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas, encuestas (vía directa o Internet)</p> <p>Entrevistas con informantes clave (agencias de viaje, tour operadores,</p>

TURISTAS			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
		<p>una vez, y que la recomiendan debido a la calidad de sus recursos costeros (Actitud)</p> <ul style="list-style-type: none"> Número de turistas y medios de difusión, que manifiestan haberse interesado en la problemática ambiental del SAM (Conciencia – Actitud) 	prestadores de servicios, etc)
Valoración ambiental de la actividad Turística a través de los clientes	(1) Calidad de los recursos y servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Número de turistas que manifiestan exigencias hacia los prestadores de servicios en materia ambiental (Conciencia – Actitud) Número de quejas y denuncias presentadas por los turistas relacionadas con los aspectos ambientales de los servicios turísticos (Conciencia – Actitud) Número de turistas participantes en las actividades ambientales en los destinos (Actitud) 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Entrevistas, encuestas (vía directa o Internet)</p> <p>Entrevistas con informantes clave (agencias de viaje, tour operadores, prestadores de servicios, etc)</p>

MEDIOS DE COMUNICACION			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
Actitud ambiental de los medios.	(1) Publicaciones verdes	<ul style="list-style-type: none"> Número de espacios en los medios masivos de Comunicación dedicados a temas ambientales (Conciencia – Actitud) Calidad de los espacios dedicados a la temática ambiental (Conciencia – Actitud) Número de medios que han incluido espacios dedicados a la temática socioambiental del SAM Número de entrevistas, solicitudes de información, etc. de medios de comunicación a las instituciones relacionadas con los aspectos ambientales del SAM 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Seguimiento periodístico</p> <p>Archivos y bases de datos de los medios de comunicación locales y regionales</p>

INDUSTRIA			
CATEGORIA	ASPECTO (INDICADOR)	VARIABLES	METODOLOGIA (PROPUESTA)
Responsabilidad ambiental de la industria	(1) Manejo de desechos industriales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de industrias que presentan acciones relacionadas con el tratamiento de sus desechos , por normatividad o por imagen corporativa (Conciencia – Actitud) ▪ Número de industrias que han presentado programas o proyectos relacionados con el tratamiento de sus desechos (Conciencia – Actitud) ▪ Numero de denuncias, multas, etc presentadas en contra de las empresas industriales relacionadas con la temática socioambiental 	<p>Observación in situ, fotografía y video, con base en una guía previamente elaborada.</p> <p>Bases de datos oficiales de las instituciones relacionadas con el ambiente.</p>
	(2) Financiamiento de acciones ambientales en la Región	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilidades corporativas que presentan las industrias para financiar acciones relacionadas con el medio ambiente (Conciencia – Actitud) ▪ Número y monto de las acciones relacionadas con la temática ambiental en las que haya participado la empresa, ya sea como organizador o como invitado (Conciencia – Actitud) 	

13. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

Andara, María Eugenia. COPPE/UFRJ. (1992). Os Sistemas Integrados: Sus Potencialidades como Estilo de Desenvolvimento Socioeconómico e Ecológico, Pp 77- 82.

Bimsa (2002). Estrategia de Comunicación para el Corredor Biológico Mesoamericano. 13-37p

Frausto, Oscar, Stefen Giese, (2002), "Indicadores ambientales de turismo sustentable para el Caribe y Centroamérica: Isla de Cozumel, México" En: Pereira, Boxil Alberto, Ian, Maerk Johannes (Editores) *Turismo, desarrollo y recursos naturales en el Caribe*. Universidad de Quintana Roo, Department of Management Studies, University of West Indies. Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V. Pp. 127 – 138.

Frechtling, Joy, Sharp Laure, Westat (Editores), (1997), User-Friendly Handbook for Mixed Method Evaluations. Directorate for Education and Human Resources, Division of Research, Evaluation and Communication National Science Foundation (NSF). 126pp.
<http://www.ehr.nsf.gov/EHR/REC/pubs/NSF97-153/start.htm>

MBRS Project. 2001. Annual Work Plan, 2001-2002, 23,30, 34pp.

OIT. 1989. Convenio No. 169, Sobre Pueblos Indígenas y Tribales, Organización Internacional del Trabajo.

Olderman, Ray. (s/f), Social marketing: The bottom line is behavior change. <http://www.bcentral.com/articles/demographics/135.asp> Price Watherhouse Coopers (s/f), Developing Social Indicators for Use in GRI Sustainability Reporting. Global Reporting Initiative, <http://www.globalreporting.org/Events/September1999/BackgroundDocuments/Social-Weiss.pdf>

SACHS, IGNACY.1992. Equitable Development on a Health Planet: Transition Strategies for the 21st Century, in: Hague Symposium on "Sustainable Development: Front Concept to Action".

Savory, Allan 1999. Holistic Management. A new framework for decision making. Island Press. Washington. 616 pp.

Silva, Mauricio et. al. 2000., Análisis Social del Área de Influencia del Sistema Arrecifal Mesoamericano (SAM). 22-31pp.

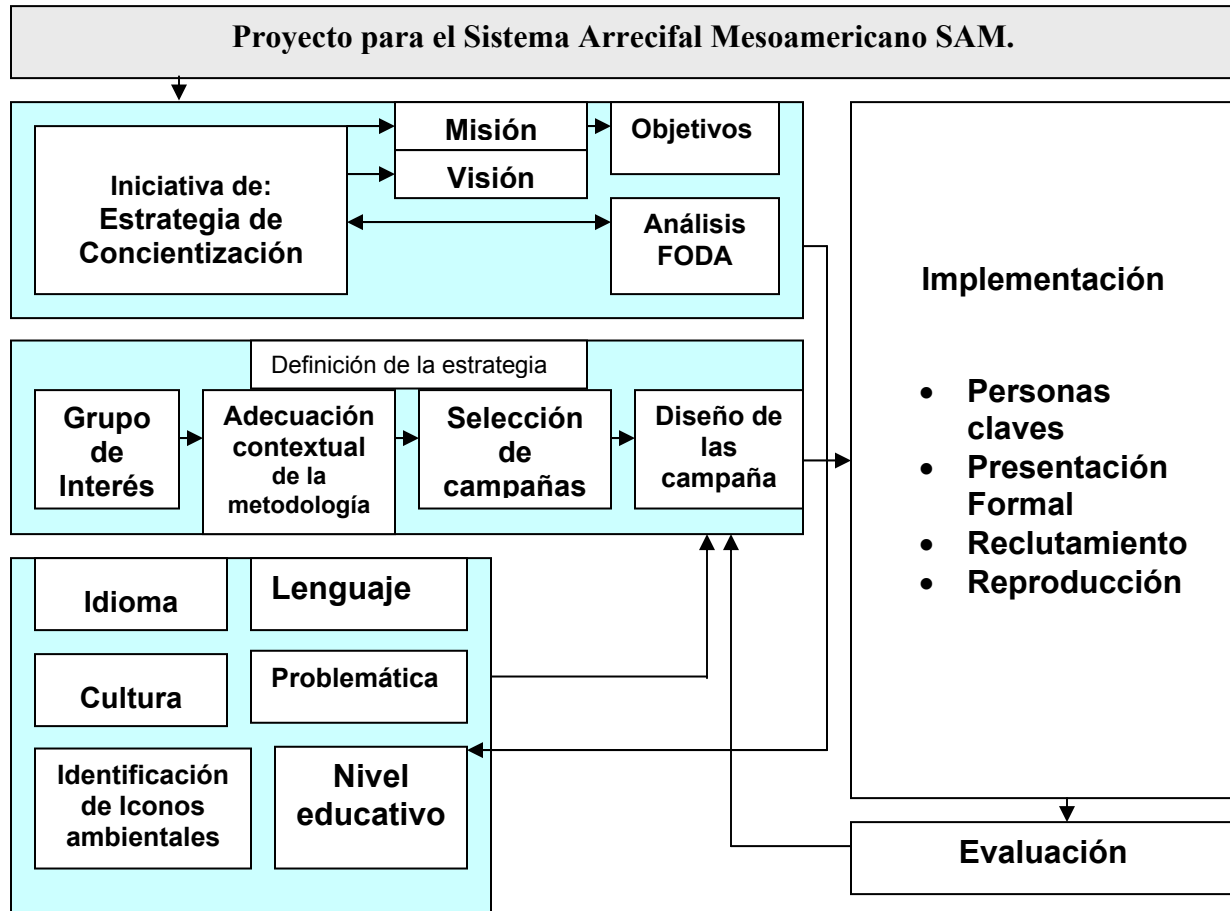
TRIGOH.1999. Plan Estratégico de la Alianza Trinacional para la Protección del Golfo de Honduras.

Windevoxhel, et al.1997. Situación del Manejo Integrado de Zonas Costeras en Centro América: Experiencias del Programa de Conservación de Humedales y de Zonas Costeras de UICN para la Región. PROARCA/COSTAS/USAID,79 pp.

14. ANEXOS

ANEXO 1.

HOJA SÍNTESIS (MATRIZ)



ANEXO 2.**Directorio de contactos internacionales**

Belice	Guatemala	Honduras	México	Org. Regionales
TIDE BELPO Holchan Marine Reserve UB Fisheries Dep. Environment Dep. Belize City Council National Garífuna Council Belize Audubon Society PACT Secretaria de Educación Green Reef. Friend of Nature	MARN FUNDAECO FUNDARY FLACSO Municipalidades de Izabal Secretaria de Educación CECON UNIPESCA	SERNA Digepesca ODECO UNAH FUNDEMUN INADES Enlace de Mujeres Negras REHDES UGA, Cortés UMA , Omoa Secretaria de Educación ENP CURLA	SEMARNAT ECOSUR UQROO UNAM SEDUMA CINVESTAV Municipalidades de Benito Juárez, OPB, Cozumel y Carrillo Puerto, Solidaridad, Isla Mujeres. Secretaria de Educación Amigos de Sian Ka'an Amigos del Manatí SEyCQROO Red de Educadores Ambientales Organizaciones Hoteleras Secretaria de Turismo Grupo Xcaret	CBM PROARCA TRIGOH BEMMANCOR ONECA WWF TNC