

## **CORONAVIRUS A COLABORACIÓN, INNOVACIÓN A INCLUSIÓN**

**Temas y Oportunidades para la Defensa  
de los Animales de Granja**



**Caryn Ginsberg  
Priority Visions**

Traducido por  
Soledad Robledo

**Este informe se basa en entrevistas a 29 líderes del activismo vegano y de los animales de granja, incluidos algunos del sector empresarial.**

- Los participantes fueron grupos nacionales e internacionales en vez de grupos locales o movimientos comunitarios. Ellos son predominantemente de E.E.U.U., pero hubo un número de grupos internacionales, como también, grupos de E.E.U.U. con operaciones internacionales. No participaron grupos locales ni comunitarios.
- Las entrevistas duraron aproximadamente 40 minutos, y se realizaron entre mediados de julio y mediados de septiembre de 2020.

Jo Anderson, Faunalytics

Josh Balk, Humane Society of the United States

David Benzaquen, Mission: Plant

Jaya Bhumitra, Animal Charity Evaluators

Aryenish Birdie, Encompass

David Coman-Hidy, The Humane League

Rune-Christoffer Dragsdahl, Vegetarian Society of Denmark

Rachel Dreskin, Compassion in World Farming (U.S.)

Jill Eckart, Physicians Committee for Responsible Medicine

Stephanie Feldstein, Center for Biological Diversity

Alexis Fox, Lighter

Bruce Friedrich, Good Food Institute

Leah Garcés, Mercy for Animals

Che Green, Cultivate Insights

Jamie Harris, Sentience Institute

Kirsty Henderson, Anima International

Mahi Klosterhalfen, Albert Schweitzer Foundation

Tobias Leenaert, veganstrategist.org

Erica Meier, Animal Outlook

Dawn Moncrief, A Well-Fed World

Sharon Nuñez Gough, Animal Equality

Stephanie Redcross, Vegan Mainstream, VegFund

Ria Rehberg, Veganuary

Neta Rosenthal, Modern Agriculture Foundation

Jasmin Singer, Our Hen House

Jan Sorgenfrei, Anima International

Kim Sturla, Animal Place

Keri Szejda, North Mountain Consulting Group

Jens Tuidter, ProVeg

Michael Webermann, ProVeg (U.S.)

*¡Gracias a todos los participantes!*

## INTRODUCCIÓN

### CÓMO USAR ESTA INFORMACIÓN



#### Entender el texto

- Las citas de los participantes están en [verde azulado](#). Las he reproducido de mis apuntes, editandolas para que se entiendan.
- Los recursos están enumerados con sus links al final de este documento.



#### Por favor tener en cuenta...

- Los hallazgos que no sean citas ni ideas, exceptuando los que se señalan, son producto de lo que piensan los participantes y yo misma. He intentado mostrar distintas opiniones, pero también he utilizado mi juicio sobre qué incluir.
- Parte de la información podría ser más relevante para las organizaciones sin fines de lucro de E.E.U.U., ya que de ahí proviene mi experiencia. Estoy especialmente agradecida a los participantes que no son de E.E.U.U. por su colaboración.
- Debido a que soy la Presidenta del Directorio de Faunalytics, estoy mas familiarizada con sus recursos. Por ende, aquí se incluyen más éstos que los de otros grupos de investigación, a quienes yo respeto.



#### El propósito de este proyecto es crear conocimiento compartido para planificar. Busca...

- Percepción para refinar tu labor
- Perspectivas que te podrían ayudar a ti y a tu equipo a pensar de forma distinta
- Ideas a explorar más profundamente
- Recordatorios sobre qué se debe priorizar
- Pasos para actuar a evaluar o seguir

## Hallazgos Claves



- **La situación del mundo exige flexibilidad, innovación, concentración, cautela, y plan de emergencia**

- Los grupos se han adaptado al Coronavirus, pero muchos son pesimistas sobre su impacto en 2021.



- **Los entrevistados citaron a los productos basados en plantas y la carne cultivada (los dos juntos), la mayoría de las veces, como la tendencia más estimulante para alejarse de la alimentación con productos animales.**

- El crecimiento de productos alternativos está masificando la alimentación vegana. Las organizaciones sin fines de lucro tienen una extraordinaria herramienta en el público con quien habla, ya que son la voz más efectiva para los productos.



- **La reacción del mundo ante el cambio climático y la pandemia ha creado nuevas oportunidades y coaliciones transversales.**

- Los participantes señalaron esta tendencia, la segunda más frecuentemente nombrada, como el desarrollo más estimulante.



- **Diversidad, equidad e inclusión (DEI) fue mencionado, la mayoría de las veces, como el área que debe ser mejorada por nuestro movimiento.**

- Los intereses incluyeron no sólo la diversidad racial sino además, las de clase, país y formas de pensar.
- El progreso requiere la creación de culturas organizacionales que permitan el éxito, en vez de sólo concentrarse en contratar/atraer gente.



# TEMAS CLAVES

## MEDIO AMBIENTE

### SITUACIÓN DEL MUNDO

Exigencias, flexibilidad, innovación, concentración, cautela, y plan de emergencia.

Tendencia Mas Estimulante N°1

### CRECIMIENTO DE PRODUCTOS ALTERNATIVOS

Alimentos basados en plantas están masificando la alimentación vegana y se asoma la carne cultivada

...un poco de ansiedad, éstos no podrán terminar con la ganadería intensiva

Tendencia Mas Estimulante N°2

### REACCIÓN ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA PANDEMIA

Trae nuevo interés de empresas y gobierno más coaliciones transversales

## APTITUDES

### INNOVACIÓN

Valorada, pero las organizaciones podrían no estar preparadas para apoyar

### COLABORACIÓN EN EL MOVIMIENTO

Ha aumentado, apoyada por la tecnología, pero financiamiento puede causar competencia

### INVESTIGACIÓN Y MEDICIÓN

Más integral, pero al contar las vidas salvadas o mejoradas podría dar énfasis a resultados a corto plazo en vez de innovación y trabajo a largo plazo

### CAMPAÑAS CORPORATIVAS

Muchas ideas para construir con éxito... cautela o necesidad de hacerse valer

### ALCANCE

### DIETA INDIVIDUAL

Muchos escépticos, mientras otros defienden su importancia, especialmente cuando se asocia con mayor alcance de las empresas

### POLÍTICO Y JURÍDICO

Impulsar cambio estimulante con mayor impacto potencial... podría estar poco financiado

## DESARROLLO DEL MOVIMIENTO Y DE LAS ORGANIZACIONES

### DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

Mencionado, más frecuentemente, como lo que nuestro movimiento debiese mejorar... requiere compromiso

### TALENTO

Se necesitan mejores tentativas para atraer personal altamente calificado, incluyendo del área científica y de otros movimientos

### LIDERAZGO

Nuestras organizaciones más admiradas tienen un fuerte liderazgo, clave para retener personal y voluntarios

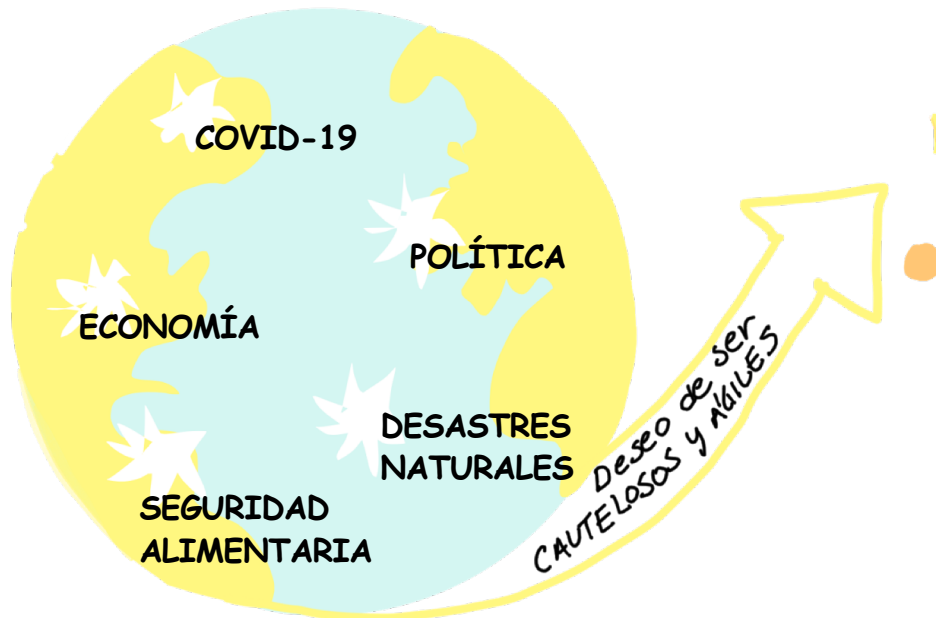
## MEDIO AMBIENTE SITUACIÓN DEL MUNDO

La situación del mundo exige flexibilidad, innovación, concentración, cautela y plan de emergencia.

Los grupos se han adaptado al Coronavirus, pero muchos son pesimistas sobre impactos en 2021.

Es importante ser flexible y ajustar nuestro alcance.

Las vidas e ingresos de las personas han sido afectados. Lo que hubiésemos hecho hace dos años atrás no tendría repercusión hoy. También habrán cambios políticos.



Nosotros necesitamos ser más diversos... las metas no, programas o propósitos más amplios, lo que podría generar que la misión se mueva lentamente. Acento en las tácticas.

También ver blog de Evaluadores de Organizaciones Benéficas Animales (Animal Charity Evaluators) sobre como los principales grupos han manejado COVID-19 (1)

## MEDIO AMBIENTE SITUACIÓN DEL MUNDO

### MATRIZ MACMILLAN

Puede ser muy difícil, especialmente para los voluntarios y el personal, aceptar una reestructuración, reducirse o poner fin a programas o campañas. Las condiciones dramáticas de 2020 podrían convertir el presente en el mejor momento, jamás visto, para tomarse un tiempo para identificar oportunidades de optimización.

**La Matriz MacMillan puede ayudar a los grupos a analizar programas y campañas para determinar la mejor combinación (2).** Ésta considera cuatro dimensiones incluyendo alineamiento con la misión, atractivo del programa, cobertura alternativa, y posición competitiva. Según cómo se alinien estos factores, la matriz provee distintas recomendaciones estratégicas para crecer, asociarse, abandonar y más. Es una herramienta compleja, pero su conocimiento y frutos pueden ser significativos

		Programa de Alto Atractivo: Programa "Fácil"		Programa de Bajo Atractivo: Programa "Difícil"	
		Alternativa de Alta Cobertura	Alternativa de Baja Cobertura	Alternativa de Alta Cobertura	Alternativa de Baja Cobertura
CALZA BIEN CON MISIÓN Y HABILIDA- DES	Fuerte Posición de Competitivi- dad	1. Compite Agresivamente	2. Crece Agresivamente	5. Apoya al mejor Competidor	6. "Alma de la Agencia"
	Débil Posición de Competitivi- dad	3. Abandona	4. Construye fortaleza o vete	7. Retírate sistemática- mente	8. Trabaja colaborativa- mente
CALZA POBREMEN- TE CON MISIÓN Y HABILIDA- DES		10. Retírate sistemáticamente		9. Abandona	

TENDENCIA MAS ESTIMULANTE N°1  
CRECIMIENTO DE PRODUCTOS ALTERNATIVOS

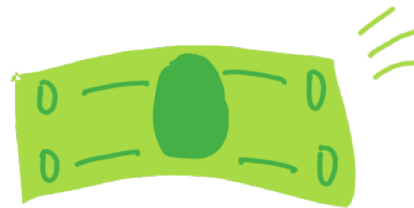
**El crecimiento de productos alternativos está masificando la alimentación vegana. Las organizaciones sin fines de lucro ayudan a construir mercados.**

- Los entrevistados citaron, la mayoría de las veces, a los productos basados en plantas y carne cultivada (los dos juntos) como la tendencia más estimulante para alejarse de la alimentación con productos animales.
- Las organizaciones sin fines de lucro tienen una extraordinaria herramienta en el público con quién habla, el cual es la voz más eficaz de los productos.
- Preocupación: las organizaciones sin fines de lucro perderán el control del mensaje y el financiamiento, la industria por sí sola no podrá terminar con la ganadería intensiva.

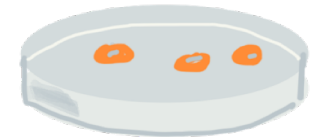


Las organizaciones sin fines de lucro ayudan a las empresas a ver el potencial de nuevos productos. Ellas son la conexión con otras empresas e instituciones, gobierno y medios.

El apoyo de las organizaciones sin fines de lucro, al área de los alimentos basados en plantas, es esencial. Ayuda mucho a acelerar el proceso. La promoción directa, como de Good Food Institute, y el alcance corporativo de empresas como Aramark, son importantes.



Las organizaciones sin fines de lucro pueden utilizar una mezcla de aliento, apoyo y presión para ayudar a que los productos basados en plantas sean asequibles y económicos, pero deben ser cuidadosas de no sostener estándares más altos que les haga difícil, a las empresas basadas en plantas, competir contra la carne.



Trabajar por los alimentos basados en plantas con emprendimientos, como también, con otros movimientos ofrece la oportunidad de probar tentativas para la carne cultivada en el futuro

Convencer a ONGs medioambientales, de salud mundial, de lucha contra la pobreza, y de seguridad alimentaria de que agreguen la carne cultivada a sus prioridades, es una estrategia ganadora... La carne cultivada y la basada en plantas serán lo que nos salvará.

***¿Existen otras formas mutuamente beneficiosas para aumentar la colaboración entre organizaciones sin fines de lucro y emprendimientos basados en plantas?***

## TENDENCIA MAS ESTIMULANTE N°2 REACCIÓN ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA PANDEMIA

La reacción del mundo ante el cambio climático y la pandemia ha creado nuevas oportunidades y coaliciones transversales.

Debido a la preocupación por el cambio climático, habría la posibilidad de proveer una ventaja política para sacar la carne de la industria ganadera intensiva.

Estamos ampliando lo que significa trabajar contra la ganadería intensiva. Estamos enmarcando a la industria ganadera intensiva como un sistema opresor que daña a todos.

A las empresas les dolió la interrupción de cadenas de abastecimiento debido al cierre de mataderos -> ahora ven que los alimentos basados en plantas ofrecen un riesgo menor.

Necesitamos ampliar con quien hacemos negocios. Tenemos que brindar apoyo a otros para que lleven gente a la mesa.



### RIESGOS

- El veganismo al verse como “políticamente correcto” retrasa el progreso...  
*¿Debería existir un nuevo grupo que utilice estrategias y contenidos no partidistas o con orientación conservadora?*
- Al centrarse en los gases de efecto invernadero, los grupos medioambientalistas podrían simplemente hacer que las personas cambien la carne por el pollo.
- Podría acabar con las coaliciones.

*¿Pueden los grupos de protección animal hacer más para ayudar a los grupos medioambientalistas a avanzar en nuestras metas en común?*  
*Ejemplos: ayudar a los grupos europeos medioambientalistas a realizar más campañas, incluso más en investigaciones sobre los impactos humanos y medioambientales.*

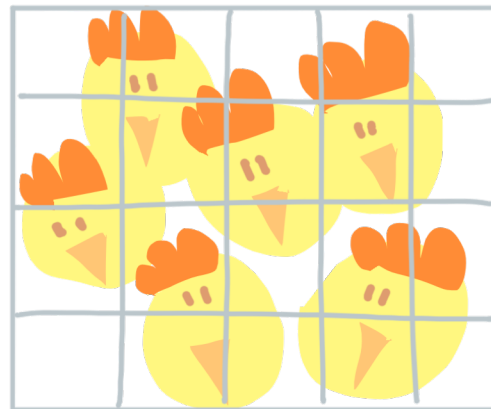
## ALCANCE CAMPAÑAS CORPORATIVAS

La idea de los participantes es construir sobre el éxito de las campañas corporativas, incluyendo la campaña de E.E.U.U. para los pollos usados como carne, más campañas en Europa, la cuantificación de los impactos en el cambio climático, hacer participar a los ganaderos, y mayor participación de grupos pequeños.

El mundo capitalista está gobernado por decisiones de negocios. Creo que el sector empresarial es la fuerza del desarrollo. Puedes acercarte a las empresas y darles una propuesta que les sea útil. Ellos pueden conducir el cambio más rápidamente.

Más grupos pro animal están trabajando en el mundo en políticas globales, y consiguiendo triunfos, a través de grandes compromisos, por parte de las cadenas de tiendas de formas nunca antes vistas.

¿Las empresas completarán sus compromisos? ¿Estamos organizados para exigir su cumplimiento?



**Hacer participar a los ganaderos** brinda historias convincentes al público y deja atrás el ser enemigos mutuos.

**Es crítico cuantificar el impacto de los alimentos**, demostrando cómo el cambio afecta las emisiones, las metas del uso de la tierra, etc. Es mucho trabajo, pero podríamos realmente lograr un impacto en ese momento.

## ALCANCE CAMBIO DE DIETA

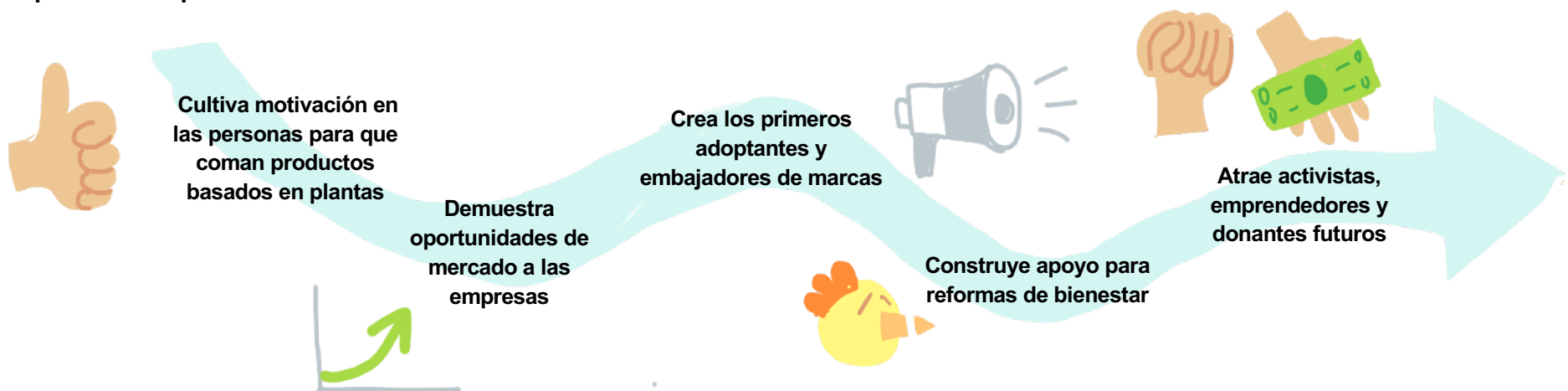
El rol del activismo en la dieta individual está siendo cuestionado debido al éxito de productos basados en plantas y del alcance institucional.

- Al integrar el alcance que tienen las empresas, los enfoques innovativos, la atención a promotores en desarrollo, y una mejor medición se puede mejorar los resultados.

Los comentarios variaron desde no darle importancia al impacto del activismo en la dieta individual, a defenderlo como un aspecto integral del área.

- Los análisis de Sentience Institute favorecen la promoción institucional por sobre la individual, pero no son necesariamente exclusivas (3).
- Varios de los participantes señalaron que la promoción de bienestar personal, por parte de las empresas, y las campañas políticas alcanzan a los individuos y pueden dar pie a un cambio de dieta como efecto secundario. También, podría ser una mejor manera de cultivar activistas y donantes.

**Oportunidades para construir sobre el alcance en la dieta individual:**





## ALCANCE CAMBIO DE DIETA



### Alcance en la Dieta bajo COVID19

Una **encuesta** Veganuary mostró que la gente que come más productos veganos lo hace porque percibe a la carne como más peligrosa durante la pandemia. La venta de tofu en E.E.U.U. ha subido un 40% en la primera mitad de 2020 vs. 2019 (3). La investigación de Faunalytics halló a la gente un poco menos propensa a probar veganismo/ alimentación basada en plantas y solo un poco más propensa a comer menos carne vs. más carne (4). Resultados varían por lo que hay que recalcar que los **esfuerzos de marketing deben estar bien dirigidos**.



### Colaboración

Se vienen muchas colaboraciones valiosas sobre el alcance individual, incluyendo Veganuary y Challenge 22, ya que cada uno trabaja con activistas y organizaciones en otros países para traer y adoptar sus programas. **Incluso, podría haber beneficios con una mayor colaboración** entre Veganuary, Animals Now (Challenge 22), PCRM (21 Días de Puntapié Inicial Vegano) y los programas en línea. A pesar de que el programa de cada grupo tiene diferencias importantes, podrían haber oportunidades para compartir datos, determinar las mejores prácticas e identificar otras ideas para mejorar el resultado de todos.

Una organización independiente que analizó los datos entre organizaciones, y entregó secuencias óptimas de mensajes a las personas en nombre de las organizaciones sin fines de lucro, concluyó que una forma eficiente es la inversión en tecnología y conocimientos que podrían mejorar los resultados del alcance en la dieta individual.



### Apoyar Cambio Gradual pero Persistente

Pese a que hay muchos programas exitosos para probar ser 100% vegano, sería óptimo que los complementarían con esfuerzos a más largo plazo, apoyando cambios más graduales, El estudio de Faunalytics sobre retención ([retention](#)) halló que **las personas que hacían la transición más rápidamente hacia la alimentación vegana eran menos propensas a persistir**. Libros populares como *Atomic Habits* y *Tiny Habits* (*Hábitos Atómicos* y *Hábitos Minúsculos*) demuestran a la gente el valor de adicionar nuevos comportamientos al comenzar de a poco.

*Hábitos Atómicos* también recalca **la importancia de construir sistemas que apoyen el cambio continuo**. Se podría incluir, en la divulgación vegana, ayuda a la gente a que aprenda más sobre planificación de menús, recetas, preparación de comida, cocinar en grandes cantidades, alimentos para congelador y otras formas de ahorro de tiempo y dinero.



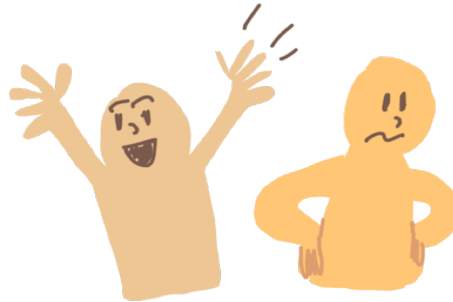
## ALCANCE POLÍTICO Y JURÍDICO

El cambio político y jurídico está conduciendo cambios estimulantes en E.E.U.U. y Europa, como son las jaulas batería, mientras nuevas leyes dan esperanza en lugares con poca historia de protección animal.

- Hay cabida para más impacto, una oportunidad que podría no estar recibiendo la atención adecuada por parte de los financiadores.

### Muchos participantes aplaudieron los logros.

→ Debido al éxito en California, los grupos en otros estados solicitaron tiempo para cumplir y luego apoyaron la legislación (Oregon, Washington, Michigan, Colorado). Vamos rumbo a eliminar las jaulas baterías en E.E.U.U. y globalmente.



### Otros querían mucho más trabajo.

Si no establecemos juntos una estrategia política fuerte, no seremos un movimiento muy serio. Observa el de las armas y del aborto y como llegaron al poder. Es organización local hábil. Necesitamos más en temas locales y en todos los estados.

→ México tiene su primera ley de animales de granja que establece protección y criminaliza crueldad en Zapopan [la séptima municipalidad más populosa del país].

→ Más gobiernos están reduciendo su huella de carbono, pero no incluye alimentación. ¿Cómo abordaremos los subsidios, la publicidad y las donaciones deducibles?

## APTITUDES COLABORACION

La colaboración dentro del movimiento, como Open Wing Alliance (Alianza de la Ala Abierta), también ha aumentado sustancialmente, apoyada por tecnologías que facilitan la interacción efectiva. Sin embargo, la presión por parte de los financiadores puede dar pie a la competitividad.

**Hemos trabajado mucho para construir coaliciones. Lo vemos en el sector privado también.**

Hay más oportunidades para colaborar...

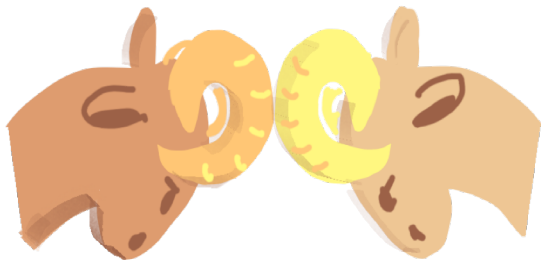


Me gustaría **compartir procesos políticos, entre las organizaciones**, de los distintos puntos de esta travesía. Habrían foros para que las personas pudiesen aprender e inspirarse mutuamente.

Las herramientas tecnológicas, como Slack y Asana están ayudando...



**pero no en la red de contactos y el desarrollo de relaciones, especialmente cuando Covid ha reducido los eventos presenciales este año.**



La competencia para ser financiado puede ser un impedimento.

Los grupos no comparten sus mejores ideas porque están compitiendo por subvenciones de capital. Necesitamos dar más espacio para que la gente comparta sus ideas, debilidades iniciales, etc.

**La división en el movimiento es desalentadora** incluso para los líderes: juzgar, avergonzar, y volverse en contra de otros, más la división sutil entre aquellos que creen que sólo ciertas estrategias valen la pena y aquellos que siguen otros enfoques.

## HABILIDADES INNOVACIÓN

La innovación es valorada, pero las organizaciones podrían no estar siempre preparadas para apoyarla.  
Las ideas de los participantes de como cultivar una cultura innovativa:



### Diversidad cognitiva

(personas que piensan y resuelven problemas en forma distinta)



### Experimentos liderados por el personal/voluntarios

Déjalos que inventen nuevos programas y que los administren.



### “Semana para Pensar”

(se tomó prestado de Bill Gates) significa hacer una pausa para leer y generar ideas.

Ha sido tremendamente provechosa. Es una oportunidad para bajar el ritmo de mi cerebro, al no revisar correos y todo lo demás.



### Personal/voluntarios más diversos



¿Quizás considerar miembros no veganos en el directorio?



Mayor y mejor uso de directorios asesores.

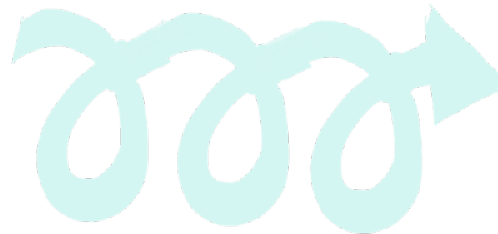


**Una cultura fuerte en innovación es una cultura fuerte en medición.**

Quizás eres innovativo pero no efectivo.... [Tú] necesitas ver si está funcionando y que es lo que necesita ajuste.

## HABILIDADES INNOVACIÓN

Los procesos nuevos y refinados utilizados por las empresas y organizaciones líderes sin fines de lucro, pueden ayudar al surgimiento de poderosas nuevas ideas y enfoques.



### Pensamiento de diseño(5)

- Acoge creatividad e innovación
- Ayuda a los diseñadores de programas a entender las necesidades, y generar mas ideas novedosas al escuchar y aprender de la gente que ellos quieren influir
- Incluye
  - Entender el problema
  - Explorar un amplio abanico de soluciones
  - Reiterar prototipos y pruebas

### Desarrollo ágil (6)

- Parte o complemento de pensamiento de diseño
- Se concentra en desarrollo y pruebas repetitivas. Reemplaza la larga retroalimentación de diseño-construcción-introducción con cortas rondas de desarrollo-pruebas- retroalimentación-mejoras
- Mejora resultados al confirmar la utilidad del programa/ producto/ servicio
- Ahorra dinero al detectar problemas más prontamente

### Pilotear

- Introduce algo nuevo en forma limitada
- Opera en un período de tiempo
- Mide resultados contra criterios exitosos definidos con anticipación
- Incluye más retroalimentación extensa, tanto cuantitativa y cualitativamente
- Podría ser más fácil de implementar inicialmente y motivar interés por pensamiento de diseño y desarrollo ágil

### **Ejemplos de donde utilizarlos:**

Programas para quienes se inician en el veganismo/recursos • Capacitación y materiales para servicios de alimentación • Divulgación médica • Comprometer a activistas y voluntarios • Sitios en internet

## HABILIDADES INVESTIGACIÓN Y MEDICIÓN

La investigación y medición son ahora más integrales para gran parte de la defensa de los animales de granja, pero todavía hay cabida para mejorar.



## LA AREA MAS GRANDE A MEJORAR DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

Diversidad, equidad e inclusión (DEI) fue mencionado, la mayoría de las veces, por los participantes como el área que nuestro movimiento debe mejorar.

Los intereses incluyeron no sólo diversidad racial, sino también clase, país y formas de pensar.

Los entrevistados citaron lecciones aprendidas sobre alcance y gestión.

Lo mas importante es más representación de nuestro equipo para que las colaboraciones y su alcance se realicen de una forma más auténtica.

Nuestra comunidad está ahora acogiendo voces Negras. Me entusiasma ya que traerá tantas perspectivas nuevas.



Ganaremos ideas y métodos distintos a considerar, y motivarnos a no sólo hacer lo que siempre hemos hecho.

Esto ha sido tan esperado. Es necesario que avancemos efectivamente.

En cualquier momento aumentaremos diversidad e inclusión, seremos capaces de resolver los problemas de maneras distintas.

## IDEA A MEJORAR MÁS IMPORTANTE DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

El progreso requiere **crear culturas organizacionales que permitan el éxito** en vez de solo concentrarse en contratar/ atraer gente.



**Investigación documenta acoso y discriminación generalizada que debe ser atendida.** Según un estudio de Faunalytics de 2020(8), “En general, 49% de los activistas que reciben remuneración y 28% de los activistas que no reciben remuneración han experimentado discriminación o acoso. Esto incluyó 50% de activistas con discapacidad, 33% activistas femeninas o no binarias, 29% de activistas de color, y 14% de LGBTQ+.” (Algunos grupos, con menor número de encuestados, podrían no estar generalizando bien)



**Mejoras significativas requieren compromiso y presupuesto para crear culturas organizacionales donde todo el personal/ voluntarios puedan desarrollarse.**

Sistemas y políticas necesitan cambiar. La labor DEI no puede ser relegada a la gente de color o a un comité de RRHH o a un comité DEI.



**Encompass está desarrollando una base de datos para conectar organizaciones con potenciales miembros de directorio.**

## DESARROLLO DEL MOVIMIENTO Y DE LAS ORGANIZACIONES TALENTO

**Necesitamos mejores maneras de contratar y retener personal/ activistas altamente calificados, incluyendo personas con experiencia en ciencia, negocios, otros movimientos y más.**

Es un proceso complicado el averiguar como ingresar a este movimiento. No somos una carrera que se pueda estudiar. Tenemos formas limitadas de encontrar organizaciones, compañías y mentores. Sólo somos tan fuertes como el resto de nuestros compañeros.

Necesitamos mejorar las cualificaciones profesionales de los individuos que llenarán las vacantes. ¿Están las personas trabajando en lo mejor que saben hacer? Hacer esto bien vs. no hacerlo bien habla de un movimiento muy distinto.



Hemos alcanzado un nivel de profesionalismo tal que no deberíamos sentirnos felices de tener gente que provenga de cualquier parte. **Necesitamos contratar especialistas** con antecedentes y de sectores variados que sean relevantes.

Animal Advocacy Careers está trabajando para atender este vacío. **Puede ayudar la divulgación en universidades.** Me encantan los grupos de estudiantes de carreras del área jurídica que crean distintas infraestructuras, con personas de distintas partes, conectadas con el movimiento .

Alcanzar a quienes se encuentran en **edad madura que quieran cambiar de rubro y gente mayor que ande buscando una segunda carrera** requerirá enfoques diferentes.

- Esfuerzos colaborativos o una nueva organización podría funcionar
- Quizás sea necesario estar atento si ocurre discriminación por edad



## EL DESARROLLO DEL MOVIMIENTO Y DE LAS ORGANIZACIONES LIDERAZGO

**El liderazgo fuerte es clave para retener personal/activistas, reduciendo el costo de rotación y apoyando innovación.**



**La felicidad del personal/voluntarios es muy importante.** Cultura laboral y satisfacción serían una muy buena fuente de innovación, junto con el aporte de ideas y tener gente que participe en los procesos creativos. Necesitamos estar abiertos a nuevas ideas, nuevas tecnologías, y nuevas herramientas.

**La rotación es muy costosa** si se considera el tiempo necesario para reclutar, entrevistar, capacitar, y orientar. Además, arriesgamos perder habilidades y experiencias valiosas.

“El **contribuidor** más común a **dejar organizaciones de derechos animales y veganismo fueron los problemas con el liderazgo**, el cual fue citado por 39.7% de los activistas. La mayoría de las veces, estos problemas incluyen la injusticia o la falta de transparencia (22.1%) o la falta de profesionalismo (21.3%). Hallazgos correlacionales mostraron que para los activistas actuales, la satisfacción (o la insatisfacción) con el liderazgo era un indicador significativo de la intención de dejar el movimiento.” - Faunalytics Advocate Retention Study (Estudio de Retención de Activistas de Faunalytics) (8)

Aunque este parezca un momento difícil para **invertir en desarrollo de liderazgo**, podría ser más importante que nunca.

# DESARROLLO DEL MOVIMIENTO Y DE LAS ORGANIZACIONES LIDERAZGO

## Ideas a Considerar



**Evaluación 360.** Esta evaluación(9) solicita retroalimentación por parte de pares, subordinados y superiores de organizaciones para desarrollar un cuadro de fortalezas y debilidades. Los líderes podrían comenzar con retroalimentación sólo para ellos mismos o, implementar el proceso para sus informes directos para también obtener retroalimentación..

Las claves para el éxito incluyen ayudar a los evaluadores a sentirse seguros de que sus comentarios serán anónimos, y que están dispuestos a implementar cambios basados en los resultados.



**Vibra de la Oficina.** Sugerida por un participante, este sistema construye el trabajo en equipo, al dar al personal/ activistas, un lugar seguro continuo para compartir retroalimentación anónima con los líderes. Los líderes pueden ver como las opiniones del personal/ activistas cambian, a lo largo del tiempo, como respuesta a las acciones que toman.

Es una manera de aumentar la motivación, la innovación, y el impacto.



**Instrucción.** Durante estos tiempos tensionantes, un buen instructor puede ayudar a la gente a ordenar sus temas, concentrarse en lo que es importante, tomar acción y continuar produciendo los mejores resultados. Tres encuestados mencionaron el trabajo con instructores. Ellos incluyeron a Phyllis Levinson y Alan Heyman, quienes tienen experiencia en el movimiento de protección animal más allá de su trabajo como instructores. Ambos ofrecen servicios a individuos y a organizaciones. (10)



**Capacitación de Liderazgo.** Animal Advocacy Careers ofrece una lista extensa de recursos que podrían beneficiar no sólo a los líderes actuales, sino también a quienes se están destacando en nuestro movimiento. (11).



**Medidas de Retención.** Síguele la pista a la rotación forzada y no forzada, y conduce entrevistas a quienes se van para monitorear potenciales temas de liderazgo.



## Acerca de Caryn

**Me apasiona usar enfoques analíticos y visuales para ayudar a los líderes a tomar mejores decisiones estratégicas.** La gente comenta sobre mi habilidad para hacer preguntas que dan que pensar e identificar temas claves, para definir ideas y acciones, que marcan la diferencia.

Desde 2001 mi trabajo se ha enfocado en ayudar a **los grupos de protección animal** a lograr **mejores resultados**. Entre los clientes se incluyen ASPCA, Farm Sanctuary, Clean Research, PCRM y White Coat Waste. Soy la presidente del directorio de Faunalytics y de los directorios asesores de Jewish Veg.

**Los líderes recurren a mí para facilitar visualmente reuniones importantes**, incluyendo webinars y colaboraciones. Además, yo puedo brindar conocimiento y recomendaciones en áreas como estrategia organizacional, campañas o programas, divulgación, procesos de innovación y medición de resultados.

**¡Espero que este informe contribuya a tu éxito! Si puedo colaborar de otra manera, por favor mandame un correo a [caryn@priorityvisions.com](mailto:caryn@priorityvisions.com)** Agendaremos una hora para hablar de tu situación única y como podría ayudarte, a ti y a tu equipo, a crear el mundo que queremos ver para los animales.

## Acerca de Soledad, quien hizo la traducción:

Conduce el podcast Narices Húmedas [www.nariceshumedas.cl](http://www.nariceshumedas.cl) También, es parte de Fundación Justicia Interespecie que trabaja en litigio estratégico y educación [justiciainter especie@gmail.com](mailto:justiciainter especie@gmail.com)

## RECURSOS

*Debido a que este informe fue originalmente escrito a un público de habla inglesa, los links están en inglés, excepto los de la matriz MacMillan. Otra alternativa sería leer las páginas con un traductor automático o buscar artículos similares en internet*

### **Situación del Mundo**

1. Blog article from Animal Charity Evaluators detailing how nine top charities have adjusted to turbulent times, both strategically and financially (Artículo del sitio de Animal Charity Evaluators que detalla como las nueve principales organizaciones benéficas se han ajustado a estos tiempos turbulentos, tanto estratégica como financieramente)  
<https://animalcharityevaluators.org/blog/how-our-recommended-charities-are-adapting-to-coronavirus/>
2. La Matriz MacMillan  
<https://maniqui.ru/las-pequeas-empresas-y-carreras/el-funcionamiento-de-su-negocio/planificacin-estratgica/46958-redefinir-la-competencia-comercial-con-la-matriz.html>

### **Cambio de Dieta**

3. Analysis from the Sentience Institute on the role of institutional vs. dietary outreach (Análisis de Sentience Institute sobre rol institucional vs. alcance en la dieta)  
<https://www.sentienceinstitute.org/foundational-questions-summaries#individual-vs.-institutional-interventions-and-messaging>
4. Research by Faunalytics showing people plant-based food vs. meat consumption during COVID-19 (Investigación de Faunalytics que muestra lo que saben las personas sobre alimentación basada en plantas vs. consumo de carne durante COVID-19)  
<https://faunalytics.org/covid-19-poll/>

### **Innovación**

5. Design thinking and agile development explained (Se explica que es pensamiento de diseño y desarrollo ágil)  
<https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/design-thinking-explaine>
6. Background of agile development (Antecedentes del desarrollo ágil)  
<https://www.planview.com/resources/guide/agile-methodologies-a-beginners-guide/history-of-agile/>

### **Investigación y Medición**

7. Analysis of other movements by Sentience Institute (Análisis de otros movimientos realizado por Sentience Institute)  
<https://www.sentienceinstitute.org/research>



## RECURSOS (continuación)

### **Diversidad, Equidad e Inclusión**

8. Faunalytics study on advocate retention (Estudio de Faunalytics sobre retención de activistas)  
<https://faunalytics.org/advocate-retention/>

### **Liderazgo**

9. Sample of 360 review process (Muestra del proceso de Evaluación 360)  
<https://leadershipcircle.com/en/products/leadership-circle-profile/>
10. Coaches with animal protection backgrounds (Instructores con experiencia en protección animal)  
Phyllis Levinson, <http://phyllislevinson.com>  
Alan Heyman, <https://www.peacefuldirection.com>
11. Animal Advocacy Careers' list of leadership training resources (Lista de recursos para capacitación sobre liderazgo de Animal Advocacy Careers)  
<https://www.animaladvocacycareers.org/blog/management-and-leadership-resources-for-self-development>

