

Fundación de Manejo Costero Integrado

*Integramos **capacidades y liderazgos** para la **sostenibilidad y equidad** de los usos en los ecosistemas costeros de **Latinoamérica y el Caribe***



Antecedentes

EcoCostas es la Red latino americana de manejadores costeros, concebida para promover la sostenibilidad y equidad del uso de los ecosistemas en Latinoamérica y el Caribe. EcoCostas integra los esfuerzos e intereses del sector público, la empresa privada y sociedad civil con la finalidad de desarrollar y mejorar sistemas de vida y progreso.

En el contexto mundial EcoCostas aparece como una plataforma de integración para líderes de distintas nacionalidades lo que alimenta el esfuerzo regional para mejorar el diseño, ejecución y evaluación de proyectos, programas y actividades de manejo en los ecosistemas costeros.

Con el apoyo de varias organizaciones mundiales EcoCostas esta posicionada como un centro de referencia en Manejo Costero Integrado. Los conceptos y métodos que la Red desarrolla y utiliza son ya un patrimonio de valor reconocido por la comunidad científica mundial (GESAMP, 1997; Academia Nacional de Ciencias de USA, 2008), por la comunidad de naciones (Cumbre Mundial de Beijing, Octubre 2006, Segunda Revisión Intergubernamental del GPA), por organismos internacionales interesados en ambiente y desarrollo (Banco Mundial, PNUMA, 2006; AVINA, 2007) y por varias entidades y manejadores costeros de la región. EcoCostas crece día a día a pasos agigantados. Líderes de Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, México, EEUU, Cuba, República Dominicana y Nicaragua son ya miembros activos de la Red, los cuales desarrollan proyectos dentro de sus localidades y han realizado aportes que son un legado universal para el movimiento de conservación.

Redefiniendo la estrategia

Debido al implacable crecimiento de la Red y al éxito alcanzado en sus distintos ámbitos de desarrollo EcoCostas se ve en la necesidad de reformular sus estrategias de comunicación con el objetivo de transmitir más eficientemente aquellos elementos que la hacen única.

Guiados por su convicción de ser cada día mejores EcoCostas decide entrar en un proceso de reingeniería que incluye valorar su identidad como institución, la forma de presentarse ante sus distintos públicos y una nueva concepción de su actividad desde una perspectiva regional.

Efecto Sagasta

Sabiendo que llevar a cabo este proyecto requiere de un alto grado de conocimiento técnico, EcoCostas emprende la búsqueda de una firma de servicios capaz de desenvolverse como un asesor y socio estratégico para la organización, una firma capaz de sumergirse dentro de su actividad y entender cada uno de los públicos con los que se relaciona. Que fuera capaz de ayudarlos a definir un norte estratégico y una fuente de información confiable a la cual acudir en cada paso del desarrollo del plan. Sagasta fue la firma seleccionada.

Sin un norte claramente definido la primera parte del proyecto se concentro en estudiar cada aspecto de la actividad de EcoCostas y desarrollar una visión estratégica de su futuro lo que proporciono un marco conceptual sobre el cual desarrollar el proyecto.

Valorar la identidad institucional fue un proceso que requirió de números análisis y mesas de discusión donde se develaron aspectos fundamentales sobre la organización, su cadena de valor y su plan general de acción. Se desarrollo una visión primaria del plan estratégico de comunicación y de las herramientas que debían crearse considerando el espectro geográfico que debían atender.

Junto a una comisión internacional nombrada por EcoCostas, se valoro cada una de las opciones estratégicas elaboradas durante las mesas de discusión. Luego de varios meses de trabajo conjunto y de recopilar valiosa información de mercado Sagasta desarrollo una "Matriz de Valoración de Marca" especialmente diseñada para EcoCostas. Como resultado, EcoCostas debía mantener y reforzar su esencia.

La estrategia era ahora refrescar la marca. Sagasta se concentro en darle un enfoque estratégico para convertirla en un elemento integrador y en el motor de toda la actividad organizacional. Se crearon parámetros de uso y se la doto de actitud la cual sería expresada en cada una de sus herramientas de comunicación. Al mismo tiempo se le otorgo un nuevo aspecto al logotipo institucional manteniendo los elementos que lo conforman. Partiendo de esta base se desarrollaron todas las herramientas de comunicación pertinentes.