



# TEORÍA DE CAMBIO - CARDENALITO



Para octubre 2023, la intención de utilizar cardenalitos silvestres dentro de la audiencia se ha mantenido con niveles igualmente bajos a los reportados en la línea base en marzo 2022.

Para octubre 2023, la intención de los avicultores de adoptar prácticas de cría que reduzcan la demanda de cardenalito silvestres ha incrementado en un 20% con respecto a la línea base medida en marzo 2022.



**CONOCIMIENTO**

Para octubre de 2022, 60% de la audiencia (grupo de tratamiento), conocen cómo pueden aportar desde su ámbito personal, en la reducción de la demanda de cardenalitos silvestres en la avicultura.

Para marzo de 2023, 60% de la audiencia (grupo de tratamiento), han incrementado sus conocimientos sobre cuáles prácticas de cría contribuyen a reducir la demanda de cardenalitos silvestres en la avicultura.

**ACTITUDES**

Para octubre de 2023:

- 60% de la audiencia expresa una valoración positiva hacia la adopción de prácticas de cría y que desalienten el uso de aves silvestres en la avicultura.
- 30% de la audiencia expresa una valoración positiva hacia los criadores que promueven la reducción de la demanda de cardenalitos silvestres en la avicultura.

**NORMAS SOCIALES**

Para agosto de 2023:

- 60% de la audiencia expresa creencias y motivaciones para cumplir normas sociales relacionadas con buenas prácticas en la avicultura enfocadas en reducir la demanda de aves silvestres.
- 30% de los avicultores que apoyan la adopción de prácticas que reducen la demanda de Cardenalitos silvestres perciben que su prestigio y reconocimiento ha incrementado.

**CONTROL**

Para junio 2022, se han establecido alianzas con avicultores y sociedades de cría para estimular la participación a eventos/talleres, y facilitar la evaluación de los indicadores conductuales y de participación.

Para junio de 2022, los conflictos personales e institucionales dentro de las sociedades de cría (sociedades tratamiento en Venezuela, España y Brasil) y sus miembros han sido identificados y manejados.



**Proporción de la audiencia que:**

- Conoce cómo contribuir en la reducción de la demanda de cardenalitos silvestres.
- Identifica correctamente las prácticas de cría que reducen la demanda de cardenalitos silvestres.

Medida antes y después de la campaña y en grupos control y tratamiento.

**Proporción de la audiencia con actitudes positivas hacia:**

- La adopción de buenas prácticas de cría.
- Los criadores que promueven prácticas de cría que reduzcan la demanda de Cardenalitos silvestres.

Medidas antes y después de la campaña de comunicación y en grupos control y tratamiento.

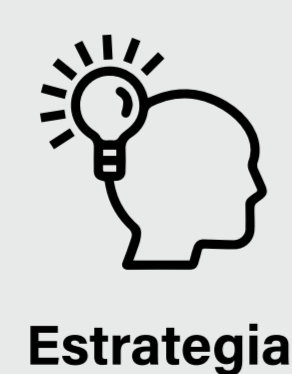
**Proporción de la audiencia con:**

- Creencias y motivaciones normativas hacia la adopción de buenas prácticas de cría.
- Mayor percepción de prestigio y reconocimiento hacia los avicultores que promueven la reducción en la demanda de Cardenalitos silvestres.

Medida antes y después de la campaña de comunicación y en grupos control y tratamiento.

Acuerdos firmados con personas y federaciones o asociaciones de cría en Venezuela, España, Portugal y Brasil.

Número de avicultores de España, Brasil, Venezuela y Portugal que se adhieren a la página oficial de la campaña en Facebook @anidandoFuturo e incremento junio-diciembre en las interacciones con posts y publicaciones de audiencia.



Campaña comunicacional (revistas de aviculturas & redes sociales) utilizando miembros de la Red de Especialistas y Avicultores Amigos del Cardenalito (REAAC) para promover conocimiento sobre cómo cada avicultor puede contribuir a reducir la demanda.

Organizar webinar y entrevistas con los miembros de la REAAC para compartir con otros avicultores experiencias sobre prácticas de cría que reduzcan la demanda de cardenalitos silvestres.

Coordinar con sociedades de cría para crear reconocimiento a criadores que promuevan y usen prácticas de cría que reduzcan la demanda de cardenalitos silvestres en la avicultura.

Campaña comunicacional para fomentar valores positivos hacia la adopción de buenas prácticas de cría utilizando testimonios de criadores que manejan su plantel sin cardenalitos silvestres.

Campaña comunicacional para:

- Difundir valores positivos y reconocimiento a criadores que promuevan y usen prácticas de cría que reduzcan la demanda de cardenalito silvestres en la avicultura.
- Promover normas sociales y morales (código de conducta) pro buenas prácticas en la avicultura.

Coordinar con las sociedades de cría para incrementar las exigencias de no usar aves silvestres.

Establecer acuerdos de colaboración con sociedades y federaciones de cría en Venezuela, España, Portugal y Brasil que permitan incrementar la capacidad de convocatoria, estimular el nivel de participación a eventos/talleres, y facilitar la difusión de instrumentos de evaluación.

Utilizar lenguaje integrador y reconciliador en la interacción con avicultores.

## S Supuestos

- S1** Suponemos que una vez informados de los efectos que la demanda de Cardenalitos silvestres tiene sobre las poblaciones en Venezuela, los avicultores tomarán decisiones acordes con los valores de conservación.
- S2** Suponemos que la REAAC tiene un alcance e impacto alto en los grupos de audiencia seleccionados.
- S3** Suponemos que los miembros de la REAAC contribuirán a desarrollar el contenido para la campaña.
- S4** Suponemos las sociedades y federaciones de cría identificadas en Venezuela y el nodo ibérico son respetadas y reconocidas entre la comunidad de avicultores.
- S5** Suponemos que el equipo logrará identificar avicultores que tengan una comunicación efectiva (con bajo conflicto) y con amplio alcance dentro de la comunidad.
- S6** Suponemos que los avicultores identificados tendrán alta aceptación y credibilidad dentro de los grupos de audiencia.
- S7** Suponemos que el equipo logrará identificar normas sociales acordes con el contexto social y cultural de los grupos dentro de la audiencia y que será capaz de comunicarlas de forma efectiva.
- S8** Suponemos que las sociedades de cría identificadas tendrán la capacidad operativa o técnica para apoyar las actividades.
- S9** Suponemos que las sociedades de cría cuentan con las habilidades interpersonales para el manejo de conflicto.
- S10** Suponemos que los avicultores cuentan con disposición a establecer alianzas una vez se establecen puntos de acuerdo y disposición a mantener comunicación fluida.
- S11** Suponemos que el equipo logrará identificar el tono y lenguaje respetuoso acordes con el contexto social y cultural de los avicultores.

María Daniela Pineda-Maldonado, Arlene Cardozo-Urdaneta, Lisandro Morán, Felix Moya, Ada Sánchez-Mercado (2022). Teoría de cambio para las campañas de cambio de comportamiento para reducir la demanda de aves silvestres. Cardenalito y Cotorra Cabeciamarilla como casos de estudio. Provita. Caracas, Venezuela.

Consulta nuestras herramientas

