

PROGRAMA REGIONAL DE USAID PARA EL MANEJO DE RECURSOS ACUÁTICOS Y ALTERNATIVAS ECONÓMICAS



**DELIVERABLE: APLICACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA
EVALUACIÓN DEL IMPACTO Y ANÁLISIS PARA LOS TRES
SITIOS PILOTOS DE PROTOCOLOS DE ACTUACION ANTE
ILICITOS MARINO COSTEROS: LA UNIÓN, CHINANDEGA Y
ROATÁN**

January 2015

This publication was produced for review by the United States Agency for International Development (USAID). It was prepared by Helena Miranda.

PROGRAMA REGIONAL DE USAID PARA EL MANEJO DE RECURSOS ACUATICOS Y ALTERNATIVAS ECONOMICAS

**DELIVERABLE: APLICACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA
EVALUACIÓN DEL IMPACTO Y ANÁLISIS PARA LOS TRES
SITIOS PILOTOS DE PROTOCOLOS DE ACTUACION ANTE
ILICITOS MARINO COSTEROS: LA UNIÓN, CHINANDEGA Y
ROATÁN**

Contrato No. EPP-I-00-04-00020-00

The author's views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of the United States Agency for International Development of the United States Government.

EXECUTIVE SUMMARY

The USAID Regional Program for the Management of Aquatic Resources and Economic Alternatives was designed to help coastal communities address the challenge of striking a balance between economic development and conservation. The Regional Program works in key biodiversity areas with communities of fishermen who rely on those resources. Its activities focus on promoting economic growth and improved livelihoods, public-private partnerships, climate change adaptation measures.

The Regional Program's objective is to contribute to reducing threats posed by unsustainable fishing practices and coastal development by promoting effective monitoring, reinforcing policies and legislation on coastal and marine resources, and promoting rights-based and market-based mechanisms and incentives for conservation and the sustainable use of resources and coastal and marine ecosystems. By addressing such diverse and conflictive aspects of coastal and marine management, the Regional Program's goal is to produce results that contribute to lasting change.

The purpose of this consultancy is to use the services of a communications specialist to support and strengthen messaging in communications efforts previously launched by the USAID Regional Program. These communications efforts focus on compliance, monitoring and enforcement related to coastal and marine crimes in the three pilot sites of the Operational Protocol. The consultancy falls under Indicators 2, 3 and 16 on implementation of strategies for monitoring and enforcement of coastal-marine law in the three pilot sites in order to strengthen adoption and compliance with the labor standards codes for sea workers on the Miskito Coast of Honduras and Nicaragua.

The consultancy produced three radio publicity campaigns under Indicators 2 and 3.

These three radio campaigns are the basis for Deliverable 4 from this consultancy. The campaigns covered the operational protocols, the complaints tracking system for coastal and marine crimes, good fishing practices, and economic alternatives, depending on the site and in the three pilot sites: Bay Islands, Honduras; La Unión, Gulf of Fonseca, El Salvador; and Chinandega, Gulf of Fonseca, Nicaragua. The new campaigns reinforce the impact of previous campaigns produced and aired by the USAID Regional Program.

The topics covered were consulted with partners in each site as well as with the USAID Communications Office. Specifically, the Program held consultation meetings with the Ministry of the Environment and Natural Resources in La Union; Paso Pacífico in Chinandega, and Roatán Marine Park, an NGO in Roatán. The topic of sea turtles was chosen in conjunction with ICAPO.

The Program purchased air time on the radio stations for a 60-day period between November and December 2014 and January 2015. According to the contract, the radio spots would be aired six times a day, alternating the new radio spots with those previously produced by the Regional Program on good fishing and conservation practices for coastal-marine environments, the labor standards codes, and crime reporting.

The Program measured the impact of the campaigns on the target audience through pre and post surveys of each radio station's audience. The questionnaire consisted of simple, straightforward, yes or no questions about each of the topics covered in the messages, and also recorded the gender and age group of the person interviewed. It was designed to capture the interviewee's level of knowledge about the issues and willingness to report violations. The content of the messages was built into each question, as a means of reinforcing it.

Overall, the campaigns had a positive impact that reinforced the results of previous campaigns aimed at raising public awareness and providing information about the need to use resources responsibly and sustainably.

The radio stations contracted for the campaigns were responsible for applying the questionnaires, except on the Miskito Coast of Nicaragua, where a consultant was hired to conduct the survey.

While the surveys found that the campaigns had had a positive impact, we recommend that multimedia communications efforts be included from the beginning of project activities. This helps ensure that beneficiaries are better informed early on and therefore more open and willing to make changes and to become multiplying agents of those changes.

CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	2
-------------------------	---

Sección I.

Entregable 6:

Producto 4: aplicación de una metodología para evaluación del impacto y análisis para los tres sitios.....	4
--	---

Sección II.

Resultados del programa radial y el monitoreo de la revista radial en el tema de implementación de mensajes para fortalecer la conciencia y participación del público en denuncias de ilícitos marino costeros.....	9
---	---

RESUMEN EJECUTIVO

El Programa Regional de USAID para el Manejo de Recursos Acuáticos y Alternativas Económicas, fue diseñado para ayudar a las comunidades costeras a vencer los retos que enfrentan al buscar un balance entre el desarrollo económico y la conservación. El Programa trabaja en áreas de significativa biodiversidad, con las comunidades de pescadores usuarios de la misma, promueve crecimiento económico e incrementa los medios de vida, fomenta el establecimiento de asociaciones público-privadas y toma en consideración medidas de adaptación sobre el cambio climático.

El objetivo del Programa es contribuir a reducir las amenazas que constituyen las prácticas pesqueras no sostenibles y el desarrollo costero a través de la promoción de un monitoreo efectivo el refuerzo de políticas y legislación sobre recursos costeros y marinos, además de fomentar mecanismos basados en derecho y mercado así como el manejo de incentivos para la conservación y el uso sostenible de recursos y ecosistemas marinos y costeros. Al abordar estos aspectos tan variados y conflictivos sobre el manejo costero y marino a través de los resultados del Programa Regional de USAID se tendrá un impacto para un cambio duradero.

El propósito de esta consultoría es que la especialista en comunicaciones acompañe y fortalezca los mensajes comunicacionales previamente iniciados por el Programa Regional de USAID, en función del cumplimiento, vigilancia y control de ilícitos marino-costeros en los tres sitios pilotos donde se ha diseñado Protocolos de Actuaciones. Se dará especial énfasis en los indicadores 2, 3 y 16 referente a la implementación de las estrategias para el monitoreo y cumplimiento de leyes de los recursos marino-costeros en los tres sitios pilotos y fomentar la incorporación, observancia y cumplimiento de los códigos de conducta laboral para trabajadores del mar en las Moskitias nicaragüense y hondureña.

Para los Indicadores 2 y 3 se produjeron tres campañas radiales de divulgación.

Tres de estas campañas radiales dan base al Producto 4 de esta consultoría. Las campañas estuvieron relacionadas con la divulgación de Protocolos de Actuaciones, relativos a los sistemas de denuncia y control sobre ilícitos marino costeros, buenas prácticas pesqueras, alternativas económicas de acuerdo al sitio y en los tres sitios piloto: Islas de la Bahía, Honduras; La Unión, Golfo de Fonseca, El Salvador y Chinandega, Golfo de Fonseca, Nicaragua. Estas nuevas campañas sumaron al impacto de las anteriormente producidas y publicadas por el Programa Regional de USAID.

Los temas abordados fueron consultados con los aliados en cada uno de los sitios y consultados con la Oficina de Comunicaciones de USAID. En La Unión se concertaron con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales; en Chinandega con Paso Pacífico y en Roatán con la ONG Roatán Marine Park y en el tema sobre tortugas marinas se concertó con ICAPO.

La pauta en las emisoras se contrató por un período de sesenta días comprendidos entre los meses de noviembre y diciembre de 2014 y enero de 2015. La frecuencia contratada fue de transmisión de 6 cuñas diarias y como bonificación se alternaron las nuevas cuñas, con las producidas para la campaña anterior desarrollada por el Programa Regional, siempre sobre buenas prácticas de pesca y conservación de los ambientes marino costeros, y los códigos de conducta y la denuncia de ilícitos.

El método acordado y utilizado para evaluar el impacto producido por las campañas en el público al cual estaban dirigidas, fue el de realizar sondeos previos y posteriores a las campañas, entre los radio escuchas de cada emisora. Para esto se aplicó un cuestionario con preguntas simples y directas sobre cada uno de los temas desarrollados en los mensajes de las campañas, las cuales tenían por respuesta un sí o un no. También se tomó información sobre el género del entrevistado y el rango de edad en el que se ubicaba.

El cuestionario fue diseñado para captar el grado de conocimiento sobre los temas y la disposición a la denuncia de los entrevistados. Cada pregunta contenía en sí misma un recordatorio de la información que se había divulgado, reiterándola.

Las campañas tuvieron un impacto positivo en general, que se suma al resultado de otras previas que han concientizado e informado a la población acerca de la responsabilidad que tienen en el buen aprovechamiento de los recursos y su sostenibilidad

Si bien los resultados del sondeo aportan un impacto positivo de las campañas, nuestra recomendación es que deben ejecutarse esfuerzos de comunicación multimedia desde el inicio de las acciones de los proyectos, con lo cual se va preparando a los beneficiarios para estar mejor informados y por tanto presentar mejor actitud y disposición a realizar los cambios y convertirse en agentes multiplicadores de los cambios que se persiguen.

SECCIÓN I: METODOLOGÍA

APLICACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA EVALUACIÓN DEL IMPACTO Y ANÁLISIS PARA LOS TRES SITIOS.

1. Objetivo

El objetivo de aplicar una metodología para evaluación del impacto de la campaña, es sondear el conocimiento adquirido por el público objetivo, sobre los temas y la información que se proporcionó en los mensajes radiales y realizar un análisis de penetración para los tres sitios piloto en los que antes se desarrolló una campaña similar aproximadamente un año atrás.

Estas campañas radiales tuvieron como objetivo informar y concientizar a la ciudadanía y pescadores sobre la importancia y los beneficios que trae la protección de los recursos marino costeros y la aplicación de mejores prácticas de pesca y además fomentar el cumplimiento de los Códigos de Conducta, invitando a utilizar la denuncia como herramienta/medio para combatir las prácticas inadecuadas.

2. Aplicación de la metodología para evaluación del impacto

La metodología aplicada consistió en realizar un sondeo previo y uno posterior a las campañas radiales, utilizando un cuestionario que fue diseñado y adaptado a las condiciones de cada uno de los tres sitios.

Los cuestionarios fueron diseñados por esta consultoría y aprobados por USAID/MAREA, para ser entregados a cada una de las emisoras contratadas para transmitir la campaña. A cada emisora

se le requirió presentar los resultados comparativos al finalizar la campaña. Los resultados fueron presentados de distintas formas gráficas por cada emisora.

La muestra seleccionada fue de cincuenta (50) personas en cada emisora, tomadas al azar de entre las personas que llamaban a la emisora por diferentes motivos. Estos cuestionarios fueron conducidos por los locutores de las emisoras contratadas, entre el público oyente que llama para solicitar canciones y/o a solicitud de los locutores.

En cada uno de los sitios, las emisoras contratadas para divulgar los mensajes radiales, aplicaron los cuestionarios a sus audiencias; uno al inicio y otro al finalizar.

De esta manera se realizaron dos cuestionarios por cada campaña, con los que se hizo la comparación del número de personas que respondían el primer sondeo y el segundo. Los cuestionarios fueron tabulados y los resultados fueron comparados y analizados entre sí, con lo que se pudo tener un reflejo sobre el impacto que la transmisión de los mensajes a través de esa determinada emisora radial tuvo en los radio escuchas, reflejando la penetración de los mensajes en el público oyente de cada emisora.

A continuación se describen las particularidades en cada sitio y se presentan los cuestionarios utilizados y los resultados obtenidos.

3. Sitio Golfo de Fonseca, La Unión. El Salvador

La campaña radial en el Sitio Golfo de Fonseca, La Unión, El Salvador, se realizó con pauta en dos emisoras de un grupo radial, una de cobertura a nivel nacional y otra con cobertura local.

Se realizó un sondeo en cada emisora, utilizando el mismo cuestionario, el cual les fue proporcionado por esta consultoría. Estas emisoras entregaron los cuestionarios llenos, a partir de los cuales esta consultoría produjo los cuadros respectivos a cada sondeo y a cada radio y luego el cuadro comparativo y análisis.

3.1 Cuestionario utilizado en el Sitio.

Cuestionario Campaña Radial GOF, El Salvador. Octubre de 2014.

Este cuestionario tiene por objetivo obtener una muestra sobre el grado de impacto, en cuanto a información y concientización sobre los temas de Desechos/Basura; Tortugas Marinas y Manglares, antes y después de transmitida la campaña radial entre el público objetivo. Se realizarán 50 encuestas previas y 50 posteriores a la campaña. En cada página se anotará el resultado de 10 personas encuestadas.

Género: Femenino Masculino

Rango de Edad: 15-25 25-35

35-45 45-55 55-más

Basura	SI	NO
¿Aguanta el mar con toda la basura que le queremos echar?		
¿Sabe que si aplica las tres erres puede ayudar a no contaminar el mar?		
¿Denunciaría al 919 del MARN el arrojado de basura al mar?		

Tortugas marinas	SI	NO
¿Consume huevos de tortuga?		
¿Sabe sobre la veda para tortugas marinas?		
¿Cuál especie está en peligro crítico de extinción?	Carey	
¿Podemos salvarlas aquí en El Salvador?		
¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que no se cumple la veda de tortugas?		

Manglares	SI	NO
¿Sabe por qué son importantes los manglares?		
¿Sabe que los estamos destruyendo?		
¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que se destruyen los manglares?		

3.2 Resultados. Cuadros comparativos sondeo previos y posteriores. Resumen.

3.2.1 Radio La Chévere

Cuadro comparativo de los sondeos previo y posterior de la campaña en La Chévere.

Basura	Previo		Posterior	
	SI	NO	SI	NO
¿Aguanta el mar con toda la basura que le queramos echar?	21	29	0	50
¿Sabe que si aplica las tres erres puede ayudar a no contaminar el mar?	16	34	45	5
¿Denunciaría al 919 del MARN el arrojado de basura al mar?	5	45	46	4
Tortugas marinas				
¿Consumo huevos de tortuga?	10	40	0	50
¿Sabe sobre la veda para tortugas marinas?	32	18	42	8
¿Cuál especie está en peligro crítico de extinción?	22	28	47	3
¿Podemos salvarlas aquí en El Salvador?	2	48	47	2
¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que no se cumple la veda de tortugas?	17	33	36	14
Manglares				
¿Sabe por qué son importantes los manglares?	11	39	41	9
¿Sabe que los estamos destruyendo?	27	23	47	13
¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que se destruyen los manglares?	14	36	40	10

3.2.2. Radio La Galaxia

Cuadro comparativo de los sondeos previo y posterior de la campaña en La Galaxia.

Basura	Previo		Posterior	
	SI	NO	SI	NO
¿Aguanta el mar con toda la basura que le queremos echar?	26	24	3	47
¿Sabe que si aplica las tres erres puede ayudar a no contaminar el mar?	10	40	44	6
¿Denunciaría al 919 del MARN el arrojo de basura al mar?	18	32	35	15
Tortugas marinas				
¿Consume huevos de tortuga?	18	32	1	49
¿Sabe sobre la veda para tortugas marinas?	27	23	46	4
¿Cuál especie está en peligro crítico de extinción?	20	30	36	14
¿Podemos salvarlas aquí en El Salvador?	8	42	47	3
¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que no se cumple la veda de tortugas?	9	41	28	22
Manglares				
¿Sabe por qué son importantes los manglares?	24	26	45	5
¿Sabe que los estamos destruyendo?	24	26	45	5
¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que se destruyen los manglares?	10	40	36	14

Resumen de los resultados por pregunta:

Radio La Chévere

Pregunta 1 ¿Cree que aguanta el mar con toda la basura que le queramos echar?

Antes de la campaña 21 (42%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 0 respondieron SI, es decir 50 piensan que NO. Ahora el 100% del total de entrevistados responden que NO.

Pregunta 2 ¿Sabe que si aplica las tres erres puede ayudar a no contaminar el mar?

Antes de la campaña 16 (32%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 45 respondieron SI. Ahora el 88% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 3 ¿Denunciaría al 919 del MARN el arrojo de basura al mar?

Antes de la campaña 5(10%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 46 respondieron SI. Ahora el 92% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 4 ¿Consume huevos de tortuga?

Antes de la campaña 10 (20%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 0 respondieron SI. Ahora el 100% del total de entrevistados responden que NO consumen.

Pregunta 5 ¿Sabe sobre la veda para tortugas marinas?

Antes de la campaña 32 (64%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 42 respondieron SI. Ahora el 84% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 6 ¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?

Antes de la campaña 22 (44%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 47 respondieron SI. Ahora el 94% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 7 ¿Podemos salvarlas aquí en El Salvador?

Antes de la campaña 2 (4%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 47 respondieron SI. Ahora el 94% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 8 ¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que no se cumple la veda de tortugas?

Antes de la campaña 17 (34%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 36 respondieron SI. Ahora el 72% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 9 ¿Sabe por qué son importantes los manglares?

Antes de la campaña 11(22%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 41 respondieron SI. Ahora el 82% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 10 ¿Sabe que los estamos destruyendo?

Antes de la campaña 27 (54%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 47 respondieron SI. Ahora el 94% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 11 ¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que se destruyen los manglares?

Antes de la campaña 14(28%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 40 respondieron SI. Ahora el 80% del total de entrevistados responden que SI.

En la mayoría de preguntas los nuevos entrevistados reflejan que el mensaje fue recibido y asimilado y el nivel de conciencia se elevó significativamente.

Radio La Galaxia

Pregunta 1 ¿Cree que aguanta el mar con toda la basura que le queremos echar?

Antes de la campaña 26 (52%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 3 respondieron SI. Ahora el 94% del total de entrevistados responden que NO.

Pregunta 2 ¿Sabe que si aplica las tres erres puede ayudar a no contaminar el mar?

Antes de la campaña 10 (20%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 44 respondieron SI. Ahora el 88% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 3 ¿Denunciaría al 919 del MARN el arrojo de basura al mar?

Antes de la campaña 18(36%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 1 respondió SI. Ahora el 2% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 4 ¿Consume huevos de tortuga?

Antes de la campaña 18 (20%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 0 respondieron SI. Ahora el 100% del total de entrevistados responden que NO consumen.

Pregunta 5 ¿Sabe sobre la veda para tortugas marinas?

Antes de la campaña 27 (54%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 46 respondieron SI. Ahora el 92% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 6 ¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?

Antes de la campaña 20 (40%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 36 respondieron SI. Ahora el 72% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 7 ¿Podemos salvarlas aquí en El Salvador?

Antes de la campaña 8 (16%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 47 respondieron SI. Ahora el 94% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 8 ¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que no se cumple la veda de tortugas?

Antes de la campaña 9 (18%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 28 respondieron SI. Ahora el 56% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 9 ¿Sabe por qué son importantes los manglares?

Antes de la campaña 24(48%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 45 respondieron SI. Ahora el 90% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 10 ¿Sabe que los estamos destruyendo?

Antes de la campaña 24 (48%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 45 respondieron SI. Ahora el 90% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 11 ¿Denunciaría al 919 del MARN si observa que se destruyen los manglares?

Antes de la campaña 10 (20%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 36 respondieron SI. Ahora el 72% del total de entrevistados responden que SI.

Con resultados similares que en la Radio La Chévere, en la Galaxia en forma notable, que en la mayoría de preguntas los nuevos entrevistados reflejan que el mensaje fue recibido y asimilado y el nivel de conciencia se elevó significativamente.

4. Sitio Golfo de Fonseca. Chinandega. Nicaragua.

La campaña radial en el Sitio Golfo de Fonseca, Chinandega, Nicaragua, se realizó con pauta en una emisora de cobertura local de alto rating **La Guarachera**.

El cuestionario le fue entregado a la emisora ajustándolo a las características del trato hablado en el lugar. Esta emisora entregó una gráfica donde compara los resultados de ambos sondeos, a partir de la cual esta consultoría produjo el análisis respectivo.

Los sondeos en Chinandega se hicieron sobre la base de 500 entrevistas en cada uno.

4.1. Cuestionario utilizado en el Sitio.

Cuestionario Campaña Radial GOF, Nicaragua. Noviembre de 2014.

Este cuestionario tiene por objetivo obtener una muestra sobre el grado de impacto, en cuanto a información y concientización sobre los temas de Pesca Responsable; Tortuga Carey y Manglares, antes y después de transmitida la campaña radial entre el público objetivo. Se realizarán 50 encuestas previas y 50 posteriores a la campaña. En cada página se anotará el resultado de 10 personas encuestadas.

Género: Femenino Masculino

Rango de Edad: 15-25 25-35

35-45 45-55 55-más

Pesca Responsable	SI	NO
¿Sabes que debes ser responsable pescando aunque no seas pescador?		
¿Sabes que hay tamaños mínimos de los peces que se permiten pescar y vender?		
¿Sabes las redes de pesca permitidas evitan que se capturen peces que aún no se han reproducido y repuesto sus poblaciones?		

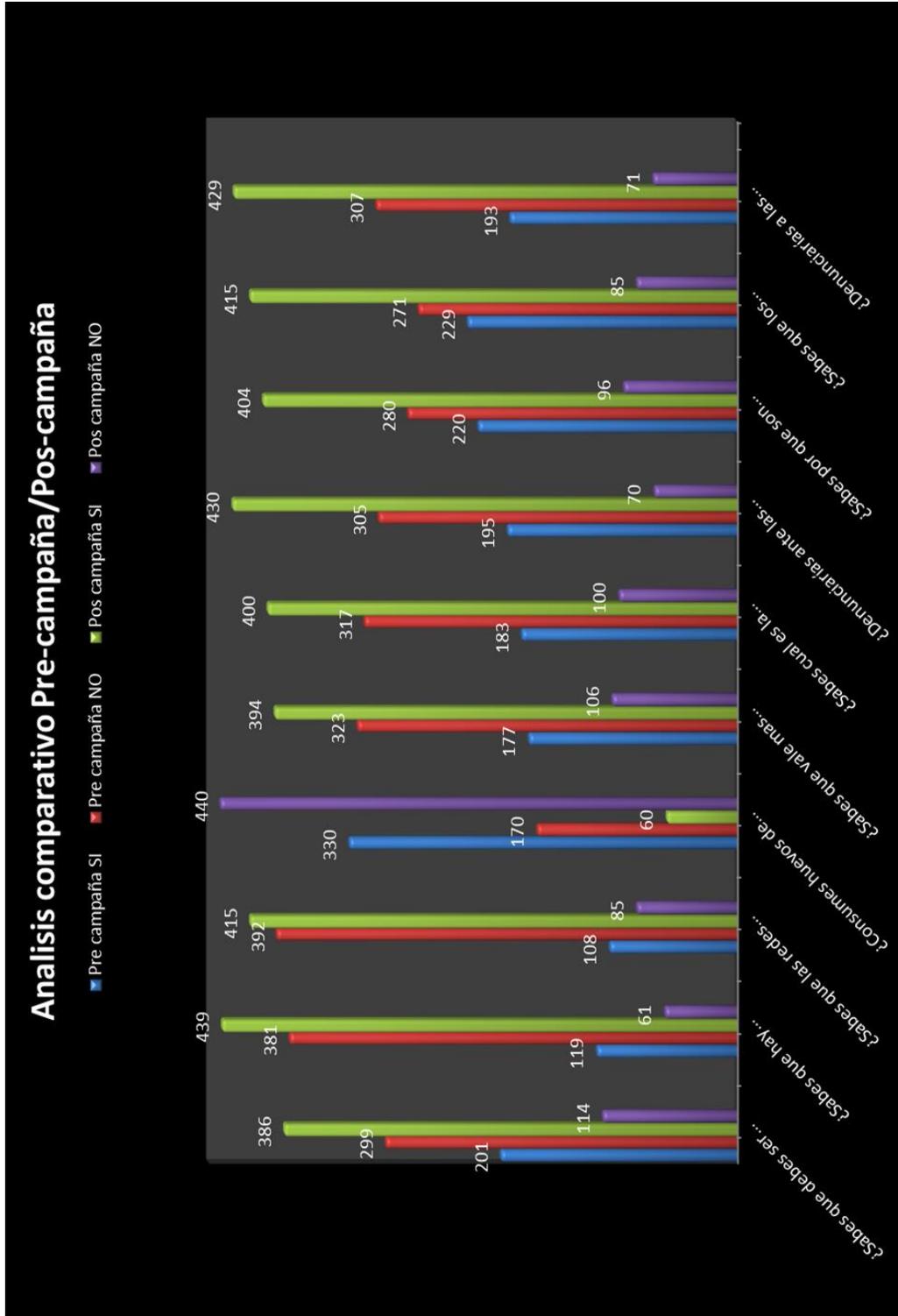
Tortugas marinas	SI	NO
¿Consumes huevos de tortuga?		
¿Sabes que vale más una tortuga viva que una muerta?		
¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?	Carey	
¿Denunciarías ante las autoridades el consumo, venta y captura de tortugas marinas?		

Manglares	SI	NO
¿Sabe por qué son importantes los manglares?		
¿Sabe que los estamos destruyendo?		
¿Denunciaría a las autoridades si observa que se destruyen los manglares?		

4.2 Resultados del sondeo previo en el Sitio.

ENCUESTA PRE-CAMPAÑA EN RADIO LA GUARACHERA CHINANDEGA, NICARAGUA. USAID MAREA, NOVIEMBRE 2014																		
	PESCA RESPONSABLE				TORTUGAS MARINAS				MANGLARES									
	¿Sabes que debes ser responsable pescando aunque no seas pescador?	¿Sabes que hay tamaños mínimos de los peces que se permiten pescar?	¿Sabes que las redes de pesca permitidas evitan que se capturen peces que aún no se han reproducido y repuesto sus poblaciones?	¿Consumes huevos de tortuga?	¿Sabes que vale más una tortuga viva que muerta?	¿Sabes cuál es la especie que está en peligro de extinción?	¿Denunciarías ante las autoridades el consumo, venta y captura de tortugas marinas?	¿Sabes por qué son importantes los manglares?	¿Sabes que los estamos destruyendo?	¿Denunciarías a las autoridades si observas que se destruyen los manglares?	Género							
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M					
SI	82	55	64	50	58	180	150	85	92	84	105	90	117	103	112	117	83	110
N	115	184	187	190	202	108	62	161	162	137	180	170	123	157	133	138	157	150
O																		

4.4 Resultados comparativos del sondeo previo y posterior en el Sitio. Resumen.



Resumen de los resultados por pregunta:

Pregunta 1 ¿Sabes que debes ser responsable pescando aunque no seas pescador?

Antes de la campaña 185 (40%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 386 respondieron SI, es decir 185 más. Ahora el 77% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 2 ¿Sabes que hay tamaños mínimos de los peces que se permiten pescar y vender?

Antes de la campaña 119 (24%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 439 respondieron SI, es decir 320 más. Ahora el 88% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 3 ¿Sabes las redes de pesca permitidas evitan que se capturen peces que aún no se han reproducido y repuesto sus poblaciones?

Antes de la campaña 108(22%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 415 respondieron SI, es decir 307 más. Ahora el 83% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 4 ¿Consume huevos de tortuga?

Antes de la campaña 330(66%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 60 respondieron SI, es decir 270 dejaron de consumir huevos de tortuga. Ahora el 12% del total de entrevistados responden que SI consumen.

Pregunta 5 ¿Sabes que vale más una tortuga viva que una muerta?

Antes de la campaña 177(35%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 394 respondieron SI, es decir 217 más. Ahora el 79% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 6 ¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?

Antes de la campaña 183(37%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 400 respondieron SI, es decir 217 más. Ahora el 80% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 7 ¿Denunciarías ante las autoridades el consumo, venta y captura de tortugas marinas?

Antes de la campaña 195(39%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 430 respondieron SI, es decir 235 más. Ahora el 86% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 8 ¿Sabe por qué son importantes los manglares?

Antes de la campaña 220(44%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 404 respondieron SI, es decir 184 más. Ahora el 81% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 9 ¿Sabe que los estamos destruyendo?

Antes de la campaña 195(39%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 430 respondieron SI, es decir 235 más. Ahora el 83% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 10 ¿Denunciaría a las autoridades si observa que se destruyen los manglares?

Antes de la campaña 193(39%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 429 respondieron SI, es decir 236 más. Ahora el 86% del total de entrevistados responden que SI.

Entre el 77 y el 88% del total de entrevistados respondieron SI a las preguntas en el segundo sondeo, siendo una clara indicación de la efectividad de la campaña. Habiendo en la mayoría de los casos duplicado y hasta triplicado el número de personas con respuestas positivas. En la pregunta 4, la efectividad de la campaña representa un logro positivo se

refleja en la reducción en 270 personas que dijeron ya no consumir huevos de tortuga; para al final permanecer únicamente un 12% como consumidores.

5. Sitio Roatán. Islas de la Bahía. Golfo de Honduras. Honduras.

La campaña radial en Roatán, Islas de la Bahía, Golfo de Honduras, Honduras, se realizó con pauta en una emisora de cobertura a nivel local, La Super K Karakoll.

Se entregó el cuestionario adaptado a los mensajes de la campaña. La emisora realizó los sondeos previo y posterior y los remitió a esta consultoría, la cual tomó estos datos para producir el resumen comparativo de ambos sondeos.

Los sondeos en Roatán se hicieron sobre la base de 50 entrevistas en cada uno.

5.1. Cuestionario utilizado en el Sitio

Cuestionario Campaña Radial Roatán, Honduras. Noviembre de 2014.

Este cuestionario tiene por objetivo obtener una muestra sobre el grado de impacto, en cuanto a información y concientización sobre los temas de Desechos/Basura; Tortugas Marinas y Arrecifes de Coral, antes y después de transmitida la campaña radial entre el público objetivo. Se realizarán 50 encuestas previas y 50 posteriores a la campaña. En cada página se anotará el resultado de 10 personas encuestadas.

Género: Femenino Masculino

Rango de Edad: 15-25 25-35

35-45 45-55 55-más

Basura	SI	NO
¿Cree que el mar aguanta con toda la basura que le queramos echar?		
¿Sabe cuáles son las tres partes de la basura?		
¿Denunciaría a las autoridades el arrojado de basura al mar?		

Tortugas marinas	SI	NO
¿Consume huevos de tortuga?		
¿Sabe que la ley prohíbe consumo de huevos y tortugas marinas?		
¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?	Carey	
¿Denunciaría a las autoridades si observa que no se cumple la ley de tortugas?		

Arrecifes de coral	SI	NO
¿Sabe por qué son importantes los arrecifes?		
¿Sabe que las consecuencias de su destrucción?		
¿Denunciaría a las autoridades si observa destrucción del arrecife?		

5.2 Resultados del sondeo previo en el Sitio.

Sondeo previo al inicio de Campaña Radial en Roatán, Islas de la Bahía, Golfo de Honduras. Diciembre de 2014.				
Preguntas		Si	No	Total
Basura	¿Cree que el mar aguanta con toda la basura que le queremos echar?	19	31	50
	¿Sabe cuáles son las tres erres de la basura?	20	30	50
	¿Denunciaría a las autoridades el arrojado de basura al mar?	42	8	50
Tortugas Marinas	¿Consume huevos de tortuga?	17	33	50
	¿Sabe que la ley prohíbe consumo de huevos y tortugas marinas?	21	29	50
	¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?	16	34	50
	¿Denunciaría a las autoridades si observa que no se cumple la ley de tortugas?	44	6	50
Arrecifes de Coral	¿Sabe por qué son importantes los arrecifes?	22	28	50
	¿Sabe las consecuencias de su destrucción?	23	27	50
	¿Denunciaría a las autoridades si observa destrucción del arrecife?	46	4	50

5.3 Resultados del sondeo posterior en el Sitio.

Sondeo posterior a la Campaña Radial en Roatán, Islas de la Bahía, Golfo de Honduras. Enero de 2015				
Preguntas	Si	No	Total	
Basura	¿Cree que el mar aguanta con toda la basura que le queramos echar?	3	47	50
	¿Sabe cuáles son las tres erres de la basura?	47	3	50
	¿Denunciaría a las autoridades el arrojado de basura al mar?	50	0	50
Tortugas Marinas	¿Consumo huevos de tortuga?	3	47	50
	¿Sabe que la ley prohíbe consumo de huevos y tortugas marinas?	43	7	50
	¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?	47	3	50
	¿Denunciaría a las autoridades si observa que no se cumple la ley de tortugas?	50	0	50
Arrecifes de Coral	¿Sabe por qué son importantes los arrecifes?	45	5	50
	¿Sabe las consecuencias de su destrucción?	44	6	50
	¿Denunciaría a las autoridades si observa destrucción del arrecife?	50	0	50

5.4 Cuadro comparativo sondeo previo y posterior. Resumen.

Cuadro comparativo sondeos antes y después de campaña Roatán						
Resultados Por Tema		Sondeo Previo		Sondeo posterior		Total
		Si	No	Si	No	
Basura	¿Cree que el mar aguanta con toda la basura que le queremos echar?	19	31	3	47	50
	¿Sabe cuáles son las tres erres de la basura?	20	30	47	3	50
	¿Denunciaría a las autoridades el arrojo de basura al mar?	42	8	50	0	50
Tortugas Marinas	¿Consume huevos de tortuga?	17	33	3	47	50
	¿Sabe que la ley prohíbe consumo de huevos y tortugas marinas?	21	29	43	7	50
	¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?	16	34	47	3	50
	¿Denunciaría a las autoridades si observa que no se cumple la ley de tortugas?	44	6	50	0	50
Arrecifes de Coral	¿Sabe por qué son importantes los arrecifes?	22	28	45	5	50
	¿Sabe las consecuencias de su destrucción?	23	27	44	6	50
	¿Denunciaría a las autoridades si observa destrucción del arrecife?	46	4	50	0	50

Resumen de los resultados por pregunta:

Pregunta 1 ¿Cree que el mar aguanta con toda la basura que le queramos echar?

Antes de la campaña 19 (38%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 3 respondieron SI, es decir 16 menos. Ahora el 6% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 2 ¿Sabe cuáles son las tres erres de la basura?

Antes de la campaña 20 (40%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 47 respondieron SI, es decir 27 más. Ahora el 94% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 3 ¿Denunciaría a las autoridades el arrojo de basura al mar?

Antes de la campaña 42 (84%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 50 respondieron SI. Ahora el 100% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 4 ¿Consume huevos de tortuga?

Antes de la campaña 17 (34%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 3 respondieron SI, es decir 14 dejaron de consumir huevos de tortuga. Ahora el 6% del total de entrevistados responden que SI consumen.

Pregunta 5 ¿Sabe que la ley prohíbe consumo de huevos y tortugas marinas?

Antes de la campaña 21 (42%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 43 respondieron SI, es decir 22 más. Ahora el 86% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 6 ¿Sabe cuál especie está en peligro crítico de extinción?

Antes de la campaña 16 (32%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 47 respondieron SI, es decir 31 más. Ahora el 94 % del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 7 ¿Denunciaría a las autoridades si observa que no se cumple la ley de tortugas?

Antes de la campaña 44 (88%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 50 respondieron SI. Ahora el 100% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 8 ¿Sabe por qué son importantes los arrecifes?

Antes de la campaña 22 (44%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 45 respondieron SI, es decir 23 más. Ahora el 90% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 9 ¿Sabe las consecuencias de su destrucción?

Antes de la campaña 23 (46%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 44 respondieron SI, es decir 21 más. Ahora el 88% del total de entrevistados responden que SI.

Pregunta 10 ¿Denunciaría a las autoridades si observa destrucción del arrecife?

Antes de la campaña 46 (92%) de los entrevistados respondieron SI. Después de la campaña, 429 respondieron SI, es decir 4 más. Ahora el 100% del total de entrevistados responden que SI.

En todas las preguntas en donde el incremento de las respuestas SI indican incremento de conocimiento y concientización como resultados de la campaña son notoriamente positivos. Y en las preguntas 1 y 4 la disminución de las respuestas SI corresponden a una clara efectividad de la campaña pues los entrevistados ahora está consciente de que nuestro mar no puede seguir aguantando con toda la basura que le queramos echar y que menos cantidad de personas consumen los huevos y las tortugas.

