

---

## **Informe de Evaluación Campaña de Radio Proyecto Promoviendo Territorios Sostenibles y Resilientes en Paisajes de la Cadena Volcánica Central en Guatemala**

---

## 1. Objetivo de la campaña

Sensibilizar y trasladar conocimientos sobre temas de gestión sostenible de la tierra, bosques y la conservación de la biodiversidad a través de una campaña radial de comunicación a la población del área de intervención del proyecto.

## 2. Público objetivo

Hombres y mujeres ubicados en 32 municipios de los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Sololá, Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla.

## 3. Características de la campaña

Se realizó la producción y transmisión de 10 spot radiales con una duración de 45 segundos cada uno en 4 idiomas: mam, K'iche, kakchiquel y español, para un total de 40 spot radiales.

La difusión de los spots radiales se realizó en 4 idiomas durante 20 días/mes, con frecuencia de 4 menciones /día/idioma/ durante 10 meses para un total de 3,200 transmisiones. La empresa Comercializadora de Medios encargada de la pauta dio como bonificación 1,000 menciones para tener un total de 4,200 transmisiones.

## 4. Spots radiales

Spots radiales de la Campaña de Radio del Proyecto Promoviendo Territorios Sostenibles y Resilientes en Paisajes de la Cadena Volcánica Central en Guatemala.

**Cuadro 1. Spots Radiales**

| <b>Spot radial (tema)</b>                                      | <b>Mes de pauta</b>                        | <b>Menciones</b>       |
|--|--|------------------------|
| 1- Spot N1, Manejo Forestal INAB                               | 16 de mayo a 15 de junio de 2020           | 420 spots transmitidos |
| 2- Spot N2, Diversidad Biológica CONAP                         | 16 de junio a 15 de julio de 2020          | 420 spots transmitidos |
| 3- Spot N3, Presentación del Proyecto Cadena Volcánica Central | 23 de julio a 15 de agosto de 2020         | 420 spots transmitidos |
| 4- Spot N4, Cambio Climático                                   | 21 de agosto a 15 de septiembre de 2020    | 420 spots transmitidos |
| 5- Spot N5, Buenas Prácticas Agrícolas                         | 25 de septiembre a 15 de octubre de 2020   | 420 spots transmitidos |
| 6- Spot N6, Reservas Naturales Privadas ARNPG                  | 16 de octubre a 15 de noviembre de 2020    | 420 spots transmitidos |
| 7- Spot N7, Protección del Pinabete INAB                       | 16 de noviembre a 24 de diciembre de 2020  | 420 spots transmitidos |
| 8- Spot N8, Restauración Forestal INAB                         | 25 de diciembre de 2020 a 15 de enero 2021 | 420 spots transmitidos |
| 9- Spot N9, Parques Regionales Municipales CONAP               | 25 de enero a 15 de febrero de 2021        | 420 spots transmitidos |
| 10- Spot N10, Hace tu parte, no más basura / MARN              | 9 de febrero al 28 de marzo 2021           | 420 spots transmitidos |

**Enlace web de la campaña radial:**

[https://www.marn.gob.gt/s/volcanes/paginas/Campaa\\_de\\_Sensibilizacin\\_Radial](https://www.marn.gob.gt/s/volcanes/paginas/Campaa_de_Sensibilizacin_Radial)

## 5. Emisoras de transmisión

**Cuadro 2.** Emisoras e Idiomas de Transmisión

| <b>Emisora</b>   | <b>Idioma</b>       |
|--|---------------------|
| <b>Región 1</b><br>Occidental Stereo<br>88.7 FM  | Español y Mam       |
| <b>Región 2</b><br>Nawal<br>93.1 FM<br><br>La Jefa Xela<br>97.1 FM   | Español y K'iche    |
| <b>Región 3</b><br>Ixim Stereo<br>103.9FM<br><br>La Jefa Chimaltenango<br>88.7 FM<br><br>Ritmo Stero<br>106.FM | Español y Kakchikel |

## 6. Audiencias de radio (Rating / Dic-2019)

**Cuadro 3. Rating de Audiencias de Radio**

| Día                 | Horario           | Emisora   | TOTAL (1 978)  | ABC (252)     | DE (552)      | Rural (1 174) | Hom (894)     | Muj (1 084)   | OCC (1 978)    | Urbano (804)  | Rural. (1 174) |
|---------------------|-------------------|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
|                     |                   | <b>Población Estimada 32 Municipios</b>                           | <b>1185461</b> | <b>151029</b> | <b>330826</b> | <b>703605</b> | <b>535795</b> | <b>649666</b> | <b>1185461</b> | <b>481856</b> | <b>703605</b>  |
| Lunes               | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 26.86          | 8.42          | 10.61         | 38.55         | 14.27         | 36.90         | 26.86          | 9.93          | 38.55          |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>318415</b>  | <b>12717</b>  | <b>35101</b>  | <b>271240</b> | <b>76458</b>  | <b>239727</b> | <b>318415</b>  | <b>47848</b>  | <b>271240</b>  |
| Martes              | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 13.48          | 6.44          | 15.78         | 13.86         | 15.82         | 11.62         | 13.48          | 12.93         | 13.86          |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>159800</b>  | <b>9726</b>   | <b>52204</b>  | <b>97520</b>  | <b>84763</b>  | <b>75491</b>  | <b>159800</b>  | <b>62304</b>  | <b>97520</b>   |
| Miércoles           | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 13.42          | 6.44          | 15.55         | 13.86         | 15.68         | 11.62         | 13.42          | 12.77         | 13.86          |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>159089</b>  | <b>9726</b>   | <b>51443</b>  | <b>97520</b>  | <b>84013</b>  | <b>75491</b>  | <b>159089</b>  | <b>61533</b>  | <b>97520</b>   |
| Jueves              | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 13.42          | 6.44          | 15.55         | 13.86         | 15.68         | 11.62         | 13.42          | 12.77         | 13.86          |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>159089</b>  | <b>9726</b>   | <b>51443</b>  | <b>97520</b>  | <b>84013</b>  | <b>75491</b>  | <b>159089</b>  | <b>61533</b>  | <b>97520</b>   |
| Viernes             | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 21.04          | 8.77          | 22.94         | 22.87         | 21.19         | 20.87         | 21.04          | 18.56         | 22.87          |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>249421</b>  | <b>13245</b>  | <b>75892</b>  | <b>160915</b> | <b>113535</b> | <b>135585</b> | <b>249421</b>  | <b>89432</b>  | <b>160915</b>  |
| Sábado              | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 13.72          | 23.78         | 18.56         | 9.82          | 13.23         | 14.22         | 13.72          | 20.25         | 9.82           |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>162645</b>  | <b>35915</b>  | <b>61401</b>  | <b>69094</b>  | <b>70886</b>  | <b>92383</b>  | <b>162645</b>  | <b>97576</b>  | <b>69094</b>   |
| Domingo             | 5:00-20:00        | Rating Acumulado  | 30.77          | 6.9           | 13.43         | 44.05         | 53.32         | 9.02          | 30.77          | 11.31         | 44.05          |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>364766</b>  | <b>10421</b>  | <b>44430</b>  | <b>309938</b> | <b>285686</b> | <b>58600</b>  | <b>364766</b>  | <b>54498</b>  | <b>309938</b>  |
| <b>Total Semana</b> | <b>5:00-20:00</b> | <b>Rating Promedio Acumulado</b>                                  | <b>18.96</b>   | <b>9.60</b>   | <b>16.06</b>  | <b>22.41</b>  | <b>21.31</b>  | <b>16.55</b>  | <b>18.96</b>   | <b>14.07</b>  | <b>22.41</b>   |
|                     |                   | <b>Población estimada a alcanzar en 3 regiones con 6 emisoras</b> | <b>224746</b>  | <b>14497</b>  | <b>53131</b>  | <b>157678</b> | <b>114193</b> | <b>107538</b> | <b>224746</b>  | <b>67818</b>  | <b>157678</b>  |

## 7. Informe de evaluación

Para evaluar la campaña de comunicación radial, se realizó una encuesta en línea (web), dirigida a hombres y mujeres beneficiarios del Proyecto ubicados en 32 municipios de los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Sololá, Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla. Del listado de beneficiarios del Proyecto se envió un correo electrónico compartiendo el enlace para la encuesta a 770 personas, la cual fue respondida por 46 personas. A continuación, se presentan las preguntas utilizadas y un análisis de las respuestas.

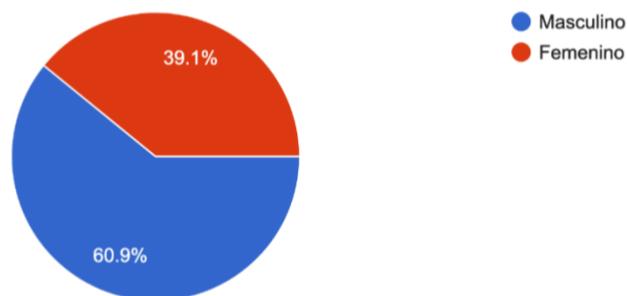
La encuesta fue conformada por 11 preguntas en el siguiente orden:

1. Indique su sexo
2. ¿Cómo conoció al Proyecto?
3. ¿Ha escuchado información en la radio sobre el Proyecto Cadena Volcánica Central?
4. ¿En qué horario los escuchó?
5. ¿En qué idioma escuchó los anuncios del Proyecto Cadena Volcánica Central, que se transmitieron por la radio?
6. ¿Se dio cuenta de que el Proyecto trabaja con otras Instituciones privadas y de gobierno?
7. ¿Los temas de los anuncios de radio del Proyecto Cadena Volcánica Central fueron?
8. ¿Cree usted que los anuncios de la campaña de radio del Proyecto representaron de manera no estereotipada a mujeres y hombres?
9. ¿Cree usted que los spots radiales se tendrían que haber realizado en más idiomas de la región?
10. ¿Qué otros medios y métodos cree usted que se pueden utilizar para brindar información del Proyecto?
11. ¿Qué medios y métodos tradicionales para proporcionar información utilizan en la comunidad, municipio, departamento donde usted vive?

### Preguntas:

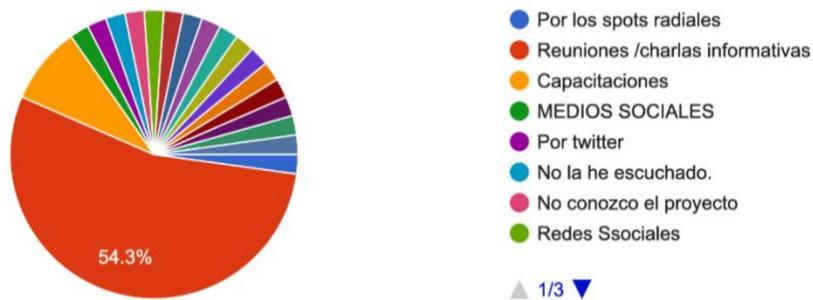
#### 1. Indique su sexo

La encuesta fue respondida 46 personas, 28 hombres y 18 mujeres.



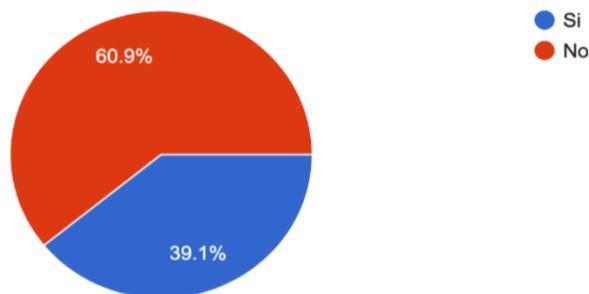
## 2. ¿Cómo conoció al proyecto?

25 personas contestaron que conocieron el proyecto a través de reuniones y charlas informativas, 4 a través de capacitaciones, 5 a través de redes sociales, 2 no conocen el proyecto, 1 no lo ha escuchado, 5 por acciones que realizan en conjunto con el proyecto, 1 por una persona que escucho en la radio, 1 por información de tercera persona, 1 por correo electrónico y 1 por spot radiales.



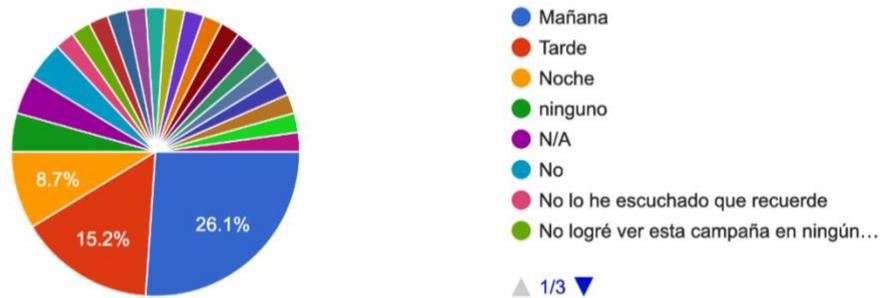
## 3. ¿Ha escuchado información en la radio sobre el Proyecto Cadena Volcánica Central?

28 personas contestaron que no y 18 personas contestaron que sí.



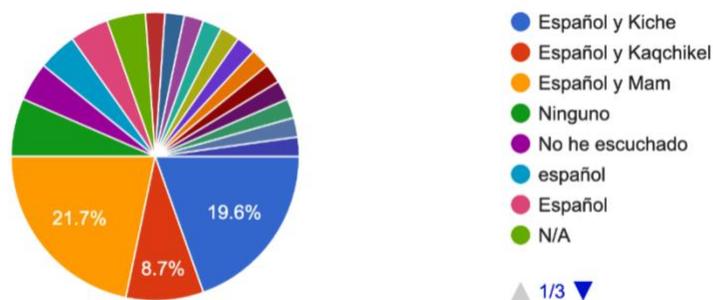
#### 4. ¿En qué horario los escuchó?

12 personas contestaron por la mañana, 7 personas contestaron por la tarde, 4 personas contestaron por la noche, 19 personas no lo escucharon, 1 persona por Tikonel Organización Local, 1 persona por correo y reuniones de trabajo, 1 por investigación personal por ser montañista y 1 por la página web del Proyecto.



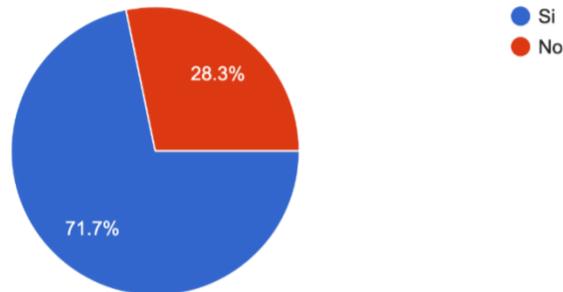
#### 5. ¿En qué idioma escuchó los anuncios del Proyecto Cadena Volcánica Central, que se transmitieron por la radio?

9 personas lo escucharon en español y kiche, 4 personas en español y kakchiquel, 10 personas en español y mam, 5 personas en español y 18 personas no lo escucharon.



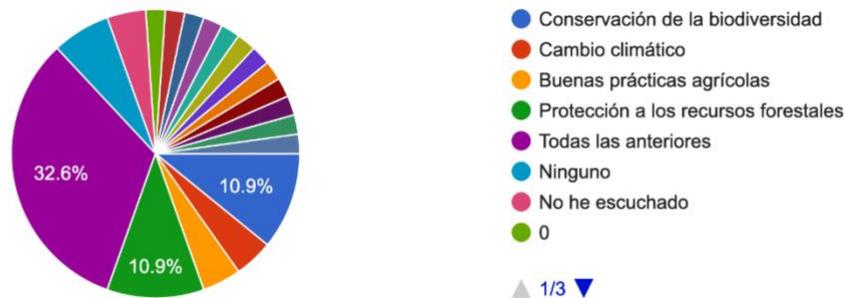
## 6. ¿Se dio cuenta de que el Proyecto trabaja con otras Instituciones privadas y de gobierno?

33 personas contestaron que sí y 13 personas contestaron que no.



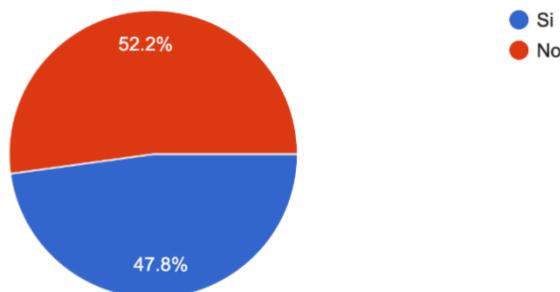
## 7. ¿Los temas de los anuncios de radio del Proyecto Cadena Volcánica Central fueron?

Al preguntar sobre las temáticas de los anuncios de la radio contestaron de la siguiente forma: 5 personas en temáticas de conservación de la biodiversidad, 2 personas en temáticas de cambio climático, 2 personas en buenas prácticas agrícolas, 5 personas en protección de recursos forestales, 14 personas mencionaron a todas las anteriores y 17 personas manifestaron no haber escuchado los spots.



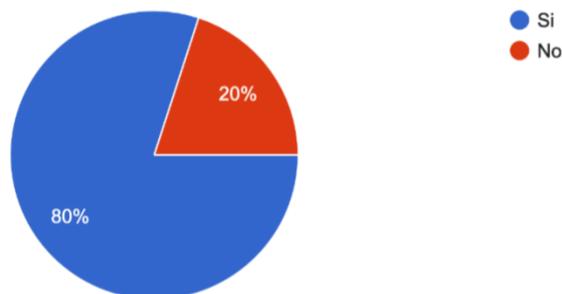
**8. ¿Cree usted que los anuncios de la campaña de radio del Proyecto representaron de manera no estereotipada a mujeres y hombres?**

24 personas contestaron que no y 22 personas contestaron que sí.



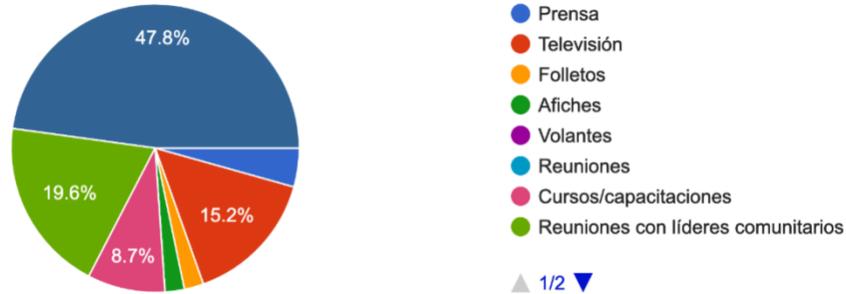
**9. ¿Cree usted que los spots radiales se tendrían que haber realizado en más idiomas de la región?**

32 personas contestaron que sí y 8 personas contestaron que no.



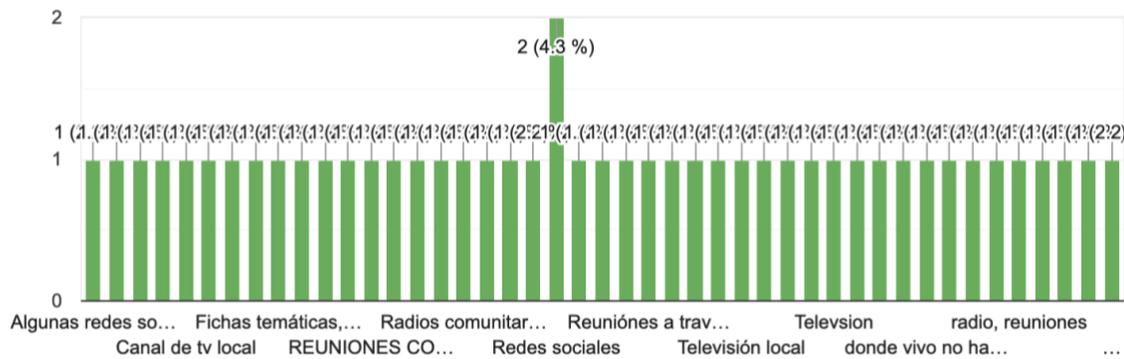
**10. ¿Qué otros medios y métodos cree usted que se pueden utilizar para brindar información del Proyecto?**

22 personas contestaron a través de redes sociales, 2 personas contestaron a través prensa, 7 personas contestaron a través de televisión, 1 persona contesto a través de folletos, 1 persona contesto a través de afiches, 4 personas contestaron que a través de cursos o capacitaciones y 9 personas contestaron que a través de reuniones con líderes comunitarios.



**11. ¿Qué medios y métodos tradicionales para proporcionar información utilizan en la comunidad, municipio, departamento donde usted vive?**

20 personas en redes sociales televisión y radio, 1 auto parlante, 5 cable local, 5 radios comunitarias, 5 reuniones con líderes, 1 fichas temáticas/ infografías, 1 prensa, 1 correo electrónico, 1 afiches, 1 trifoliales, 1 virtualmente, 1 encuestas, 1 vive en áreas si acceso a medios, 1 vive fuera del área de intervención del proyecto y 1 visitas.



---

## Conclusión

El objetivo de la evaluación de la campaña de comunicación radial del Proyecto Cadena Volcánica Central fue conocer su alcance y cuál fue la percepción de los beneficiarios del proyecto que la han escuchado.

Para evaluar la campaña de comunicación radial, se realizó una encuesta en línea (web), dirigida a hombres y mujeres beneficiarios del Proyecto ubicados en 32 municipios de los departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Sololá, Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla. Se utilizó listado de beneficiarios del Proyecto al 13 de mayo de 2021 y se envió un correo electrónico compartiendo el enlace para la encuesta a 770 personas, la cual fue respondida por 46 personas, 28 hombres y 18 mujeres.

De acuerdo con los resultados obtenidos es posible concluir que el 39.1% de encuestados escucho información en la radio del Proyecto Cadena Volcánica Central, en el horario donde más escucharon información del Proyecto fue por la mañana, por lo que se puede recomendar para futuras campañas utilizar un horario matutino con más frecuencia en los spots. Con respecto a los idiomas más escuchados en los que se transmitieron los spots, se encuentran el español y mam con 21.7%, español y kiche con 19.6% y con un 8.7% el español y kaqchiquel, estos idiomas fueron los seleccionados por ser las mayores comunidades lingüísticas del área de intervención del Proyecto. Un 80% de los encuestados considera que los spots radiales deberían de haber sido realizados en más idiomas de la región por lo que se recomienda que para futuras campañas se pueda incluir otros idiomas que sean del área de intervención del Proyecto.

El Proyecto Cadena Volcánica Central trabaja con socios estratégicos institucionales, los cuales tuvieron un espacio para poder promover acciones vinculadas al Proyecto, una de las preguntas que se realizó a los encuestados fue si pudieron identificar en los spots de la campaña el trabajo con otras instituciones privadas o de gobierno, a lo que el 71.7% contestó que sí y el 28.3% contestó que no. Con esta respuesta podemos interpretar que la mayoría de encuestados conoce que el proyecto trabaja con socios privados e institucionales y conocen de sus acciones.

Otro aspecto relevante es la temática de los spots de la campaña que se basó en sensibilizar a la población en temas de gestión sostenible de la tierra, bosques y la conservación de la biodiversidad, al preguntar sobre este contenido en los spots radiales de la campaña, la mayoría el 63% de encuestados señaló haber escuchado alguno de estos temas en los spots de la campaña.

Con respecto a la pregunta si los anuncios de la campaña representaron de manera no estereotipada a mujeres y hombres, el 52.2% contestó que no y el otro 47.8% contestó que sí, por lo que se recomienda que si se realizan futuras campañas de radio se tiene que reforzar la representación de hombres y mujeres de una manera más equitativa.

---

Para concluir, en los resultados sobre el consumo de medios para proporcionar información que utilizan los beneficiarios en sus comunidades, municipios o departamentos, señalan que la mayoría de las personas utilizan la televisión, la radio y las redes sociales. Respecto a que otros medios se pueden utilizar para brindar información del proyecto la mayoría el 47.8 % opino que pueden utilizar redes sociales, el 19.6% reuniones con líderes comunitarios, 15.2% la televisión, el 8.7% cursos y capacitaciones, el 4.3% prensa y 4.4% señalaron afiche y folletos. Se recomienda que para futuras campañas de comunicación se amplíe los materiales de comunicación a redes sociales, para tener mayor alcance.