

**EJEMPLOS DE FORMAS DE COMPLETAR EL FORMULARIO QUE FIGURA EN EL ANEXO 1**

**CUADRO 1. PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN (programas seleccionados solamente)**

1A. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN O TÍTULO DEL INFORME	1B. PRODUCTOS CUBIERTOS	1C. ZONA GEOGRÁFICA CUBIERTA	1D. GRUPOS DE CONSUMIDORES IDENTIFICADOS	1E. IMPULSORES O COMPORTAMIENTOS IDENTIFICADOS	1F. MEDIDAS DE DISUASIÓN IDENTIFICADAS	1G. RECOMENDACIONES
<p>Comercio y conservación de especies. Rinocerontes. Evaluación del cuerno de rinoceronte como medicamento tradicional. Informe preparado para la Secretaría de la CITES.</p> <p>Nowell.K. (CITES/TRAFFIC, 2012)</p> <p><a href="http://www.cites.org/sites/default/files/esp/com/sc/62/S62-47-02-A.pdf">http://www.cites.org/sites/default/files/esp/com/sc/62/S62-47-02-A.pdf</a></p>	<p>El cuerno de rinoceronte en la medicina tradicional</p>	<p>China, Taiwán (Provincia de China), Japón, República de Corea y Viet Nam.</p>	<p>- Pacientes enfermos o familiares de pacientes enfermos</p>	<p>- Influencia del asesoramiento de profesionales de la salud, médicos, familiares y amigos. - Fuentes en Internet. - Estatus - artículos caros para presumir (tallas artísticas en China, vino/tónico de cuerno de rinoceronte en Viet Nam).</p>	<p>n.d.</p>	<p>- Controlar el comercio de cuerno de rinoceronte de manera eficaz - Examinar las medidas legislativas y normativas, las medidas de aplicación de la ley y de disuasión de la demanda para abordar el comercio ilegal.</p>
<p>A matter of attitude. The consumption of wild animal products in Hanoi, Viet Nam.</p> <p>Venkataraman. B. (TRAFFIC, 2007)</p> <p><a href="http://www.traffic.org/general-reports/traffic_pub_gen1.pdf">http://www.traffic.org/general-reports/traffic_pub_gen1.pdf</a></p>	<p>Wild animal products in general.</p>	<p>Hanoi, Viet Nam</p>	<p>- Los hombres consumían más productos de especies silvestres que las mujeres. - Las mujeres tienden a comprar productos que se perciben como raros y bellos. - Empresarios y funcionarios.</p>	<p>- Presiones sociales y curiosidad. - Preocupaciones relacionadas con la salud. - Obsequios y recuerdos - Los amigos y familiares pueden afectar el comportamiento del consumidor</p>		<p>- Coordinar con sitios web de noticias y entretenimiento populares para difundir el mensaje. - Aprender de otras campañas, tales como sobre VIH/SIDA, seguridad del tráfico y prevención del uso indebido de drogas - Hacer participar a científicos o funcionarios públicos conocidos como personalidades influyentes. - El grupo de estatus socioeconómico alto sería el principal objetivo. - Necesidad de crear actividades de conservación para los jóvenes (especialmente los estudiantes universitarios) - Hacer participar a personalidades conocidas e influenciara los jóvenes en las campañas. - Destacar que el consumo de determinadas especies silvestres e ilegal. - Hacer participar a los sectores gubernamentales y empresariales en proyectos de conservación.</p>

**CUADRO 2. PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DE REDUCCIÓN DE LA DEMANDA  
(ejemplos seleccionados solamente)**

2A. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	2B. PRODUCTO OBJETIVO	2C. TIPO DE CONSUMIDOR OBJETIVO	2D. IMPULSOR O COMPORTAMIENTO OBJETIVO	2E. INTERESADOS DIRECTOS	2F. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN O COMUNICACIÓN UTILIZADAS	2G. IMPACTO LOGRADO
Educación de los jóvenes vietnamitas en relación con el comercio de especies silvestres (2006 – 07)	Vida silvestre en general	- Niños de la escuela secundaria; - Público	Concienciación acerca de las amenazas del comercio de especies silvestres	- Departamento de Educación - TRAFFIC	- Exposiciones en las escuelas - Televisión - Pósters - Internet	- Participaron 45 escuelas - Personalidades conocidas llamaron a la acción
Campaña “No compres problemas” (2010) <a href="http://www.traffic.org/home/2010/5/13/dont-buy-trouble-campaign-launched-at-noi-bai-airport.html">http://www.traffic.org/home/2010/5/13/dont-buy-trouble-campaign-launched-at-noi-bai-airport.html</a>	15 de las especies que son más comúnmente objeto de comercio ilegal, incluidos tigres, osos, elefantes, rinocerontes, tortugas marinas y pangolines	- Viajeros - Turistas - Público general	Concienciación respecto a las leyes de protección de la vida silvestre	- Comisión del Comité Central del Partido para publicidad y educación; - Aeropuerto de Noi Bai - Compañía de turismo Intrepid Travel - DANIDA (gob. danés) - Galaxy Creative (agencia de publicidad) - TRAFFIC	- Pósters - Exposición en el Aeropuerto de Noi Bai	- Se llegó a casi 4 millones de visitantes del aeropuerto
'Ao Lang – Village Pond' (2013) <a href="http://www.traffic.org/home/2013/5/22/water-puppet-theatre-spreads-the-message-to-protect-vietnam.html">http://www.traffic.org/home/2013/5/22/water-puppet-theatre-spreads-the-message-to-protect-vietnam.html</a>	Especies amenazadas en Viet Nam en general	- Escolares - Público general	Concienciación acerca de las amenazas para la diversidad biológica en Viet Nam	Thang Long Water Puppet Biodiversity Conservation Association (BCA) TRAFFIC	Espectáculos con títeres acuáticos	- Participaron 45 escuelas - Personalidades conocidas llamaron a la acción