

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE VIGILANCIA  
EPIDEMIOLÓGICA Y ANÁLISIS DE RIESGO DE LA DIRECCIÓN DE SANIDAD  
VEGETAL DEL VICEMINISTERIO DE SANIDAD AGROPECUARIA DEL  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN”**

**GABRIELA TOLEDO VALDÉZ**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, Noviembre del 2014

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE VIGILANCIA  
EPIDEMIOLÓGICA Y ANÁLISIS DE RIESGO DE LA DIRECCIÓN DE SANIDAD  
VEGETAL DEL VICEMINISTERIO DE SANIDAD AGROPECUARIA DEL  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN”**

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**GABRIELA TOLEDO VALDÉZ**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Asesor:

M.A Sergio Morataya

Guatemala, Noviembre de 2014

## **Consejo Directivo**

### **Director**

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

### **Secretaria**

M.A. Claudia Molina

### **Representantes de docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

### **Representante de los egresados**

Lic. Michael González Batres

### **Representantes estudiantiles**

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

### **Coordinador de EPS**

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

### **Supervisora de EPS**

Licda. Floralba Pérez-Folgar

Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones  
7ª. Av. 12-90 zona 13, Ciudad Guatemala  
Edificio Anexo Monja Blanca  
Teléfono: 24137418

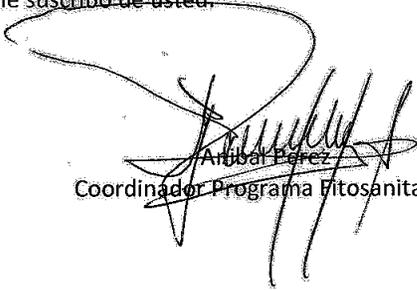


Guatemala octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted. Por este medio le informo que Gabriela Toledo Valdéz, con número de carné: 200515048, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en El Departamento de Sanidad Vegetal, Del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 5 de mayo al 18 de julio del año en curso. Realizando el proyecto de comunicación "DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA Y ANÁLISIS DE RIESGO DE LA DIRECCIÓN DE SANIDAD VEGETAL DEL VICEMINISTERIO DE SANIDAD AGROPECUARIA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN".

Sin otro particular me suscribo de usted.  
Atentamente,

  
Anibal Pérez  
Coordinador Programa Fitosanitario.



[www.maga.gob.gt](http://www.maga.gob.gt)

7ma. Avenida 12-90 zona 13, Edificio Monja Blanca, oficina 101, primer nivel



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante  
**Gabriela Toledo Valdéz**  
Carné: **200515048**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategia Comunicacional del Departamento de Vigilancia Epidemiológica y Análisis de Riesgo de La Dirección de Sanidad Vegetal del Viceministerio de Sanidad Agropecuaria del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación."**

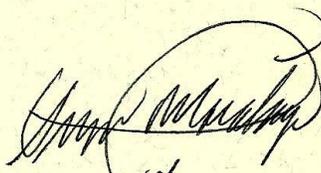
El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Licda. Floralba Pérez Folgar  
Supervisora de EPS



Vo. Bo.



M.Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

## DEDICATORIA

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

En especial a LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN y  
al DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO.

A MIS ABUELITOS

SILVIA, una mujer virtuosa y ejemplar.

MEME por ser la luz que guía mi camino (*que en paz descanse*).

A MIS PADRES

JORGE, hombre maravilloso, quien siempre me ha inspirado a ser  
mejor persona en lo personal y profesional.

LIDIA, mujer completa, quien me ha apoyado incondicionalmente.

A MIS HERMANOS

Carlos, Paola y Jorge, por estar en mi vida y hacerla mejor.

A MI ESPOSO

ERICK, por creer en mí, por su amor y apoyo sin condición.

A MIS HIJOS

ERICK GABRIEL Y LUCIANA VALENTINA, por ser mi razón de lucha  
constante.

## RESUMEN

En la Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, se entrega el informe final: **“ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA Y ANÁLISIS DE RIESGO DE LA DIRECCIÓN DE SANIDAD VEGETAL DEL VICEMINISTERIO DE SANIDAD AGROPECUARIA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN”** Presentado por la estudiante **GABRIELA TOLEDO VALDÉZ** Previo a optar por el Título de **LICENCIADA EN CIENCIAS DE A COMUNICACIÓN**.

El problema principal de esta investigación parte de la necesidad de apoyar en el tema de comunicación a esta entidad que no posee una estructura que maneje todas las estrategias comunicacionales que se generan dentro de un departamento de una institución, cuyo objetivo, no solo radica en trabajar para el país sino también de comunicar todo lo realizado para el sector más grande de Guatemala siendo la agricultura. Partiendo de una división de Departamentos, cabe mencionar que este, SANIDAD VEGETAL, no tiene ningún equipo profesional que apoye con los temas de comunicación. Es así como en base a esta necesidad se genera una oportunidad para las prácticas del ejercicio supervisado.

Después de realizar el diagnóstico del mismo, cuya metodología parte en su gran mayoría de un proceso de investigación cualitativo, genera como resultado datos valiosos para ejecutar una estrategia completa.

Parte de los objetivos del diagnóstico, era determinar un proyecto fuerte que representara una urgencia de planificación para desarrollar todo un proceso de identificación, actualización de información, y finalmente, una estrategia de comunicación ejecutable. Es acá donde nace el enfoque primordial de ejecutar una campaña de comunicación frente a una enfermedad que amenaza la producción de cítricos en el país: HUANGLONGBING conocida mejor como HLB.

La etapa del diagnóstico nos ayudó a identificar las oportunidades de trabajo y las debilidades de la institución. En la etapa de Estrategia de proponen varios proyectos

para desarrollar, sin embargo nos enfocamos en la parte primordial siendo la ejecución del proyecto comunicacional hacia el HLB.

Al identificar cual sería el proyecto a realizar, y con una previa investigación de antecedentes, logramos definir cuáles serían los canales de comunicación frente a todo un conjunto de datos que nos dirige hacia una mejor y profesional toma de decisiones.

Como resultado, ponemos a andar una estrategia comunicacional, enfocada en un solo tema de importancia nacional. El apoyo no solo es estadístico y una entrega de diagnóstico a la entidad, sino realizada exitosamente la primer parte de la campaña de comunicación.

Este informe presenta las bases para seguir trabajando y generando resultados esperados siempre y cuando se tomen en cuenta todas las recomendaciones dentro del diagnóstico y la estrategia. Dejamos entonces, un fuerte pilar estructural, que viene siendo una oportunidad para la entidad, puesto que no solo es el estudio previo a la campaña, sino la realización y las conclusiones junto de la mano con los resultados.

## INDICE

CAPÍTULO I Diagnóstico	1
1. Objetivos	2
1.1 General	
1.2 Específicos	
2. La Institución	3
2.2 Creación del Ministerio	4
2.3 Diferentes Denominaciones del Ministerio	
2.4 Funciones del MAGA	5
2.5 Antecedentes de la Unidad de Normas y Regulaciones	6
2.6 Objetivos y Metas de Desarrollo del Milenio	8
2.7 Marco Filosófico	11
2.8 Organigrama	12
3. FODA	18
4. Metodología	19
5. Recopilación de Datos	20
6. Radiografía de la Institución	25
6.1 Comunicación Interna	26
6.2 Comunicación Externa	28
6.3 POA Publicitario	41
CAPÍTULO II Plan de Comunicación	42
7. Plan de Comunicación	43
7.1 Antecedentes	
7.2 Radiografía de la Institución	44
7.3 Objetivos	46
7.4 Público Objetivo	
7.5 Mensaje	
7.6 Estrategia	47
7.7 Los planes de Comunicación	
7.7.1 Plan de comunicación de sanidad Vegetal a nivel interno	
7.7.2 Plan de comunicación a nivel interno centralizado	
7.7.3 Plan de Comunicación en el manejo de campañas	49
7.8 Calendario	51
7.9 Presupuesto	53
7.10 Control y Seguimiento	54

CAPÍTULO III Informe	55
8. Perfil comercial	56
9. Estrategia de Campaña de Comunicación	61
10. Calendario de Pauta	69
11. Textos de Spots Radiales	70
12. Material Gráfico Informativo	72
13. Talleres a Campesinos QUE ES EL HLB	73
14. Presentación de resultados de la Campaña Radial del HLB	74
Conclusiones	83
Recomendaciones	84
Referencias Bibliográficas	85
Anexos	86

CAPÍTULO I  
DIAGNÓSTICO

## 1. OBJETIVOS

### 1. 1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico comunicacional, en el Departamento de Sanidad Vegetal del ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, en la sección de Prevención de enfermedades, específicamente direccionada a la enfermedad HUANGLONGBING conocida como HLB, para proporcionar una estrategia adecuada en base a las necesidades detectadas a nivel de investigación.

### 1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar las necesidades comunicacionales del departamento de Sanidad Vegetal del MAGA.

Determinar los puntos claves que requieren de un diagnóstico y los proyectos que necesitan de una estrategia y ejecución.

Conocer la estructura del departamento y el desarrollo en el tema de comunicación de la actual epidemia a nivel vegetal conocida como HLB que se busca divulgar.

Recomendar un plan de comunicación que se adapte a las necesidades de divulgación del Huanglongbing en base al diagnóstico.

## 2. LA INSTITUCIÓN

### 2.1 Antecedentes de El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación:

El Decreto Gubernativo número 14, del 24 de agosto de 1871, estableció un Ministerio de Fomento, adjudicándole como funciones la protección y mejora del comercio, agricultura, ganadería, artes, industrias, obras públicas, líneas telegráficas, caminos, puentes, puertos y además medios de comunicación. Este mismo Decreto suprimió el Consulado de Comercio, que venía desempeñando similares atribuciones.

Por Acuerdo Gubernativo del 1 de agosto de 1899, fue creada una Dirección General de Agricultura, adscrita al Ministerio de Fomento y se nombró como Director General al señor Enrique Díaz Durán. Un Acuerdo Gubernativo del 2 de abril de 1920, creó la Secretaría de Estado en el Despacho de Agricultura y Trabajo, nombrando como titular al Licenciado Mariano López Pacheco, pero esta Secretaría no llegó a funcionar, debido al cambio de Gobierno ocurrido el 8 de abril de ese mismo año y los asuntos relacionados con la agricultura siguieron atendiéndose por la Secretaría de Fomento.

## 2.2 Creación del Ministerio

El Ministerio de Agricultura fue creado por el Decreto Legislativo No. 1042, de fecha 21 de mayo de 1920, que copiado literalmente dice: "Decreto No 1042, la Asamblea Nacional Legislativa de la República de Guatemala, DECRETA: Artículo único. Se establece un Ministerio de Agricultura, para que este importante ramo, fuente principal de la riqueza del país, sea atendido como corresponde.- Pase al Ejecutivo para su cumplimiento. Dado en el Palacio del Poder Legislativo, en Guatemala, el 21 de mayo de 1920. Arturo Ubico, Presidente; Adrián Recinos, Secretario; Ricardo C. Castañeda, Secretario.- Palacio del Poder Ejecutivo: Guatemala, 24 de mayo de 1920.

## 2.3 Diferentes denominaciones del Ministerio:

A pesar de que el Decreto Legislativo 1042 dispuso la creación de un "Ministerio de Agricultura", este organismo, como todos los demás similares que operaban dentro del Gobierno, se llamó Secretaria del Despacho de Agricultura, o simplemente Secretaria de Agricultura, esta denominación la conservo hasta el año de 1933. Durante los años 34 y 35, se denominó Secretaria de Agricultura y Caminos. De 1936 a 1944 llevo nuevamente el nombre de Secretaria de Agricultura. En el año de 1944 su nombre recibió dos cambios; el 4 de diciembre: Secretaria de Estado en el Despacho de Economía y Agricultura, por Decreto Gubernativo No. 28. El 26 del mismo mes de diciembre: Secretaria de Agricultura y Minería. El Decreto Legislativo No. 93, del 25 de abril de 1945, le llamo: Ministerio de Agricultura, nombre que conservo hasta 1981. Fue el Decreto Legislativo No 51-81 de diciembre de 1981, el que dio la denominación actual al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

## 2.4 Funciones del MAGA

### Ley del Organismo Ejecutivo (Decreto 114-97)

1. Formular y ejecutar participativamente la política de desarrollo agropecuario, hidrobiológico y de uso sustentable de los recursos naturales renovables, todo ello de conformidad con la ley.
2. Promover y velar por la aplicación de normas claras y estables en materia de las actividades agrícolas, pecuarias, hidrobiológicas, forestales y fitozoosanitarias, buscando la eficiencia y competitividad en los mercados y teniendo en cuenta la conservación y protección del medio ambiente.
3. Definir la política de ordenamiento territorial y de utilización de las tierras nacionales y de reservas de la nación y promover la administración descentralizada en la ejecución de ésta política; deberá velar por la instauración y aplicación eficaz de un sistema de normas jurídicas que definan con claridad los derechos y responsabilidades vinculadas a la posesión, uso, usufructo y, en general, la utilización de dichos bienes, mientras permanezcan bajo el dominio del Estado.
4. Formular la política de servicios públicos agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos, forestales y fitozoosanitarios y administrar descentralizadamente su ejecución.
5. En coordinación con el Ministerio de Educación y la Comisión Nacional del Medio Ambiente, formular la política de educación agropecuaria y sobre medio ambiente, promoviendo la participación comunitaria.
6. Promover en coordinación con las autoridades legalmente competentes, la política para el mejoramiento y modernización descentralizada del sistema guatemalteco de áreas protegidas; así como la formulación de políticas para el desarrollo y conservación del patrimonio natural del país.
7. Diseñar, en coordinación con el Ministerio de Economía, las políticas de comercio exterior de productos agropecuarios, forestales e hidrobiológicos.
8. Impulsar el desarrollo empresarial de las organizaciones agropecuarias, forestales e hidrobiológicas para fomentar el desarrollo productivo y competitivo del país.

9. Desarrollar mecanismos que contribuyan a la seguridad alimentaria de la población y ampliar y fortalecer los mecanismos de disponibilidad y acceso a la información estratégica a productores, comercializadores y consumidores.

## 2.5 Antecedentes de la Unidad de Normas y Regulaciones

La Unidad de Normas y Regulaciones es creada en el año de 1998 a través del Acuerdo Gubernativo No. 278-98, modificándose su organización interna en el Año de 1999 por el Acuerdo Gubernativo No. 746-99, realizándose la última modificación según acuerdo Gubernativo No. 21-2009 en el año 2009.

Dentro de las principales funciones de la Unidad se encuentra velar por la protección y sanidad de los vegetales, animales, especies forestales e hidrobiológicas. La preservación de sus productos y subproductos no procesados contra la acción perjudicial de las plagas y enfermedades de importancia económica y cuarentenaria, sin perjuicio para la salud humana y el ambiente, la cual es legislado por la Ley de Sanidad Vegetal y Animal Decreto 36-98. La Ley de Sanidad Animal y Vegetal se operativiza a través de su Reglamento Acuerdo Gubernativo No. 745-99, del cual se derivan otros acuerdos ministeriales que regulan la importación, exportación y movilización de productos y subproductos de origen animal y vegetal.

La inocuidad de los alimentos es otra de las funciones importantes de la Unidad de Normas y Regulaciones, la misma está regulada a través del Decreto 90-97 el cual en su artículo 130 le da la competencia al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación las funciones de prevención y control en las etapas de producción, transformación, almacenamiento, transporte, importación y exportación de alimentos naturales no procesados. Del código de salud se deriva su reglamento el Acuerdo Gubernativo No. 969-99 el cual en sus artículos 14.8, 14.9 y 14.10 especifica los establecimientos competencia del MAGA.

También se cuenta con algunos instrumentos más específicos como lo son el Reglamento para otorgar licencias sanitarias de funcionamiento a productos vegetales Acuerdo Gubernativo No. 72-2003, Reglamento de Rastros Acuerdo Gubernativo No. 411-2002, Acuerdo Ministerial No 427-2205 Normas para la obtención de licencia sanitaria a salas de ordeño y centros de acopio de leche, Acuerdo Ministerial No. 355-2006 Disposiciones para la emisión de licencias sanitarias de funcionamiento relacionadas con la miel de abejas y el Manual de Buenas Prácticas Apícolas para la producción de miel.

El Área Fitozoogenética tiene sus funciones a través de un Acuerdo Gubernativo del año de 1961 Reglamento para la producción, certificación y comercialización de semillas y forestales, la cual se fortalecido por los acuerdos ministeriales No. 712 el que establece los requisitos para la producción, certificación, exportación y comercio de semillas, partes y plantas de frutales y el Acuerdo Ministerial No. 713-2002 que establece los Requisitos Aplicables a la Producción, Certificación, Importación, Exportación y Comercio de Semillas, Partes de Plantas y Plantas de Cítricos Certificados y en el componente pecuario se cuenta con el Decreto No. 461 Reglamento de Registro Genealógico de Ganado y el Reglamento para el registro genealógico de Ganado Equino.

Para la agricultura orgánica se cuenta con la siguiente legislación Acuerdo Ministerial No.1173-99 que crea la Comisión Nacional de Agricultura Ecológica y su modificación Acuerdo Ministerial No. 652-2007, Acuerdo Ministerial No. 1317 que regula la implementación de los sistemas de agricultura orgánica y el manual que es aprobado por este acuerdo, Acuerdo Ministerial No. 400-2008 que aprueba el Manual para la Evaluación de los Sistemas de Certificación de Grupos de Productores Orgánicos.

El Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación surge a través del Reglamento Orgánico

Interno que obedecen a la nueva estructura de la institución, a través del Acuerdo Gubernativo 338-2010 de fecha 19 de noviembre 2010.

## 2.6 Objetivos y Metas de Desarrollo del Milenio

La Declaración del Milenio fue aprobada por Jefes de Estado, de Gobierno y altas autoridades de 189 países en la “Cumbre del Milenio” de las Naciones Unidas celebrada en septiembre de 2000. La Cumbre se centró en el análisis de las labores de cooperación en materias como el mantenimiento de la paz y la reforma de Naciones Unidas y se fijaron objetivos generales sobre el tema de la pobreza, el sida, la educación y el medio ambiente, entre otros. El MAGA como parte integrante del Estado de Guatemala debe dar cumplimiento a:

### Objetivo 1 Erradicar la pobreza extrema y el hambre

El Ministerio, a través del Viceministerio de Seguridad Alimentaria y Nutricional, brinda asistencia alimentaria a la población rural vulnerable, así como aquella que es afectada por desastres naturales. Es importante responder con programas de asistencia alimentaria a las familias afectadas por situaciones adversas provocadas por fenómenos naturales, crisis sociales, económicas y productivas.

Para el año 2013, se tiene contemplado la entrega de alimento, con lo cual se beneficiará a familias vulnerables a la inseguridad alimentaria y nutrición, en los municipios priorizados del área rural. Estos alimentos consisten en maíz, frijol, aceite y bienestarina.

El Departamento de Alimentos por Acciones, es una modalidad que persigue la realización de acciones viables y sostenibles para que la población rural en forma organizada “aprenda nuevas formas de generar desarrollo para sus comunidades” y crear activos comunitarios productivos, para reducir vulnerabilidad a la inseguridad alimentaria, a través de retribuir con alimentos el tiempo que los agricultores inviertan a nivel comunitario. Tiene prevista la entrega de alimentos a la población pobre, a la población afectada por el conflicto armado interno, por la realización de proyectos

productivos agroforestales, de protección ambiental y de recursos naturales y la atención a niños en Centros de Recuperación Nutricional del país.

A través del Departamento de Apoyo a la Producción de Alimentos se tiene programado la entrega de insumos para la implementación de huertos, granjas avícolas y otros, dándoles las herramientas metodológicas adecuadas para el mejoramiento de su ingesta diaria, mejorándola en cuanto a aporte vitamínico y variación nutricional. Así mismo la entrega de bolsas pecuarias, entre otros, con lo cual se contribuye a mejorar la seguridad alimentaria nutricional y los medios de vida de las familias, en zonas rurales afectadas por desastres naturales recurrentes y crisis socioeconómicas.

El Programa Supertortilla dotará de harina de maíz mixtamalizada, enriquecida y fortificada en forma mensual a través de la entrega de un quintal de harina a cada una de las 6,936 familias que se encuentran en situación de pobreza y pobreza extrema, y que corresponden a la población objetivo del Programa.

Dentro de una prioridad del proyecto estará el poderle dar seguimiento en forma mensual, la medición del peso y talla de los niños menores de cinco años y la medición en la ganancia de peso en la mujeres que se encuentran embarazadas.

Con las acciones anteriores se pretende:

1. Que los alimentos sean un estímulo para reforzar las organizaciones comunitarias de base, participar en programas de capacitación, adoptar tecnologías apropiadas, mejorar capacidades y potencialidades e insertarse en actividades productivas generadoras de ingresos.
2. Ser un incentivo y una transferencia de ingresos para soportar el costo de los alimentos y el desempleo. Permite un ahorro significativo a los beneficiarios al no tener que comprar ciertos productos en el mercado.

3. Contribuir a fomentar la participación de la mujer en el acceso, disponibilidad y consumo de los alimentos, mejorando sustancialmente su adecuada utilización.

## Objetivo 2 Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Todas las acciones que el MAGA realiza directamente con los productores agropecuarios, lo hace con la metodología de manejo integrado de cuencas, que incluye el uso adecuado de los recursos naturales y la adopción de buenas prácticas agrícolas y buenas prácticas de manufactura, lo cual contribuye a establecer la cultura de la conservación del medio ambiente.

## Agenda del Cambio y Pactos de Gobierno

Se consideran prioritarios los ejes planteados en la Agenda del Cambio. La misma presenta cinco ejes fundamentales para transformar la realidad guatemalteca en 4 años, promoviendo el desarrollo y fomentando el respeto a los derechos humanos en todos los procesos de gobierno.

## 2.2 Marco Filosófico

Visión:

MAGA

Somos una institución estratégica del Estado, que coadyuva al desarrollo rural integral del país, promueve la certeza jurídica, la transformación y modernización de la agricultura, desarrollando capacidades productivas, organizativas y comerciales de los productores, para lograr la soberanía, seguridad alimentaria y la competitividad con normas y regulaciones claras para el manejo de productos en el mercado nacional e internacional, bajo los principios de transparencia, subsidiariedad, eficacia, eficiencia, equidad, multiculturalidad e interculturalidad.

SANIDAD AGROPECUARIA

Ser una institución pública eficiente y eficaz que propicie el desarrollo agropecuario y el acceso a una alimentación adecuada suficiente e inocua, proveniente de las cadenas productivas que abastecen los mercados nacionales e internacionales, haciendo uso sostenible de los recursos naturales, donde la población guatemalteca goza de un desarrollo permanente en su calidad de vida, en el marco de gobernabilidad democrática.

Misión:

MAGA

Ser una institución pública eficiente y eficaz, que propicia el desarrollo agropecuario, y el acceso a una alimentación adecuada suficiente e inocua, proveniente de las cadenas productivas que abastecen los mercados nacionales e internacionales, haciendo uso sostenible de los recursos naturales; donde la población guatemalteca goza de un desarrollo permanente en su calidad de vida, en el marco de gobernabilidad democrática.

SANIDAD AGROPECUARIA

Somos una institución estratégica del estado, que coadyuva al desarrollo rural integral del país, promueve la certeza jurídica, la transformación y modernización de la agricultura, desarrollando capacidades productivas, organizativas y comerciales de los productores para lograr la soberanía, seguridad alimentaria y la competitividad, con normas y regulaciones claras para el manejo de los productos en el mercado nacional e internacional, bajo los principios de transparencia, subsidiariedad, eficacia, eficiencia, equidad, multiculturalidad e interculturalidad.

## VALORES INSTITUCIONALES

1. **Transparencia: Gobernar con probidad honestidad, honradez e integridad**
2. **Institucionalidad: Se propugna el respeto y observancia de las leyes relacionadas y el principio de eficiencia y coordinación en la gestión pública para obtención de logros en la materia.**
3. **Reforma política y del Estado: La democracia como la mejor forma de gobierno para Guatemala, en observancia del marco jurídico vigente en nuestro país, respetando la independencia de los poderes del Estado y trabajando en alianza estratégica con los gobiernos autónomos municipales. Para ello es necesario que las instituciones y organizaciones del Estado funcionen y entreguen resultados a los ciudadanos, por lo que es imperativo retomar el proceso de modernización de la administración pública, como instrumento a través del cual actúa y se materializa el Estado.**
4. **Valor Agregado sobre las lecciones aprendidas: Los últimos gobiernos han construido institucionalidad pública y a la actual administración le corresponde usar las lecciones aprendidas para construir sobre las bases existentes y aportar innovaciones derivadas de los anhelos depositados en el nuevo gobierno.**
5. **Primacía del ser humano y la vida: Se ubica en el centro de las acciones y las estrategias al ser humano, para que mediante la garantía de su bienestar como consecuencia de la alimentación y la salud pueda concentrarse en generar y replicar la vida a su alrededor en una convivencia armónica con el medio ambiente.**
6. **Solidaridad: La solidaridad implica dar prioridad en los servicios, gasto y acción del Estado a los guatemaltecos más pobres y aquellos en mayores condiciones de vulnerabilidad para evitar que sigan estando excluidos del acceso a oportunidades. La solidaridad y la inclusión serán elementos transversales de las políticas públicas ya que toda la acción del Estado debe contribuir al logro de su realización.**

7. Respetar los Acuerdos de Paz y promover las metas del milenio: La voluntad política para el cumplimiento de compromisos que corresponden al Ejecutivo y la activación de la participación de otros sectores responsables, ya que la responsabilidad del cumplimiento de ambos acuerdos es de toda la sociedad y no puede recaer solamente en el Gobierno.

8. Inclusión y democracia: Los Estados que funcionan y que son garantes del bien común son capaces de articular los intereses de los distintos grupos sociales; de dar acceso equitativo a las oportunidades de desarrollo económico, social y político y de generar en los ciudadanos y grupos sociales un sentido de pertenecer y estar incluidos en los intereses de la sociedad.

9. Búsqueda de consensos: La búsqueda de grandes acuerdos entre los sectores de la sociedad civil, entre ésta y el Gobierno en su relación con el pueblo de Guatemala y como parte de la Administración Pública misma. La solución de diferencias se dará en el marco del diálogo, el respeto a todas las opiniones y el cumplimiento de los deberes del Estado.

10. Descentralización y participación: La centralización geográfica de la producción y de la infraestructura productiva y social, así como la gestión centralizada y sin participación ciudadana de las instituciones, programas y servicios del Estado han contribuido directamente a los altos grados de pobreza, a la falta de oportunidades en el área rural y al acceso desigual a los servicios.

La descentralización y la promoción de la participación ciudadana en la gestión del desarrollo es entonces un elemento fundamental de nuestra estrategia de reducción de la pobreza y de la modernización del Estado.

11. Interculturalidad: La interculturalidad es una práctica social de interrelaciones entre grupos de distintas etnias, lenguas y culturas, basada en la igualdad de derechos, el respeto a la diferencia cultural y una intensa interacción entre ellos. Los principios de ciudadanía, derecho a la diferencia y de unidad en la diversidad se articulan en esta concepción de interculturalidad, que tiene en cuenta no sólo las diferencias entre personas y grupos sino también las convergencias, los vínculos que

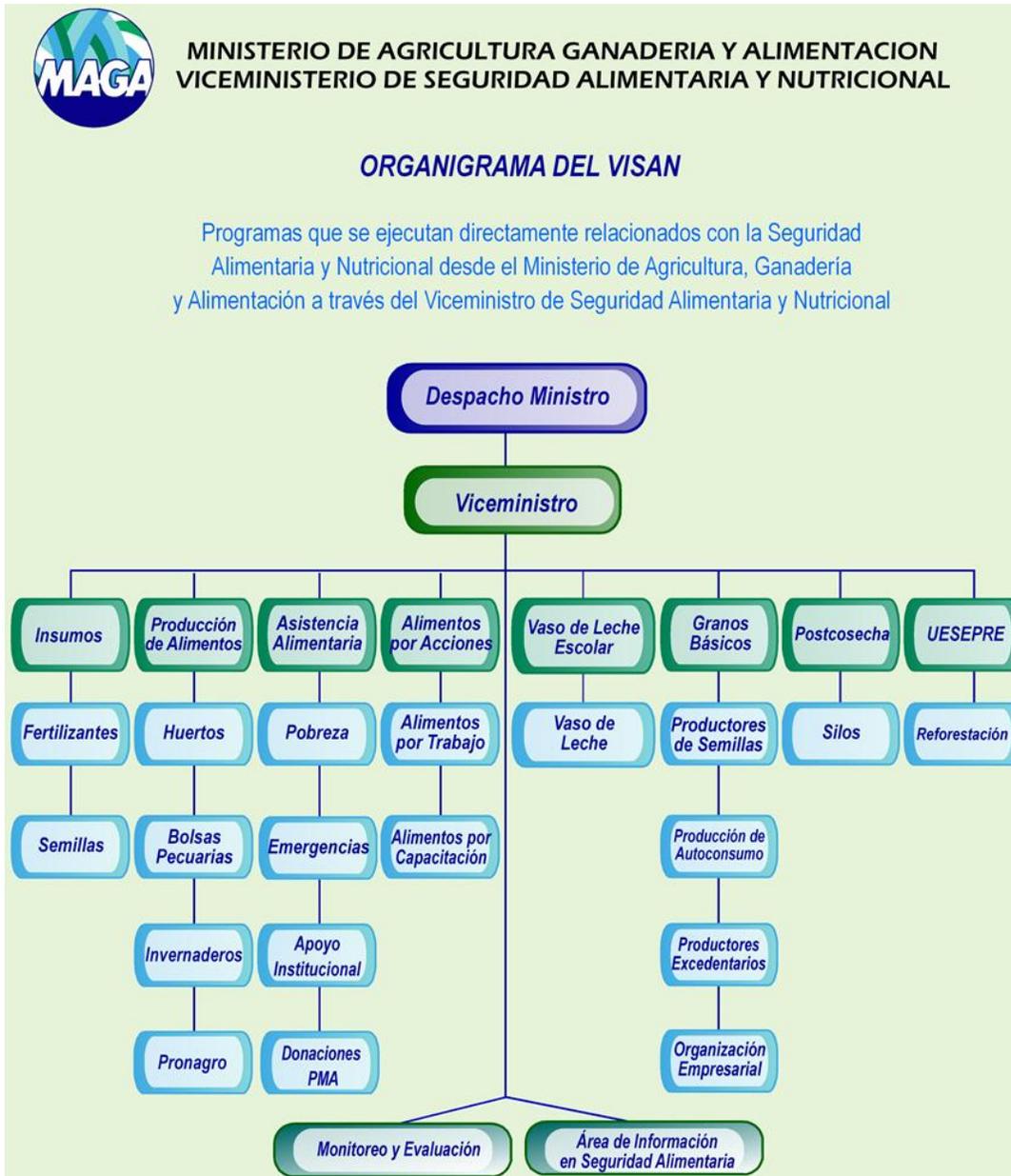
unen, los valores compartidos, las normas de convivencia legitimadas y las instituciones e intereses comunes.

12. Creación de capitales: A partir del capital humano y el capital natural, se creará el capital económico mediante opciones de producción y empleo dignas que permitan obtener como consecuencia de los tres anteriores el capital social.

13. Integralidad: Se atienden las diferentes dimensiones de los problemas con el fin de crear un proceso virtuoso, incluyente e intertemporal para alcanzar los objetivos de bienestar.

14. Sostenibilidad: El desarrollo sostenible permite cubrir las necesidades actuales, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para cubrir sus propias necesidades. Para ello, el desarrollo agropecuario será basado en un ordenamiento territorial, para la producción sostenible y amigable con el ambiente para minimizar los efectos del cambio climático.

### 2.3 Organigrama:





### 3. FODA

#### 3.1 Fortalezas

Trabajo en equipo

Comunicación

Apoyo institucional sectorizado

Información actualizada para la generación de proyectos

Información organizada

Información instantánea para los demandantes.

Representación gráfica del problema

#### 3.2 Oportunidades

Falta de promoción y publicidad de los proyectos elaborados.

Falta de comunicación externa

Falta de personal capacitado en el tema de comunicación

#### 3.3 Debilidades

Insatisfacción laboral por pagos tardíos

Falta de Crecimiento dentro de la Institución

Inestabilidad Laboral

### 3.4 Amenazas

Pérdida de interés en el apoyo a la institución, cada cual en su lugar y posición de trabajo por no contar con los beneficios de la ley a tiempo y por obtener poco apoyo externo.

## 4. METODOLOGÍA

### 4.1 Descripción del Método

Se ha adecuado el perfil metodológico a elaborar básicamente por el poco personal y la limitada estructura que posee específicamente el Departamento de Vigilancia Epidemiológica y Análisis de Riesgo de la Dirección de Sanidad Vegetal del Viceministerio de Sanidad Agropecuaria del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA-.

Recopilación y adaptación de información

Entrevistas

Encuestas

## 5. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 5. 1 Ficha de las entrevistas

Responsable de realizar la entrevista	Gabriela Toledo
Nombre de Entrevistado	Aníbal Sánchez
Puesto de entrevistado	Coordinador de Dirección De Sanidad Vegetal
Fecha	16 de Febrero 2014

### 5.2 Resultados de las entrevistas

Se ha preparado una entrevista para el encargado de la división para determinar el punto de partida del diagnóstico.

A lo largo de la entrevista se han detectado varios puntos de relevancia:

#### Entrevista al Ingeniero Agrónomo Aníbal Pérez

- El departamento de Sanidad Vegetal no cuenta con una sección ó personal a cargo del tema de comunicación, por lo que al transcurrir de los años se han detectado varias necesidades comunicacionales.
- En este momento se busca trabajar un proyecto de planificación, amarrado a una campaña de divulgación, para que la población conozca sobre la enfermedad HUANGLONGBING. El Ingeniero Pérez comenta que el HLB es la enfermedad más devastadora a nivel mundial en la producción de cítricos, siendo una enfermedad que no tiene cura, se busca, por medio de una planificación, divulgar la información a la población, para el conocimiento, identificación y dar información a VISAR-MAGA sobre las plantaciones que presenten los síntomas.

- Al no tener un departamento de comunicación la estrategia se ha quedado en papel y no se ha detectado el nivel de importancia y las técnicas necesarias para llegar a la población, en su mayoría, citricultores y viveristas.

### 5.3 Tablas comparativas entre los entrevistados

#### Análisis de la Comunicación Interna

NO se pidió el nombre del colaborador porque sino no participaban a las entrevistas tipo encuesta por el miedo a ser despedido ó pasar los datos al supervisor ó director de área. Respuestas SI tienen X.

Entrevistado	1	2	3	4
Conoce el HLB	x	X	X	x
Ha escuchado alguna Campaña Informativa del HLB	x			
Es necesaria una campaña Informativa del HLB?	x	X	X	x
Se conoce el presupuesto para esta iniciativa?				
Usted trabaja en el departamento de Sanidad Vegetal?	x	X	X	x

*Por Gabriela Toledo*

#### 5.4 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Como conclusión, el manejo de comunicación interna está un poco desviado a estrategias que no tienen presupuesto para ejecución, sin embargo el personal considera necesaria una asignación del mismo en apoyo a la campaña de HLB para los guatemaltecos.



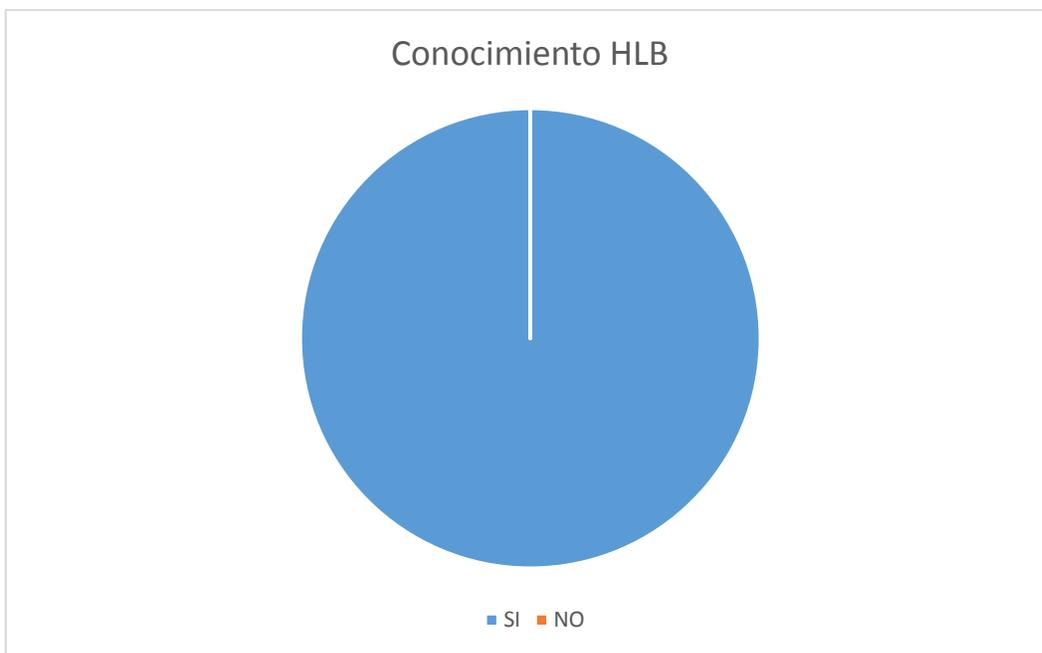
*Fuente: Gabriela Toledo*

Comunicación Interna con los trabajadores de campo.

Se entrevistó vía telefónica a 10 trabajadores de campo, quienes son los asesores que visitan las plantaciones de cítricos en la región norte y sur de Guatemala. Se les realizaron preguntas directas para conocer acerca del estado de la comunicación, desde el MAGA para los departamentos y el control de resultados.

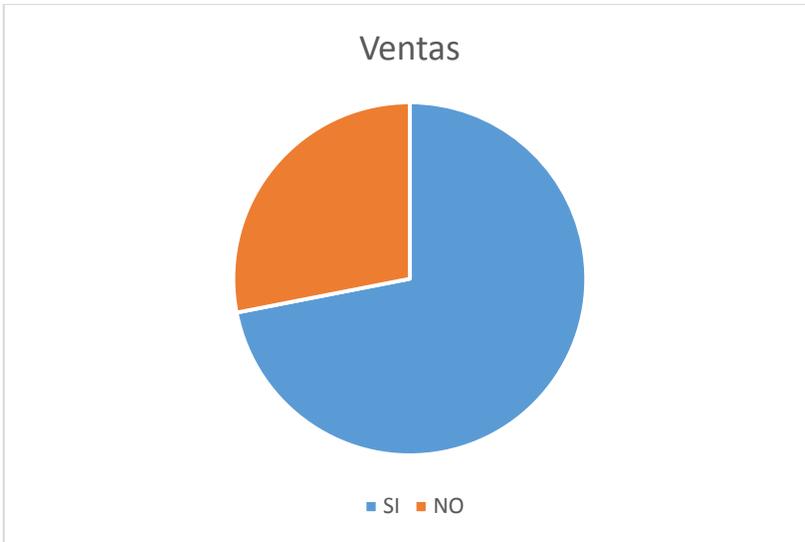
Los resultados:

1. Conoces todos los datos de relevancia acerca del HLB



*Fuente: Gabriela Toledo*

2. ¿Recibes capacitaciones constantes, que te ayuden a obtener datos actualizados y situaciones nuevas, que te ayuden en tu desempeño laboral?



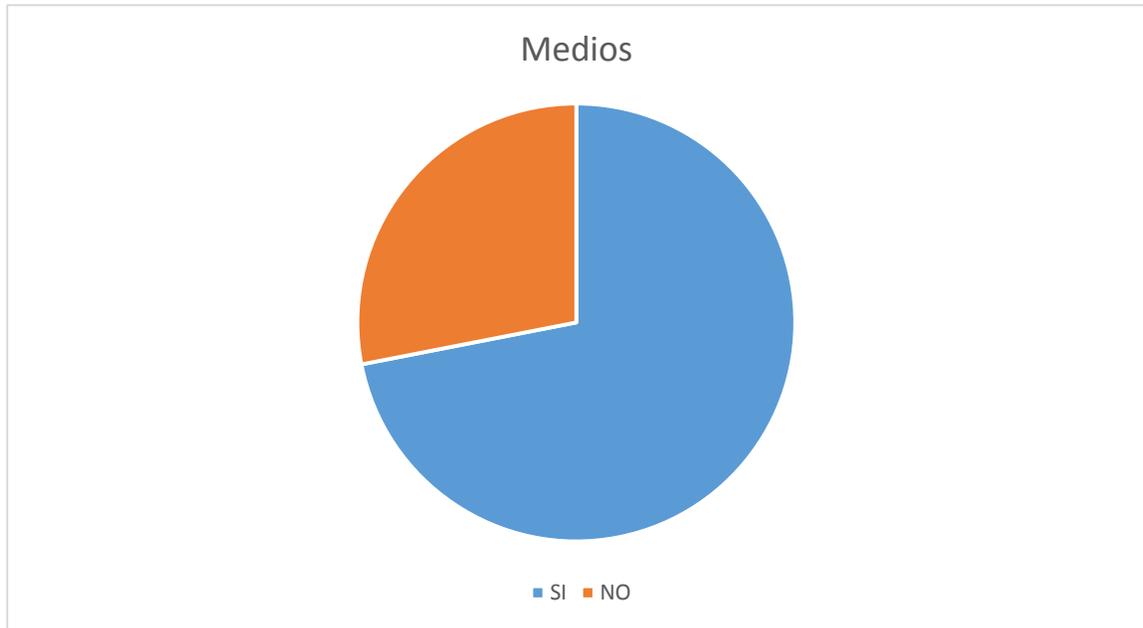
*Fuente: Gabriela Toledo*

3. ¿Qué tan frecuente es tu comunicación con la división de Sanidad Vegetal del maga?



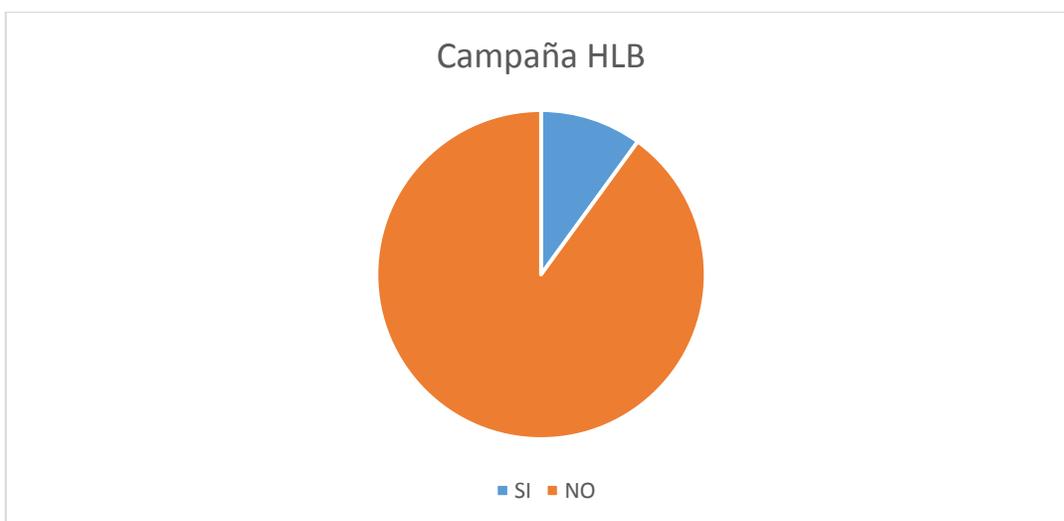
*Fuente: Gabriela Toledo*

4. ¿Tienes al alcance todos los medios para trabajar, viáticos, transporte, entre otros?



*Fuente: Gabriela Toledo*

5. ¿Ha escuchado en algún medio de comunicación alguna información referente al hlb?



*Fuente: Gabriela Toledo*

## 6. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

### 6.1 Comunicación Interna

El Sistema Nacional de Vigilancia Epidemiológica está operado por el Departamento de Vigilancia Epidemiológica y Análisis de Riesgo de la Dirección de Sanidad Vegetal del Viceministerio de Sanidad Agropecuaria del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA-. Este sistema lleva a cabo la captura de información epidemiológica a nivel nacional de las plagas presentes y confirmando la ausencia de otras, esta información sirve para que los productores puedan planificar los controles fitosanitarios a sus cultivos. El mismo se ejecuta a través de los epidemiólogos que se encuentran distribuidos en los departamentos a nivel nacional y los laboratorios de diagnóstico (Kilometro 22, Peten y Quetzaltenango), quienes reportan sobre la presencia y comportamiento de las plagas a nivel nacional.

Dicha información es capturada, procesada y analizada para la elaboración de informes nacionales e internacionales y para orientar las acciones que permitan incrementar y proteger las áreas, lugares y sitios libres de plagas, con que cuenta el país.

La información que se genera a través de la vigilancia es la base para poder elaborar los listados de plagas para la categorización de las mismas y poder tener la información técnica y científica para los estudios de Análisis de Riesgo de Plagas y tener requisitos de importación con fundamento científico y justificar y certificar los productos que se exportan.

#### 6.1.1 De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

El Director, los analistas y los asesores cuentan con todo el mobiliario necesario:

Computadora

Impresora

Teléfono de Planta

Celular

Papel

Acceso a Internet

Acceso a información a nivel Nacional

#### 6.1.2 Canales de Comunicación Interna

La comunicación interna se maneja por medio de afiches informativos instalados en el edificio asignado a esta institución, adicional, solamente se comparte en reuniones donde el personal está convocado, de otra forma, no hay acceso a ella, hasta las presentaciones de resultados e informes finales.

#### 6.1.3 Rumores

Hay quejas por parte de los trabajadores de que el pago de salario no se les cumple en las fechas establecidas, a veces, el pago no es realizado hasta después de 3 o más meses, sin embargo cuando se realiza el pago se hace en su totalidad.

6.1.4 A nivel de comunicación de la institución, se interpretaron los resultados de una forma gráfica, para abarcar cada uno de los puntos de importancia y verificar las oportunidades.



## 6.2. Descripción de Comunicación Externa

Ante la problemática económica-social que se vive en el área rural, la importancia de fortalecer institucionalmente al MAGA a través de un ente Externo como ICTA, Quien lo apoya en temas de investigación, se centra entre otras, en las razones siguientes:

La importancia de la investigación agrícola para apoyar la seguridad alimentaria ha sido muy recalcada por las implicaciones de política de algunos estudios realizados, en los cuales se ha comprobado que la valoración de políticas relacionadas con la investigación agrícola son más eficientes para incrementar la producción de los cultivos y mejorar la calidad de los alimentos producidos; la relevancia de la investigación agrícola se demuestra por su contribución en el crecimiento de la productividad agropecuaria en los últimos 100 años.

El ICTA aporta profesionales especializados para la capacitación de extensionistas y promotores del MAGA y de Organizaciones Nacionales.

6.2.1 El POA del Año: Nos compartieron el calendario para la asignación de POA 2014 del área específica de la división de Inocuidad. Adicional se adjunta el POA ejecutado en el año 2013, siendo el mismo asignado para el 2014.

	<b>RESULTADOS</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACIÓN</b>	<b>Resposanble</b>	
Inspección de plantas sintomáticas a nivel nacional	Informe técnico de inspecciones realizadas	Boleta de inspección, resultado de laboratorio y base de datos	Epidemiólogos Fito	
Muestreo de tejido y del insecto vector para el diagnóstico de la bacteria del HLB en la ZBF y áreas libres a nivel nacional	Informe técnico de muestreos realizados	Boleta de muestreo, resultado de laboratorio y base de datos	Epidemiólogos fito y productores	
Eliminar plantas de cítricos enfermas con el HLB	Zona bajo control fitosanitario	Informe técnico, archivo fotográfico,	Brigada fitosanitaria y productores	
Control de D citri con Tamarixia radiata en áreas prioritarias	áreas prioritarias sometidas al controlador biológico	informes técnicos	Coordinación HLB	
Evaluar depredadores y hongos entomopatogenos para el control del insecto vector Diaphorina citri	áreas evaluadas anterior y posteriormente a las aplicaciones	informes técnicos	Coordinación HLB	
Control químico de Diaphorina citri en áreas comerciales	Disminuir las poblaciones de D. citri en áreas comerciales	Informe técnico	Coordinación HLB	
Remozar instalaciones para la producción de yemas sanas	Instalaciones remozadas para la producción de materia sano	Entrega y recepción de instalaciones	OIRSA/Taiwan/MAGA	
Producción de material vegetal sano	materia vegetal sano para distribución	Documento de respaldo de la entrega de materia sano	DEFRUTA/Coordinación HLB, Depto. Viveros	
Propuesta de Normativa para la certificación fitosanitaria de material vegetal de cítricos	Norma consensuada y aprobada	Listados, informes, ayuda de memoria	Coordinación HLB	

evaluación del parasitismo de T.radiata en áreas prioritarias	Porcentaje de parasitismo de T.radiata en D.citri	informe técnico	Coordinación HLB	
Fluctuación poblacional de D citri en fincas centinela	conocer la fluctuación poblacional de D.citri en fincas centinela	informe técnico	Coordinación HLB	

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Huertos Escolares	Departamento de Apoyo a la Producción de Alimentos	Cotización, compra, maquilado y entrega de pilones o semillas de especies hortícolas	Personal, semilla, bandejas, agroquímicos, peat moss, vehículos, herramienta agrícola	7,340,000.00	Metro cuadrado	7.34	1,000,000
Árboles Frutales	Departamento de Apoyo a la Producción de Alimentos	Cotización, compra y distribución	Personal, almácigos, vehículos, herramienta agrícola	84,000.00	planta	15.00	5,000
Bombas Rociadoras de Mochila	Departamento de Apoyo a la Producción de Alimentos	Cotización, compra y distribución	Personal, vehículos	500,000.00	herramienta	500.00	1,000
Kit de Herramientas	Departamento de Apoyo a la Producción de Alimentos	Licitación, compra y distribución	Personal, vehículos	9,810,000.00	herramienta	163.50	60,000
<b>ii. Almacenamiento de Alimentos</b>							
Entrega de silos metálicos para almacenamiento de granos básicos	Departamento de almacenamiento de Alimentos	Cotización, compra de lámina, fabricación y entrega de silos metálicos		26,392,850.00	Artículo de metal	275.00	95,974
Capacitación a 95,974 agricultores en el uso y manejo del silo metálico postcosecha.	Departamento de almacenamiento de Alimentos	Convocatoria a cursos sobre uso y manejo del silo metálico		2,405,492.34	Evento	2,505.72	960
Capacitación a 110 técnicos en almacenamiento de granos básicos a nivel familiar, uso y manejo	Departamento de almacenamiento de Alimentos	Convocatoria a cursos sobre almacenamiento de granos básicos a nivel familiar		2,757.04	Evento	250.64	11

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
del silo metálico.							
Capacitación a 220 líderes comunitarios en almacenamiento de granos básicos, uso y manejo del silo metálico.	Departamento de almacenamiento de Alimentos	Convocatoria a cursos sobre almacenamiento de granos básicos a nivel familiar		5,514.08	Evento	250.64	22
Capacitación de 20 Artesanos Postcosecha en Fabricación de Silos Postcosecha.	Departamento de almacenamiento de Alimentos	Convocatoria a curso sobre fabricación de silos metálicos		525.00	Evento	131.25	4
<b>iii. Agricultura Urbana</b>							
Micro huertos	Departamento de agricultura Urbana	Cotización, compra, y entrega de pilones o semillas de especies hortícolas	Personal, semilla, Pilones vehículos	1,432,000.00	Metro cuadrado	14.32	100,000.00
Huertos Familiares	Departamento de agricultura Urbana	Cotización, compra, y entrega de pilones o semillas de especies hortícolas	Personal, semilla, Pilones vehículos	1,718,100.00	Metro cuadrado	19.09	90,000.00
Huertos Comunales	Departamento de agricultura Urbana	Cotización, compra, y entrega de pilones o semillas de especies hortícolas	Personal, semilla, Pilones vehículos	1,736,100.00	Metro cuadrado	19.29	90,000

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Huertos Escolares	Departamento de agricultura Urbana	Cotización, compra, y entrega de pilones o semillas de especies hortícolas	Personal, semilla, Pilones vehiculos	124,040.00	Metro cuadrado	8.86	14,000
Capacitaciones	Departamento de agricultura Urbana	Convocatoria y capacitación de grupos de 30 personas	Personal, vehículos	890,656.00	Evento	342.56	2,600
Dotación de Harina Nixtamalizada, Enriquecida y Fortificada	Programa Supertortilla	Licitación, compra traslado y entrega de Harina de Maíz nixtamalizada, Enriquecida y Fortificada e identificación de beneficiarios y monitoreo de los mismos	Personal, quintales y beneficiarios	80,000,000	Aportes en Especie (quintales)		200,000
<b>X. Viceministerio de Desarrollo Económico Rural</b>							
<b>Promoción y Fortalecimiento de encadenamientos productivos, agrícolas, pecuarios e hidrobiológicos</b>							
Productores Agropecuarios con Asistencia Técnica para la conformación de encadenamientos productivos-comerciales	Dirección de Fortalecimiento para la Organización Productiva y Comercialización.	Alianzas estratégicas visitas de acercamiento reuniones de acuerdos	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	63,570.00	Evento	3,973.13	16
Productores Agropecuarios Capacitados para el Fortalecimiento de	Dirección de Fortalecimiento para la Organización Productiva y Comercialización.	Gestión, planificación y ejecución	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	234,030.80	Evento	11,701.54	20

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
encadenamientos productivos-comerciales							
<b>Fortalecimiento de las capacidades organizativas, productivas y comerciales de los pequeños productores y productoras del sector agropecuario a nivel nacional</b>							
Entrega de insumos a productores agrícolas (fertilizantes, semillas y plaguicidas)	VIDER	Cotización, compra, traslado y entrega de insumos	Personal, Vehículos, transporte para los insumos, material de empaque	55,422,310.00	Aporte en especie	216.53	255,962
Entrega de insumos a productores pecuarios (alevines, alimento para animales, vacunas, desparasitantes, reproductores)	Dirección de Desarrollo Pecuario	Cotización, compra, traslado y entrega de insumos	Personal, Vehículos, transporte para los insumos, material de empaque, alimentos	567,660.20	Aporte en especie	10,710.57	53
Productores agroforestales cuentan con insumos para viveros agrícolas y forestales (semillas, bolsas plásticas, fertilizantes y plaguicidas, bandejas)	Desarrollo Agrícola	Cotización, compra, traslado y entrega de insumos	Semillas, materiales vegetativos, fertilizantes, plaguicidas	3,442,123.33	Vivero	491,731.90	7

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Productores de cardamomo cuentan con equipo para procesamiento.	Desarrollo Agrícola	Cotización, compra, traslado y entrega de maquinaria	Personal, Vehículos, transporte	360,000.00	Máquina	60,000.00	6
Productores agroforestales con sistemas establecidos y planes de finca	Desarrollo Agrícola	Selección y priorización de áreas y beneficiarios, planes de intervención, cotización, compra, traslado y entrega de insumos	Plantas, fertilizantes, plaguicidas, abonos orgánicos	5,904,679.67	Hectárea	4,781.12	1,235
Productores agrícolas cuentan con insumos para establecimiento de estructuras protegidas	Desarrollo Agrícola	Cotización, compra, traslado y entrega de insumos	Nylon, plásticos, madera, tubos, malla, tinaco, mangueras	8,232,500.00	Metro cuadrado	235.21	35,000
Productores agrícolas cuentan con insumos para el establecimiento de sistemas de cosecha de agua de lluvia	Desarrollo Agrícola	Cotización, compra, traslado y entrega de insumos	Blocks, cemento, hierro, tubería, canales	1,474,623.33	Metro cuadrado	1,286.76	1,146
Productores agrícolas reciben Incentivos por la implementación de estructuras de conservación de suelos	Desarrollo Agrícola	Selección de áreas y beneficiarios, supervisión y entrega de incentivos	Mano de obra calificada y no calificada, incentivos	10,132,497.67	Hectárea	4,478.62	2,262

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Productores agropecuarios capacitados en temas productivos y comerciales	VIDER	Planificación, programación, reuniones, convocatorias, visitas	Personal, Vehículos, equipo audiovisual, material didáctico	5,693,426.55	Evento	3,520.98	1,617
Productores agropecuarios con asistencia técnica productiva y comercial	VIDER	Planificación, programación, reuniones, convocatorias, visitas	Personal, Vehículos, equipo audiovisual, material didáctico	9,755,758.28	Evento	2,418.98	4,033
<b>Fortalecimiento de las capacidades productivas para familias en condiciones de infra y subsistencia</b>							
Familias en Infra subsistencia y subsistencia reciben dotación de insumos para fertilidad y control de plagas	VIDER	Dotación de insumos	Fertilizantes y plaguicidas	74,500,000.00	Aporte en especie	745.00	100,000
Familias en Infra subsistencia reciben aljibes familiares para producción familiar y comunal	VIDER	Dotación de tinacos	Tinacos	55,900,000.00	Artículo de plástico	2,795.00	20,000
Familias en subsistencia reciben materiales complementarios para mejorar	VIDER	Dotación de materiales	Materiales de construcción	9,000,000.00	Aporte en especie	9,000.00	1,000

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Instalaciones pecuarias							
<b>Promoción de las inversiones de infraestructura productiva en el área rural</b>							
Productores agrícolas con proyectos de micro riego de 400 m2 c/u, establecidos	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Cotización, compra y traslado de accesorios	Mano de obra calificada y no calificada, tubería, tinacos, accesorios	30,387,890.00	Metro cuadrado	9.15	3,320,000
Productores agrícolas capacitados en operación y mantenimiento del sistema de micro riego, transferencia de tecnología, principios de administración y organización	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Licitación, contratación de servicios de capacitación y asistencia técnica	trifoliales, Personal capacitador	4,320,000.00	Evento	26,024.10	166
Productores agrícolas con Asistencia Técnica en la operación y mantenimiento del sistema de micro riego, transferencia de tecnología, principios de administración y	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Licitación, contratación de servicios de capacitación y asistencia técnica	Personal técnico, combustible, viáticos, vehículo, materiales	5,150,000.00	Evento	31,024.10	166

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
organización							
<b>Promoción y Fortalecimiento de encadenamientos productivos, agrícolas, pecuarios e hidrobiológicos</b>							
Productores Agropecuarios con Asistencia Técnica para la conformación de encadenamientos productivos-comerciales	Dirección de Fortalecimiento para la Organización Productiva y Comercialización.	Alianzas estratégicas visitas de acercamiento reuniones de acuerdos	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	95,355.00	evento	11,919.38	8
Productores Agropecuarios Capacitados para el Fortalecimiento de encadenamientos productivos-comerciales	Dirección de Fortalecimiento para la Organización Productiva y Comercialización.	Capacitaciones en temas de: producción, comercio y encadenamientos, mercados destinos, asociatividad productiva, demandas comerciales internacionales, protocolos de inocuidad nacional e internacional, empaque y producto, inocuidad.	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	541,378.00	documento	9,334.10	58
<b>Fortalecimiento de las capacidades organizativas y comerciales de los pequeños productores y productoras del sector agropecuario a nivel nacional</b>							
Productores agropecuarios capacitados en temas organizativos y comerciales	Dirección de Fortalecimiento para la Organización Productiva y Comercialización.	Gestión, planificación y ejecución	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	369,477.00	evento	11,918.61	31

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Productores agropecuarios con asistencia técnica organizativa y comercial	Dirección de Fortalecimiento para la Organización Productiva y Comercialización.	Selección de asociaciones de productores, Visitas de Acercamiento, Levantado de boleta de información. Análisis de la información recabada Determinación del nivel de intervención.	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	1,250,602.00	evento	3,836.20	326
<b>Promoción de las inversiones de infraestructura productiva en el área rural</b>							
Contratación de servicios para estudios de pre inversión	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Cotización, contratación	Equipo, papelería.	869,999.90	documento	39,545.45	22
Reconstrucción de 22 de unidades de riego	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Estudios de pre inversión, Construcción de obra de riego, Supervisión de obra de riego	Mano de obra calificada y no calificada, materiales y accesorios	Q40,674,746.77	Hectárea	Q3,501.40	11,617
Contratación de servicios para estudios de pre inversión	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Cotización, contratación	Equipo, papelería.	Q869,999.90	documento	Q39,545.45	22
Construcción de centros de acopio	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Pre inversión, construcción, supervisión,	Mano de obra calificada y no calificada, materiales	Q30,601,356.17	Metro cuadrado	Q4,069.33	7,520

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Construcción de beneficios de café	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Pre inversión, construcción, supervisión,	Mano de obra calificada y no calificada, materiales	Q5,835,000.00	Metro cuadrado	Q988.98	5,900
Construcción de invernaderos	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Pre inversión, construcción, supervisión,	Mano de obra calificada y no calificada, materiales	Q1,740,150.00	Metro cuadrado	Q30.00	58,005
Construcción de biodigestores	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Pre inversión, construcción, supervisión,	Mano de obra calificada y no calificada, materiales	Q2,250,000.00	Metro cuadrado	Q1,500.00	1,500
Construcción de establos	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Pre inversión, construcción, supervisión,	Mano de obra calificada y no calificada, materiales	Q5,610,000.00	Metro cuadrado	Q3,300.00	1,700
Construcción de estructuras para lombricultura	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Pre inversión, construcción, supervisión,	Mano de obra calificada y no calificada, materiales	Q5,123,488.00	Metro cuadrado	Q1,766.72	2,900
Contratación de servicios de supervisión	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Cotización, contratación	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	Q1,249,999.74	Documento	Q6,313.13	198
Capacitación en operación y mantenimiento de de infraestructura	Dirección de Infraestructura Productiva/ Departamento de Riego	Cotización, contratación	Vehículo, Combustible, equipo, papelería.	Q719,999.80	Evento	Q13,846.15	52

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
		resiembra, elaboración de franjas y rondas corta fuegos, etc.	llantas, materiales en general, plántulas, herramientas				
<b>Programa a la Cosecha Segura</b>							
Productores reciben crédito en apoyo a la producción de granos básicos	Triangulo de la Dignidad	Identificación del beneficiario, constancia de residencia, verificación de posesión de tierras o arrendamiento y ubicación geográfica. Aprobación de créditos.	Personal, equipo de cómputo, mobiliario, papelería y útiles de oficina	210,000,000.00	Préstamo	3,000.00	70,000
Promoción, monitoreo y evaluación	Triangulo de la Dignidad	Visitas de campo, spots radiales a nivel local, entrega de material informativo	Personal, vehículos, combustibles, hospedaje, alimentación, papelería, material informativo	15,000,000.00	Evento	15,000.00	1,000
Entrega de fertilizantes		Entrega de fertilizantes a productores	Fertilizantes	460,000,000.00	Tonelada Métrica (saco)	280.00	1,982,143
<b>Programa Nacional de Desarrollo Rural Región Occidente</b>							
Grupos implementando proyectos	Programa Nacional de Desarrollo Rural, Primera Fase: Región de Occidente	Planificación, programación, reuniones, convocatorias, visitas, perfilación y bases	Personal, vehículos,	69,616,195.83	Entidad	1,071,018.39	65

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Productivos	Occidente	técnicas	accesorios				
Grupos capacitados, recibiendo asistencia técnica, en actividades de beneficio al desarrollo rural.	Programa Nacional de Desarrollo Rural, Primera Fase: Región de Occidente	Planificación, programación, reuniones, convocatorias, visitas, perfilación y bases técnicas	Personal, vehículos, accesorios	104,424,293.70	Entidad	949,311.76	110
<b>Programa Nacional de Desarrollo Rural Región Oriente</b>							
Grupos de productores/as capacitados y asistidos técnicamente en encadenamientos productivos y/o comerciales, en la Región de Oriente	PNDR Región Oriente	(1) Identificación, Priorización de Organizaciones; (2) Conformación de Expediente Completo de la Organización (documentos legales); (3) Gestión de Convenios y/o Contratos; (4) Firma y Legalización de Convenios y/o Contratos	Documentos Legales, Coordinación, Vehículos, Técnicos, Formulación y Evaluación de Proyectos	Q 56,786,141.00	Entidad	Q 2,000,000.00	28
Proyectos productivos implementados para orientar a organizaciones económicas rurales para que trasciendan y/o reconviertan sus actividades de subsistencia en	PNDR Región Oriente	(1) Identificación, Priorización y Preparación de Proyectos; (2) Conformación de Expediente Completo de la Organización (documentos legales); (3) Gestión de Convenios y/o Contratos; (4) Firma y Legalización de	Documentos Legales, Coordinación, Vehículos, Técnicos, Formulación y Evaluación de Proyectos	Q 56,786,141.00	Documento	Q 1,000,000.00	57

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
negocios rentables agropecuarios y no agropecuarios		Convenios y/o Contratos					
<b>j) Fondo Nacional para la Reactivación y Modernización de la Actividad Agropecuaria – FONAGRO</b>							
Aportes Financieros a Organizaciones con Recursos No Reembolsables	Fondo Nacional para la Reactivación y Modernización de la Actividad Agropecuaria - FONAGRO-	Aportes Financieros a Organizaciones con Recursos No Reembolsables	Recursos Financieros de Carácter No Reembolsable	5,428,571	Aporte	1,085,714.20	5
<b>XI. Viceministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones</b>							
<b>a) Dirección de Fitozoogenética y Recursos Nativos</b>							
Normativa elaborada para regular los recursos fitozoogenéticos, nativos, Orgánicos y Biotecnología Moderna	DFRN-VISAR-MAGA	Creación de normativas	Personal, vehículos, viáticos, equipo de oficina y computo	500,000	Documento	55,555.55	9
Licencias, permisos después de verificar cumplimiento de normativa DFRN	DFRN-VISAR-MAGA	Elaboración de licencias y permisos	Personal, vehículos, viáticos, equipo de oficina y computo	1,800,000	Documento	350.00	5,150
Etiquetas emitidas después de verificar cumplimiento de normativa DFRN	DFRN-VISAR-MAGA	Elaboración de etiquetas	Personal, vehículos, viáticos, equipo de oficina y computo	1,740,000	Etiqueta	4.60	225,000
Certificados emitidas después de verificar cumplimiento de normativa	DFRN-VISAR-MAGA	Elaboración de Certificados	Personal, vehículos, viáticos, equipo de oficina y computo	860,000	Certificado	300.00	1,135

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
productiva							
<b>Protección y uso sostenible de los recursos naturales</b>							
Protección de Fuentes de Agua para abastecimiento humano y agropecuario	Dirección de Desarrollo Agrícola	Selección de la fuente a proteger, calculo de materiales a utilizar para obra gris, entrega de insumos, construcción de la protección, reforestación de la zona aledaña, cercado, realización de obras de conservación de suelos.	Blocks, cemento, hierro, alambre, plantas forestales, tubería	1,460,123.33	hectárea	1,460,123.33	109.79
Reforestaciones en zonas de recarga hídrica, sistemas agroforestales, riberas de ríos	Dirección de Desarrollo Agrícola	Selección de zonas a reforestar, contacto con beneficiarios, entrega de árboles forestales, reforestación, capacitaciones, seguimiento	Plantas forestales, transporte, mano de obra calificada y no calificada.	1,632,228.13	Hectárea	1,632,228.13	1,449.80
Áreas de terreno reforestadas con plántulas	Bosques y Agua para la Concordia	Ingreso y aprobación de solicitudes, identificación de áreas, medición de polígonos, limpia, trazado, ahoyado siembra, etc.	Personal, vehículos, combustible, equipo en general, llantas, materiales en general, plántulas, herramientas	32,318,120	Hectárea	20,198.82	1,600
Áreas de terreno con manejo forestal	Bosques y Agua para la Concordia	Ingreso y aprobación de solicitudes, identificación de áreas, medición de polígonos, limpias, podas,	Personal, vehículos, combustible, equipo en general,	133,911,380	Hectárea	20,497.99	6,533

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
CAPACITACIÓN sobre producción y certificación de Semillas, protección de las obtenciones vegetales, Mejoramiento Genético de las especies animales, Beneficios y Uso de OGM's, Manejo y Protección de los Recursos Fitozoogenéticos y Nativos, Producción de Agricultura Orgánica en base a normativas.	DFRN-VISAR-MAGA	Capacitar a pequeños y medianos productores agropecuarios	Personal, vehículos, viáticos, equipo de oficina y computo	1,500,000	Eventos	25,000.00	60
Proyectos y Estudios de Identificación y Conservación de los Recursos Fitozoogenéticos y Nativos, Biotecnología y Agricultura Orgánica elaborados.	DFRN-VISAR-MAGA	Elaborar propuestas de proyectos y estudios	Personal, vehículos, viáticos, equipo de oficina y computo	250,000	Proyecto de Investigación (Documento)	41,666.00	6
<b>b) Dirección de Sanidad Vegetal</b>							
Entrega de Información (Transferencia de información fitosanitaria plagas en general)	Depto. De Vigilancia Epidemiológica de Sanidad Vegetal y Análisis de Riesgo	Colecta y Registro de Información en campo	Personal, vehículos, hielera, computadora, papel, tinta, viáticos	7,655,200.00	Evento	1,822.67	4,200.00

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Entrega de requisitos fitosanitarios de importación y protocolos de exportación	Depto. De Vigilancia Epidemiológica de Sanidad Vegetal y Análisis de Riesgo	Elaboración de documento y entrega.	Personal, vehículos, hielera, gasolina, computadora, papel, tinta, viáticos	309,972.00	Documento	5,848.53	53.00
Entrega de Información (Transferencia de información fitosanitaria de fusariosis de la piña)	Depto. De Vigilancia Epidemiológica de Sanidad Vegetal y Análisis de Riesgo	Colecta y Registro de Información en campo	Personal, vehículos, hielera, gasolina, computadora, papel, tinta, viáticos	296,214.00	Evento	269.28	1,100.00
Entrega de Información (Transferencia de información fitosanitaria programa solanáceas)	Programa de Solanáceas	Colecta y Registro de Información en campo	Personal, vehículos, hielera, gasolina, computadora, papel, tinta, viáticos	3,040,000.00	Evento	608.00	5,000.00
Entrega de Información (Transferencia de información fitosanitaria programa de cítricos)	Programa de Cítricos	Colecta y Registro de Información en campo	Personal, vehículos, hielera, gasolina, computadora, papel, tinta, viáticos	2,203,004.00	Evento	1,001.37	2,200.00
Entrega de Información (Transferencia de información fitosanitaria Programa)	Programa Moscas de la Fruta	Colecta y Registro de Información en campo	Personal, vehículos, hielera, gasolina, computadora, papel, tinta,	3,000,000.00	Evento	1,875.00	1,600.00

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
moscas de la fruta)			trampas, viáticos				
Certificados de registro de Insumos agrícolas	Departamento de Registro de Insumos Agrícolas	Análisis de Expedientes	Personal, computadora, papel, tinta, viáticos	5,709,060.00	Documento	1,970.00	2,898.00
Permisos de Importación de Insumos agrícolas	Departamento de Registro de Insumos Agrícolas	Análisis de Registros	Personal, computadora, papel, tinta,	1,179,990.00	Documento	210.00	5,619.00
Permiso Fitosanitario de Importación	Sección de Protección y Sanidad Vegetal	Análisis	Personal, computadora, papel, tinta,	6,240,000.00	Documento	480.00	13,000.00
Certificados Fitosanitarios de Exportación a través de SEPA	Sección de Protección y Sanidad Vegetal	Inspección y Certificación	Personal, computadora, papel, tinta, viáticos	4,819,800.00	Documento	38.56	125,000.00
Certificados Fitosanitarios de Exportación a través de VUPE	Sección de Protección y Sanidad Vegetal	Inspección y Certificación	Personal, computadora, papel, tinta, viáticos	500,000.00	Documento	38.46	13,000.00
Informe de Laboratorio de Diagnóstico Fitosanitario	Laboratorios de: Diagnósticos Fitosanitarios, km 22, Barcenas, Villa Nueva, Diagnóstico Fitosanitario Santa Elena Petén y Diagnóstico Fitosanitario Quetzaltenango	Identificación de plagas	Personal, computadora, papel, tinta,	2,266,999.00	Documento	174.40	12,999.00

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Supervisión de expendios de insumos agrícolas y control de calidad	Departamento de Registro de Insumos Agrícolas	Cumplimiento de la normativa nacional de insumos agrícolas	Personal, computadora, papel, tinta, viáticos	910,000.00	Evento	433.33	2,100.00
<b>c) Dirección de Sanidad Animal</b>							
Biológicos-materiales de campo y laboratorio	VISAR-MAGA	Capacitaciones, Jornadas de Vacunación, Toma y envío de muestras	biológicos-materiales de campo y laboratorio	25,409,603	Evento	21.17	1,200,000
<b>d) Dirección de Inocuidad</b>							
Normativa elaborada para regular la inocuidad de alimentos en el país.	Dirección de Inocuidad	Reuniones de consenso, borradores y documento final	Personal, salones, papel, impresora, computadoras y divulgación	337,500	Documento	16,875	20
Certificados emitidos después de verificar cumplimiento de normativa en inocuidad de alimentos.	Dirección de Inocuidad	Inspecciones, muestreos, ensayos y emisión de documento	Personal, papel, impresora, computadoras	682,500	Documento	325	2100
Licencias y permisos emitidos después de verificar cumplimiento de normativa en inocuidad de alimentos.	Dirección de Inocuidad	Inspecciones, muestreos, ensayos y emisión de documento	Personal, papel, impresora, computadoras	682,000	Documento	220	3100
Capacitación a empresas y pequeños productores en temas de inocuidad de alimentos.	Dirección de Inocuidad	Selección de lugares, elaboración de contenido, dar cursos	Personal, salones, computadora, viáticos y combustibles	472,500	Evento	3,375	140

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
<b>e) Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura</b>							
Permisos a pescadores artesanales a través de Certificados de pesca comercial artesanal	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Llenado de formulario, elaboración dictamen técnico, emisión certificado, entrega de certificado.	Formulario correlativo, personal técnico, vehículo, equipo de cómputo, certificado de pesca.	200,000	Documento	2,000	100
Licencias a embarcaciones de Pesca comercial de gran escala	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Llenado de formulario, elaboración dictamen técnico, elaboración de providencia, elaboración de contrato administrativo	Formulario correlativo, personal técnico equipo de cómputo.	2,000	Documento	2,000	1
Asistencia Técnica a usuarios de los centros acuícolas	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	visita técnica, elaboración informe,	Personal técnico, equipo calidad de agua, vehículo.	20,000	Evento	2,000	10
Capacitaciones en el manejo técnico del cultivo de Tilapia.	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Coordinación con capacitadores, planificación del evento en Centro Acuícola.	Personal técnico, proyector, computadora, pantalla, vehículo.	15,500	Evento	1,292	12
Producción de Alevines para proveer semilla de buena calidad a pequeños productores y repoblamiento de cuerpos de agua.	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Selección reproductores, reproducción, cosecha, clasificación, reversión, levante, venta.	Personal técnico, reproductores, alimento, estanques, agua, hormona, mallas, bolsas plásticas, oxígeno.	187,500	Animal	0.25	750,000

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
Asistencia Técnica para el fomento de la acuicultura.	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Coordinación con el beneficiario, visita de campo, elaboración informe	Personal técnico, equipo calidad de agua, vehículo.	42,000	Evento	2,000	21
Certificados de Captura a concesionarios que deseen exportar producto pesqueros a la UE	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Registro de descargas, revisión de documentación, elaboración de certificado	Personal técnico, formularios, equipo de cómputo, certificado de captura	56,000	Documento	2,800	20
Certificados de Transformación a concesionarios que deseen exportar productos pesqueros a la UE.	Dirección de Normatividad de la Pesca y Acuicultura	Registro de descargas, revisión de documentación, elaboración de certificado	Personal técnico, formularios, equipo de cómputo, certificado de exportación	150,000	Documento	3,000	50
<b>XII. Viceministerio Encargado de Asuntos de Petén</b>							
<b>a) Dirección de Desarrollo Agropecuario</b>							
<b>I. Desarrollo Agrícola</b>							
Establecimiento de hectáreas de cultivos tradicionales y no tradicionales en comunidades con alto índice de desnutrición y productores excedentarios organizados, en el Departamento de Peten.	Departamento de Desarrollo Agrícola	Cotización, compra traslado y entrega de Insumos	Personal, vehículos, semilla, abonos y fertilizantes, fungicidas, insecticidas, combustibles y lubricantes	1,694,087.16	Hectárea	1,129.39	1,500
Asistencia técnica agrícola a productores en comunidades con alto índice de desnutrición y productores	Departamento de Desarrollo Agrícola	Cotización y compra de materiales y suministros para realizar la asistencia	Personal, vehículos, combustibles y lubricantes, papelería y útiles de oficina y equipo	859,910.12	Evento	995.27	864

BIENES Y SERVICIOS	CENTRO DE GESTION	ACTIVIDADES	INSUMOS	COSTO TOTAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	META DEL AÑO
excedentarios organizados, en el Departamento de Peten							
Capacitaciones agrícolas a productores en comunidades con alto índice de desnutrición y productores excedentarios organizados, en el Departamento de Peten	Departamento de Desarrollo Agrícola	Cotización y compra de materiales y suministros para realizar la capacitación	Personal, vehículos, combustibles y lubricantes, papelería y útiles de oficina y equipo	677,011.96	Evento	14,104.42	48
Apoyo en la organización y legalización de grupos productivos implementadas y/o fortalecidas para realizar actividades agrícolas en Petén	Departamento de Desarrollo Agrícola	Cotización y compra de materiales y suministros para realizar,	Personal, vehículos, combustibles y lubricantes, papelería y útiles de oficina y equipo	202,711.96	Entidad	16,892.66	12
Asistencia técnica para el fortalecimiento de los grupos comunitarios agrícolas organizados en Peten,	Departamento de Desarrollo Agrícola	Cotización y compra de materiales y suministros para realizar la asistencia	Personal, vehículos, combustibles y lubricantes, papelería y útiles de oficina y equipo	207,711.96	Evento	2,884.89	72
Capacitaciones en el proceso de organización a grupos comunitarios agrícolas en Petén.	Departamento de Desarrollo Agrícola	Cotización y compra de materiales y suministros para realizar la capacitación	Personal, vehículos, combustibles y lubricantes, papelería y útiles de oficina y equipo	231,311.96	Evento	19,276.00	12
ii. Desarrollo Pecuario							

Fuente de gráficas del POA: MAGA

## POA PUBLICITARIO

El departamento de Sanidad vegetal tiene un rubro asignado para todo tipo de trabajo, que no sea incluido como estudio o asignación de enfermedades. De este presupuesto se tomarán los fondos de la estrategia a implementar.	Fondos para inversión de imprevistos del Departamento de Sanidad Vegetal.	Q 125,000.00 MENSUAL
--	---	-------------------------

CAPÍTULO II  
Plan de Comunicación

## 2. PLAN DE COMUNICACIÓN

### 2.1 Antecedentes:

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación fue creado el 24 de mayo de 1920.

La Unidad de Normas y Regulaciones es creada en el año de 1998 a través del Acuerdo Gubernativo No. 278-98, modificándose su organización interna en el Año de 1999 por el Acuerdo Gubernativo No. 746-99, realizándose la última modificación según acuerdo Gubernativo No. 21-2009 en el año 2009.

Dentro de las principales funciones de la Unidad se encuentra velar por la protección y sanidad de los vegetales, animales, especies forestales e hidrobiológicas. La preservación de sus productos y subproductos no procesados contra la acción perjudicial de las plagas y enfermedades de importancia económica y cuarentenaria, sin perjuicio para la salud humana y el ambiente, la cual es legislado por la Ley de Sanidad Vegetal y Animal Decreto 36-98. La Ley de Sanidad Animal y Vegetal se operativiza a través de su Reglamento Acuerdo Gubernativo No. 745-99, del cual se derivan otros acuerdos ministeriales que regulan la importación, exportación y movilización de productos y subproductos de origen animal y vegetal.

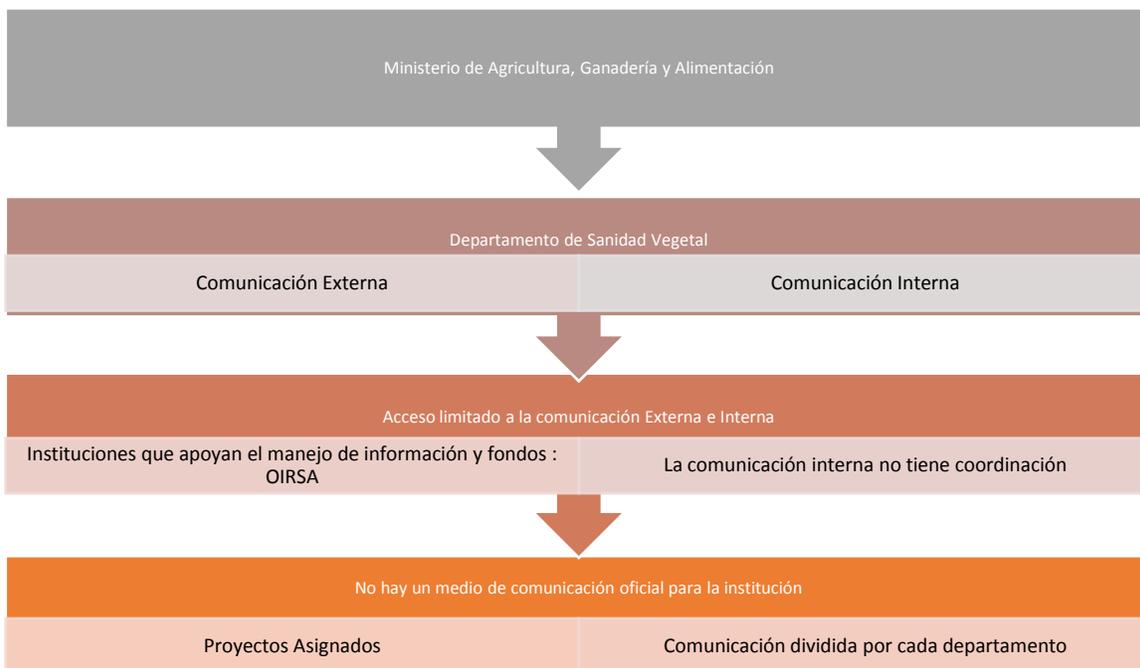
La inocuidad de los alimentos es otra de las funciones importantes de la Unidad de Normas y Regulaciones, la misma está regulada a través del Decreto 90-97 el cual en su artículo 130 le da la competencia al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación las funciones de prevención y control en las etapas de producción, transformación, almacenamiento, transporte, importación y exportación de alimentos naturales no procesados. Del código de salud se deriva su reglamento el Acuerdo

Gubernativo No. 969-99 el cual en sus artículos 14.8, 14.9 y 14.10 especifica los establecimientos competencia del MAGA.

También se cuenta con algunos instrumentos más específicos como lo son el Reglamento para otorgar licencias sanitarias de funcionamiento a productos vegetales Acuerdo Gubernativo No. 72-2003, Reglamento de Rastros Acuerdo Gubernativo No. 411-2002, Acuerdo Ministerial No 427-2205 Normas para la obtención de licencia sanitaria a salas de ordeño y centros de acopio de leche, Acuerdo Ministerial No. 355-2006 Disposiciones para la emisión de licencias sanitarias de funcionamiento relacionadas con la miel de abejas y el Manual de Buenas Prácticas Apícolas para la producción de miel.

## 2.2 Radiografía de la Institución





## Descripción de Comunicación Externa

Ante la problemática económica-social que se vive en el área rural, la importancia de fortalecer institucionalmente al MAGA a través de un ente Externo como ICTA, Quien lo apoya en temas de investigación, se centra entre otras, en las razones siguientes:

La importancia de la investigación agrícola para apoyar la seguridad alimentaria ha sido muy recalcada por las implicaciones de política de algunos estudios realizados, en los cuales se ha comprobado que la valoración de políticas relacionadas con la investigación agrícola son más eficientes para incrementar la producción de los cultivos y mejorar la calidad de los alimentos producidos.

El ICTA aporta profesionales especializados para la capacitación de extensionistas y promotores del MAGA y de Organizaciones Nacionales.

## POA PUBLICITARIO

El departamento de Sanidad vegetal tiene un rubro asignado para todo tipo de trabajo, que no sea incluido como estudio o asignación de enfermedades. De este presupuesto se tomarán los fondos de la estrategia a implementar.	Fondos para inversión de imprevistos del Departamento de Sanidad Vegetal.	Q 125,000.00 MENSUAL
--	---	-------------------------

### 2.3Objetivos

#### 2.3.1 General

Trabajar una estrategia asignada del Departamento de Sanidad Vegetal, que sirva de inicio a una nueva estructura organizacional de comunicación, que permita como departamento mejorar el sistema de comunicación, interno y externo.

Desarrollar e implementar la Campaña de Divulgación del HLB, requerido por el Departamento.

#### 2.3.1 Específicos

1. proponer un Manual de información del HLB para el conocimiento entero de todos los trabajadores, tanto del departamento como ajenos.
2. Plantear una estrategia digital del departamento, como objetivo principal, agilizar la comunicación tanto interna como externa.

3. Crear una estructura de comunicación a presentar en el campo a campesinos para que conozcan el HLB,
4. Crear un spot radial que comunique a la población en General qué es el HLB, adjuntar calendario de pauta y negociar la compra con el medio.
5. Monitorear los medios ideales para comunicar la estrategia con el fin de llegar a los segmentos de interés.

#### 2.4 Público Objetivo

Jóvenes y adultos comprendidos entre las edades de 18 a 70 años, que se desarrollen en el sector agropecuario, específicamente productores, agricultores y viveristas de cítricos a nivel nacional de todos los niveles sociales.

#### 2.5 Mensaje

Huanglongbing mejor conocido como HLB es la enfermedad más devastadora de cítricos a nivel mundial y no tiene cura. Por eso la importancia de comunicar a la población de la existencia, y brindar información de cómo identificarla.

#### 2.6 Estrategia

Trabajar un plan de pauta para la campaña de divulgación que incluya el medio de comunicación de mayor alcance para nuestro grupo objetivo. Como se desea trabajar en una campaña que alcance los sitios más lejanos, y se toma en cuenta el nivel socioeconómico también, la radio es el medio que nos ayudará en la ejecución de medios de esta estrategia.

Crear los spots radiales a ejecutar a nivel español y otras lenguas según los sectores que se requieran.

Monitorear el impacto de aceptación de la campaña por medio de un apoyo de campo, visitar a los campesinos en los diferentes departamentos, generando encuestas y apoyando la campaña con material visual impreso.

Por el presupuesto asignado se dividirá la estrategia en 3 partes: La primera será el lanzamiento de la campaña de divulgación, siendo esta la que se ejecutará a nivel medios y visitas de campo.

Se creará un espacio establecido dentro del departamento de esta institución para colocar la información general para mantener una constante comunicación interna y se opriman las barreras que existen actualmente.

Se programarán reuniones constantes con las empresas que apoyan al departamento de Sanidad Vegetal, teniendo como objetivo la innovación de canales de información, expresando la importancia de crear un departamento de comunicación que centralice todo lo necesario para el departamento específicamente. De esta forma se tendría una mejor retroalimentación y un constante análisis y monitoreo de los trabajos realizados interna y externamente.

Se creará un correo privado de sugerencias, para que los trabajadores puedan exponer sus dudas y comentarios para el bien de la institución.

Se propondrá la creación de páginas de información del HLB en redes sociales para aumentar el impacto en la campaña de divulgación.

Se compartirá la estructura ideal y la importancia de la creación de un departamento de comunicación y cuáles serían las funciones y ventajas de esto. Solamente con el fin de mejorar la estructura comunicacional del departamento de Sanidad Vegetal.

## 2.7 Los Planes de Comunicación

### 2.7.1 Plan de comunicación del Departamento de sanidad Vegetal a nivel interno:

#### Estrategia:

Crear una concientización social de la importancia que tiene el departamento para el país, lo importante que es cada quien en su puesto, y lo importante que son para la institución.

De esta manera se creará una fidelización hacia la institución.

#### Acciones:

Entrevistas individuales para conocer sus intereses.

Hacer talleres de capacitación constante.

Premiar por medio de puntos, a los trabajadores que se destaquen en cada área.

Promover un concurso de implementación de manejo de la información interna.

Mantener de una manera permanente un mail de sugerencias y comentarios para los colaboradores, de esta manera se sentirán escuchados.

### 2.7.2 Plan de comunicación del Departamento a nivel interno centralizado - Inmediato

#### Estrategia:

Proponer un departamento de comunicación que se encargue de centralizar toda la comunicación e información que manejará el departamento.

De esta forma se tendría un completo control de la información y se harían reportes constantes de los avances y los cambios necesarios.

Es muy importante este departamento, ya que por el trabajo constante que requiere esta institución, un buen monitoreo y trabajo a nivel comunicacional ayudaría a despertar nuevas oportunidades de relaciones públicas para con el pueblo de Guatemala, se daría a conocer la importancia de Sanidad Vegetal y se aumentaría de sobremanera los resultados esperados de cada estrategia.

Si en caso no se autorizara esta propuesta, se presentará una asesoría independiente que esté sujeta a los trabajos a realizarse de esta forma se subcontratarían los servicios de ser necesarios por políticas de la institución.

Acciones:

Proponer un departamento de comunicación ó presentar una opción de asesoría, dependerá de lo que autoricen.

Describir el perfil del personal a contratar y las funciones respectivas.

Crear un calendario de actividades para el departamento.

Asignar las estrategias a llevar a cabo en todos los trabajos que se encuentran en ejecución y los venideros.

Crear una campaña de concientización acerca del HLB por ser el primer proyecto a ejecutar.

Establecer un calendario de reuniones con todo Sanidad Vegetal y establecer puntos de directriz.

Crear una base de datos de todos los datos e información relevante a manejar, que sirva como de puntos de inicio en cada nuevo proyecto.

Centralizar toda la información antigua y nueva.

### 2.7.3 Plan de Comunicación en el manejo de campañas

Estrategia:

Crear un formato de ejecución que dirija a todas las campañas bajo objetivos estratégicos.

Acciones:

Delimitar por medio de reuniones con el departamento cuales son los puntos de importancia del trabajo realizado y las actividades a cargo.

Crear un documento que reúna los objetivos globales del departamento, y esto nos servirá para evaluar el cumplimiento de los mismos en cada campaña

Aunque cada campaña será diferente, proponer un mismo parámetro de evaluación, permitiendo de esta manera realizar un análisis foda con cada uno de ellos.

### 2.8 Calendario

La primera semana estaría asignada para realizar toda la planificación de ejecución de la campaña de Divulgación del HLB.

Calendario de pauta

Creación de los spots radiales

Medios establecidos

Planificación del departamento de comunicación: Realización de correo para sugerencias y convocatoria para todos los trabajadores del departamento y colaboradores cercanos. Se buscará un lugar para invitar a todos siempre divididos por grupos.

Calendario de Ejecución del 5 al 30 de mayo

	Planificación	Visita ICTA	Gira Sedes departamentos
5 mayo	Planificación de pauta		
6 mayo	Calendario de pauta		
7 mayo	Negociación con los medios		
8 mayo	Realización de spots		
9 mayo	Planificación del departamento de comunicación		
10			
11			
		Nueva propuesta de comunicación	
12 mayo			
13 mayo			Jutiapa
14 mayo			Zacapa
15 mayo			Jalapa
16 mayo			
17 mayo			
18 mayo			
19 mayo			Santa Rosa
20 mayo			Santa Rosa
21 mayo			Escuintla
22 mayo			Escuintla
23 mayo			Mazatenango
24 mayo			
25 mayo			
26 mayo			Mazatenango
27 mayo			Retalhuleu
28 mayo			Retalhuleu
29 mayo	Informe de resultados		
30 mayo	Informe de resultados		
31 mayo			

## Calendario de ejecución Mayo - Junio

Las tareas de asignación a ejecutar dentro de los meses de Mayo y Junio del año 2014, se dividen en varias categorías, a ejecutarse dentro del marco de estrategias y ejecución definida dentro de los objetivos anteriormente.

Por lo tanto el trabajo realizado dentro del marco comunicacional se cumplirán en el tiempo requerido.

	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN</b>	EPS	EPS
<b>PAUTA RADIAL</b>	EPS	EPS
<b>MONITOREO DE PAUTA</b>	EPS	EPS
<b>MONITOREO DE CAMPO</b>	EPS	EPS
<b>APOYO DE CAMPO</b>	EPS	EPS

## 2.9 Presupuesto

### Estimado Mensual de costos

Asesoría y Planificación de un Comunicador profesional	Q. 8,000.00	Ad honorem 300 horas
Compra de 100 spots	Q. 77,700.00	Compra al medio

radiales 30"		
Viáticos de Supervisión en campo	Q. 12,00.00	Ad honorem mi persona y pagado a asesores del MAGA
Departamento de Comunicación en el departamento	Q 13,000.00	Sugerido
Materiales impresos de apoyo a campaña	Q10,000.00	Sugerido
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>Q120,700.00</b>	

## 2.10 Control y Seguimiento

Para el departamento de comunicación se requiere de una reunión semanal de seguimiento, para crear nuevas estrategias y darle seguimiento a las antiguas.

Se necesita un reporte de trabajo quincenal, para evaluar los resultados de las implementaciones.

El monitoreo de medios se presentará de manera mensual para analizar las futuras inversiones.

## CAPÍTULO III

## INFORME

Este informe inicia, revisado por completo el plan y Autorizado por los encargados y supervisores del Departamento de Sanidad vegetal.

La primera solicitud fue presentar un Perfil Comercial, de la asesoría comercial que se realizaría en el Departamento.

### 1. Perfil Comercial de Plus Publicidad

#### Presentación

- Plus Publicidad le ofrece estrategias y técnicas para lo que necesite en temas de comunicación y mercadeo. Nos especializamos en la creación, supervisión e implementación de campañas de comunicación y publicidad para el sector, con 6 años de respaldo y empresas satisfechas con nuestros servicios.
- La constante innovación es nuestra prioridad, y la necesidad se crea a partir de que año con año los servicios de comunicación y mercadeo son sumamente necesarios y competitivos. No obstante nuestra misión es “Crear e innovar los medios y estrategias al más alto nivel , conocemos, sabemos y creamos a su necesidad y expectativa”.

#### Filosofía

- Nuestra filosofía es compartida por nuestros medios seleccionados a partir de un estudio de mercadeo que nos dirige adecuadamente. Esto quiere decir que en los medios que manejamos como radio, televisión, cable y servicios editoriales le dirigiremos a nuestros asociados que cumplen con los grupos

objetivos, target de comunicación, alcance de sectores, eliminación de ruido publicitario, de donde surge nuestra Visión.

Más que asesores, somos sus aliados

- “buscamos una alianza de confianza, que crezca con el tiempo y se mantenga fortalecida, con la certeza de que está en buenas manos, siendo nosotros sus aliados pioneros y competitivos en un mundo innovador”
- No está de más mencionar que nos mantenemos actualizados y en constante movimiento, para innovar fuertemente y ofrecerle siempre lo mejor, contamos con especialistas monitoreando a nivel nacional todos los medios, para conocer y ofrecerle la mejor opción según sus necesidades.

Nuestros Servicios

- Contamos con 6 años de experiencia que respaldan nuestra trayectoria en el mercado, nos dedicamos a brindar un servicio personalizado en la búsqueda de ofrecer un trabajo profesional a bajo costo.
- Nos especializamos en:
- Estudios de Mercado
- Lanzamiento de productos
- Campañas Publicitarias
- Asesorías personalizadas
- Comercialización de servicios
- Creación de Libros, revistas o cualquier medio Impreso
- Imagen y Diseño

- Medición de Resultados
- Monitoreo y contratación de Medios
- Relaciones Públicas
- Entrevistas en Medios de Comunicación como representación de la empresa
- Elaboración e impresión de cualquier material publicitario.
- Estudios de Campo con cobertura nacional.
- Manejo del departamento de Mercadeo Outsourcing.
- Planes de ventas y comercialización
- Manejo de presupuesto y alcance de metas.
- Montaje de eventos

#### Nuestra Cobertura

Durante el transcurrir de los años y a solicitud de los clientes hemos expandido nuestros servicios trabajando todos los departamentos de Guatemala. Si requiere de estudios de campo y apoyo en los mismos Plus Publicidad cuenta con el personal capacitado para trasladarse de un lugar a otro a necesidad del cliente, siendo este otro beneficio más que ofrecer.

#### Publicidad y Mercadeo

Ofrecemos los mejores precios de pauta en el mercado, por ser una agencia outsourcing contamos con una cartera de proveedores con precios a su alcance en cualquier parte del país.

## Medios

Trabajamos cualquier medio escrito, radial, televisivo y digital que necesite, contamos con el apoyo de todo tipo de servicios que requiera el cliente.

Medios Escritos: Si desea elaborar o pautar en un medio escrito le serviremos de ayuda con el enlace ó la realización según sea el caso.

Si su empresa desea pautar en medios escritos manejamos tarifas preferenciales en todos los periódicos y revistas informativas que circulan a nivel nacional ó por sector. Si su caso específicamente se refiere a elaborar un medio escrito contamos con un departamento de supervisión editorial completo para la realización del mismo y alianza con las mejores casas editoriales del país.

Dirección del medio

Diagramación y diseño

Fotografías

Editores

Redactores

Entrevistadores

Vendedores

Colocadores

Relaciones Públicas

Impresión

Distribución

Medios Radiales:

Si desea pautar en radio le ofrecemos la mejor cobertura, asesoría y contratación de los medios.

Trabajamos campañas publicitarias radiales basadas previamente en un estudio minucioso de las necesidades para brindar la mejor alternativa de alcance, cobertura, mensaje y mercado, por lo que el mensaje llegará al público seleccionado previamente, con un interés específico de trabajo y alcance de metas.

Para medios radiales contamos con un departamento específico, que controla la pauta, los calendarios y la medición de resultados por lo que usted obtendrá:

Estudio de medios y selección

Presupuestos y precios especiales al sector agrícola

Elaboración del plan de medios

Elaboración de calendarización de pauta

Contratación de medios

Monitoreo de pauta

Medición de resultados

Segmentación de mercados

Creativos para la elaboración de los spots radiales

Departamento creativo de audio y sonido para la elaboración de spots

Medios Televisivos:

Contamos con el apoyo de todos los canales nacionales, a nivel nacional y locales.

Ofreciendo:

Precios especiales para el sector agrícola

Elaboración de storyboards

Elaboración de spots televisivos

Contratación de pauta

Monitoreo de pauta

Presentación de resultados

Equipo de audio y video para grabaciones especiales

Contactos en los diferentes programas nacionales

Medios Digitales:

Formamos parte del movimiento tecnológico digital por lo que manejamos cualquier tipo de pauta en redes sociales y web.

Elaboración de páginas web

Soporte y actualización de páginas

Manejo de redes sociales

Campañas publicitarias

Diseño

Monitoreo de competencia

## 2. Estrategia de Campaña de Comunicación

Campaña radial de Divulgación HLB

Con conocimiento de la necesidad de crear una Campaña de divulgación acerca de la enfermedad HLB en los cultivos de cítricos, y con los servicios que ofrecemos sumado a la experiencia en el sector les propongo las siguientes estrategias de lanzamiento para cubrir con los objetivos principales del mismo.

Para iniciar el proyecto es necesaria la divulgación y la presentación de lanzamiento para dar a conocer a nivel Nacional la existencia, la definición y la identificación de la

enfermedad, previniéndola ya que no tiene cura y afectaría de manera directa el cultivo de cítricos y al sector en general.

## Estrategia de Comunicación

Se definirán la cantidad de spots al aire, y en qué idioma se presentarán.

## Introducción de Campaña

Por : Plus Publicidad

Plus Publicidad se encarga de toda la estrategia de la campaña de comunicación siendo sus responsabilidades las siguientes:

- Asesoría de Comunicación
- Asesoría en los guiones de los spots publicitarios rotativos para radios
- Creación de los spots publicitarios para radio finales ( variedad de voces, efectos de sonido, producción y ejecución profesional)
- Relaciones Públicas con los Medios de Comunicación
- Creación del calendario de pauta
- Monitoreo de la pauta
- Presentación de resultados mensual y final
- Proyecto final de resultados de la Campaña de Divulgación HLB

Noviembre y Diciembre

Versión I

## **Grupo Central de Radios**

Radio Sonora

Radio Galaxia la Picosá

Radio Tropicalida

Radio Extrema

Radio La Marca

Radio Alfa

Cobertura a Nivel Nacional

Grupo objetivo: Popular (trabajadores de nivel medio – bajo) edades comprendidas entre 18 y 50 años, amas de casa, empleadas domésticas, campesinos, pequeños y medianos empresarios pero la mayoría asalariados.

PRECIO POR CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN: Q60,147.36

TOTAL SPOTS AL AIRE: 204

Precio paquete 6 radios	Precio x seg	spot 30"	1 spot de 30" en 6 radios	total spots por radio	total
Q	Q	Q	Q		Q
58.97	9.83	294.84	1,769.04	34	60,147.36

Plus Publicidad		
Central de Radios		
Análisis económico		
6 Radios Campaña de lanzamiento		
		Q
precio por segundo en cada radio	Q	9.83 58.97
	Q	Q
Precio por spot 30" en cada radio	294.84	1769.04
cantidad de spots en pauta por cada radio	34	204
cantidad de segundos al aire	1020	6120
		Q
Total de campaña		60,147.36

Versión II

### Grupo Central de Radios

Radio Sonora

Radio Galaxia la Picoso

Cobertura a Nivel Nacional

Grupo objetivo: Popular (trabajadores de nivel medio – bajo) edades comprendidas entre 18 y 50 años, amas de casa, empleadas domésticas, campesinos, pequeños y medianos empresarios pero la mayoría asalariados.

PRECIO POR CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN: Q60,652.80

TOTAL DE SPOTS AL AIRE 160

ELEGIR DENTRO DE CUANTOS DÍAS AL AIRE

Precio paquete 2 radios	Precio x seg	spot 30"	1 spot de 30" en 2 radios	total spots por radio	Total
Q	Q	Q	Q		Q
25.27	12.64	379.08	758.16	80	60,652.80

Plus Publicidad		
Central de Radios		
Análisis económico		
2 Radios Campaña de lanzamiento		
	Q	Q
precio por segundo en cada radio	12.64	25.27
	Q	Q
Precio por spot 30" en cada radio	379.08	758.16
cantidad de spots en pauta por cada radio	80	160
cantidad de segundos al aire	2400	4800
		Q
Total de campaña		60,652.80

Para cubrir con la campaña el grupo objetivo y nicho de mercado, se sugieren estos dos grupos de radio que cubren todo el país, siendo de las radios con mayor alcance nacional. Plus Publicidad será el ente encargado de la creación, planificación y ejecución de esta campaña cubriendo con los objetivos previamente planteados, adicional a ello se realiza una medición de impacto sectorizada y un informe final de resultados.

#### Cobertura a nivel Nacional

Se busca cubrir todos los departamentos de Guatemala, siendo los principales: Guatemala, Escuintla, Santa Rosa, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Petén, Huehuetenango, Quiché.

#### Ventajas Competitivas

1. Medición de resultados dependiendo de donde esté nuestra pauta puede ser, por día, semanal ó mensual: Bajo estos resultados se observa el comportamiento de la pauta, las horas de más audiencia, sectores con más ruido publicitario, segmentación de la pauta.
2. Monitoreo de la pauta con los medios seleccionados.
3. Informe de resultados final: Este informe le será útil para evaluar la siguiente etapa de la campaña de divulgación, ya que le presentamos con números y estadísticas el impacto y el alcance. Bajo los mismos resultados y basándonos en el inicial objetivo, se podrán descubrir nuevas necesidades, por lo tanto, nuevas propuestas de gestión.

## Campaña de Comunicación / Divulgación y lanzamiento HLB

### Etapa de lanzamiento en una campaña de comunicación

El desarrollo de la misma se debe de basar en 2 grandes fortalezas, que deben de cumplir con una misma finalidad: 1. Transmitir el mensaje adecuadamente 2. Pautarlo por la vía necesaria para su impacto.

Ya Teniendo el mensaje que deseamos transmitir, ofrecemos como vía de transmisión al grupo más grande de Radios en Guatemala siendo Central de Radios. Central de Radios posee variadas opciones para escoger entre todas sus Radios que son: Alfa, Tropicalida, Galaxia La Picoso, Xtrema, Disney, La Marca y Sonora. Todas líderes en su audiencia y encabezando los géneros que transmiten, no obstante del grupo, las dos Radios líderes en audiencia a nivel nacional son : Radio Sonora y Radio Galaxia la Picoso, que conforman los dos medios a utilizar para el lanzamiento de la campaña de divulgación del HLB.

Cobertura de las Radios:

<b>Radio Sonora</b>	<b>Radio Galaxia la Picoso</b>
Guatemala	Guatemala
El Progreso	Chiquimula
Sacatepéquez	Escuinta
Chimaltenango	Zacapa
Escuintla	Jutiapa
Santa Rosa	Altense
Sololá	
Totonicapán	
Quetzaltenango	
Suchitepéquez	
Retalhuleu	
Coatepeque	

San Marcos	
Huehuetenango	
Quiché	
Alta Verapaz	
Baja Verapaz	
Izabal	
Petén	
Melchor de Mencos	
Zacapa	
Chiquimula	
Jutiapa	
Jalapa	

- Spots al día por Radio 2:
- Días de Pauta: 30
- Total de Radios: 30
- Spots por radio 34
- Total de spots: 4,320

Con esta cobertura esperamos tener un alcance de: 4,560,000 habitantes.

### 3. Calendario de Pauta

Abajo se despliega la opción autorizada por el Departamento de Sanidad Vegetal de acuerdo a la propuesta de pauta elegida.

SONOR A	M	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V									
	2	3	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8		
	06:00 a.m.			1				1					1									1											
07:00 a.m.	1												1			1															1		
08:00 a.m.		1				1		1							1		1		1										1		1		
11:00							1		1				1																		1		
12:00	1					1							1		1												1				1		
01:00 p.m.			1					1		1					1												1						
17:00		1									1							1											1				
18:00										1						1														1			
	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2

S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	L	M
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
		1																						
			1								1					1								
				1	1				1	1													1	
								1					1						1					1
		1								1		1	1											
			1		1	1											1			1				
						1															1			
0	0	2	2	1	2	2	0	0	2	2	1	1	2	0	0	1	1	1	0	2	0	0	1	1

#### 4. Textos de spot autorizados para ejecución

Versión I

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación

MAGA Informa a:

Productores, viveristas, agricultores y exportadores de cítricos, que la enfermedad Huanglongbing, conocida como HLB está presente en los departamentos de Alta Verapaz, El Progreso, Zacapa, Izabal y Petén.

Actualmente el HLB es la enfermedad más devastadora en cítricos en el mundo y no tiene cura ni variedad que la resista.

Si sus plantaciones y frutos presentan un color pálido, hojas con islas verdes y ramas amarillas, de inmediato comuníquese a la Dirección de Sanidad Vegetal del MAGA a los teléfonos [2413-7418](tel:2413-7418) y [2413-7385](tel:2413-7385).

Juntos evitemos la propagación del HLB en cultivos de cítricos en todo el país.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN

GOBIERNO DE GUATEMALA

## Versión II

Campesino 1: Vos Juan, ¿ya escuchaste sobre la enfermedad HLB de los cítricos, de la que todos están hablando?

Campesino 2: Si Pedro, se llama Huanglongbing o HLB, y ataca las plantaciones de cítricos cambiándoles de color y poniendo las hojas con islas verdes y ramas amarillas. Ahorita afecta los cultivos en Alta Verapaz, El progreso, Zacapa, Chiquimula, Izabal y Petén.

Campesino 1: Juan y ¿cómo le hago para informarme más acerca del HLB?

Campesino 2: aah! Pues yo me comuniqué a la Dirección de Sanidad Vegetal del MAGA, a los teléfonos [2413-7418](tel:2413-7418) y [2413-7385](tel:2413-7385) ahí me enteré de todo y reporté de inmediato una plantación del patrón que tenía los síntomas que te dije. Allí me ayudaron y yo ayude a evitar la propagación del HLB.

Juntos controlemos y evitemos la propagación del HLB en la citricultura nacional.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN

GOBIERNO DE GUATEMALA

5. Material GRÁFICO informativo para repartir a los campesinos en las pláticas de divulgación para dar a conocer el HLB:

Contiene la información más importante de la enfermedad más devastadora de Cítricos. Diseño aprobado para impresión:

**CONTROL DEL INSECTO VECTOR, *Diaphorina citri***

Se recomienda aplicar plaguicidas agrícolas que contengan principios activos descritos en el cuadro, en las dosis recomendadas por el fabricante del producto que se comercializan en el país con diferentes marcas comerciales:

INGREDIENTE ACTIVO	MECANISMO DE ACCION	GRUPO QUIMICO
IMIDACLOPRID	SISTEMICO FOLIAR	NEONICOTINOIDES
THIAMETOXAN + LAMBDA - CIHALOTRINA	SISTEMICO FOLIAR	NEONICOTINOIDES - PIRETROIDES
DELTAMETRINA	CONTACTO FOLIAR	PIRETROIDES
BIFENTRINA	CONTACTO FOLIAR	PIRETROIDES
THIAMETOXAN	SISTEMICO FOLIAR	NEONICOTINOIDES

**AMIGO CITRICULTOR**

SI USTED OBSERVA ESTOS SINTOMAS DE LA ENFERMEDAD HUANGLONGBING - HLB - ES IMPORTANTE QUE NOS CONTACTE DE FORMA INMEDIATA.





**LLAME A:**

**LA DIRECCION DE SANIDAD VEGETAL  
VISAR - MAGA**

7ª. Av. 12-90 zona 13. Tel.: 2413-7385 / 2413-7418 Ext. 7418  
Correo Electrónico: hlbmaga@gmail.com  
o A LAS SEDES DEPARTAMENTALES DEL MAGA



**VICEMINISTERIO DE  
SANIDAD AGROPECUARIA  
Y REGULACIONES**

**DIRECCION DE  
SANIDAD VEGETAL**



CITRICOS

¿Sabe usted que es la  
enfermedad de  
**HUANGLONGBING -HLB-?**  
Que afecta a los




VECTOR: *Diaphorina citri*



No existe ningún riesgo para la salud humana al consumir frutos de cítricos contaminados con la enfermedad HLB.

6. Organización y convocatoria de seminarios para dar a conocer qué es el HLB a los campesinos:

Se realizó en el Salón municipal de Mazatenango Suchitepéquez, para que todos llegaran en las diferentes fechas que se convocaron. Los principales departamentos a quienes se les dio la invitación, son los lugares más propensos a la infección del HLB en las plantaciones de Cítricos. Escuintla, Santa Rosa. Taxisco, Chiquimulilla, Guatemala, Alta Verapáz, Baja Verapáz y Huehuetenango.

Las pláticas fueron dirigidas por el Ingeniero Anibal Pérez y el equipo de trabajo de la División de Sanidad Vegetal fue el encargado de toda la logística.



Fecha 19 de mayo

Fotografías por Gabriela Toledo



Fecha 22 de Mayo

Fotografías por Gabriela Toledo



7. Presentación de los primeros resultados de la Campaña de Divulgación Radial del HLB

INFORME DE RESULTADOS  
PRIMER TRIMESTRE 2014  
PAUTA RADIAL MAGA/OIRSA

Todos los datos, propuestas, recomendaciones y análisis estratégico son propiedad intelectual de Plus Publicidad.

Plus Publicidad le brinda un servicio de valor agregado al presentarle este informe de resultados, que contiene los siguientes datos:

1. Resumen de inversión
2. Resultados de alcance
3. Nueva propuesta
4. Estudios realizados



## Resumen de Inversión

Pauta de un spot radial de 30" una sola versión.

2 pautas al día en calendario establecido.

50 días de pauta

2,400 spots al aire

24 repetidora a nivel Nacional

Radio Sonora

Horario estelar noticioso

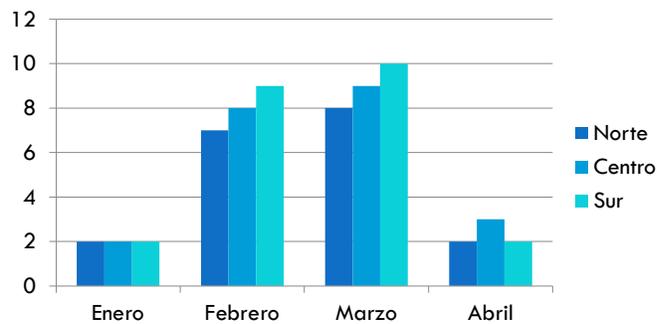
Total de inversión: Q. 59,494.50



## Cobertura por mes de pauta

La importancia de pautar de forma diaria, eleva los números de audiencia, generando una mayor retroalimentación y posicionamiento del mensaje al aire.

El sur del país muestra un mayor alcance.



Resultados de inversión

Radio Cadena Sonora se caracteriza por ser de corte noticioso en todos los ámbitos: política, deporte, música, farándula, etc, tanto a nivel nacional como internacional.

Música variada en inglés y español, además notas de carácter científico.

Esta radio va dirigida a hombres y mujeres de 18 a 60 años, de todos los niveles socioeconómicos. Posee la mayor penetración a nivel nacional porque cuenta con 30 frecuencias ubicadas en los principales puntos del interior del país. Mantiene constante transmisión durante el día porque no depende de radios locales para aumentar su cobertura, por el contrario, cualquier horario que sea contratado garantiza la penetración de las marcas a cualquier lugar del país.

Su señal es satelital y además cuenta con varias torres de transmisión en los distintos puntos del país que re-transmiten la señal desde el área central hacia todos estos puntos.

## Frecuencias en el interior del país

Capital 96.9 FM 1150 AM  
Quiché 89. FM  
Antigua 96.9 FM  
Sta. Rosa 89.5 FM  
Escuintla 88.3 FM  
Jalapa 98.7 FM  
Suchitepequez 101.5 FM  
Chiquimula 97.9 FM  
Retalhuelu 89.5 FM  
Jutiapa 103.1 FM  
Coatepeque 89.5 FM  
Zacapa 97.9 FM  
Costa de San Marcos 89.5 FM

El Progreso 96.9 FM  
Quetzaltenango 92.3 FM  
Esquipulas 97.9 FM  
Huehетенango 93.7 FM  
Alta Verapaz 102.3 FM  
Tonicapán 92.3 FM  
Izabal 95.5 FM  
Sololá 96.7 FM  
Centro Petén 96.5 FM  
Chimaltenango 96.9 FM  
Melchor de Mencos 106.1 FM  
Chimaltenango Occid 106.7 FM  
Sur del Petén 95.3 FM  
Baja Verapaz 101.9 y 107.1 FM

## Pauta en Radio

- La gran mayoría de la gente escucha radio, el 99% en sus hogares y el 83% de los automóviles cuentan con un sintonizador de radio. Es por ello que es el medio publicitario que le brinda resultados de manera rápida, eficaz y eficiente.

Gracias a su diversidad de estaciones, cobertura, penetración y precio, es el mejor aliado para sus estrategias de publicidad y comunicación.

- En Guatemala, la radio es el medio con mayor impacto en la sociedad, a pesar de que la pauta en televisión y vallas publicitarias son las más utilizadas, el medio con mayor alcance en Guatemala es la radio. Y la radio líder en el país es Sonora.

# ALCANCE DE PAUTA PRIMER TRIMESTRE

Radio Sonora

□ Indicador de audiencia de radio

Número de personas alcanzadas  
diariamente

Estudio de medios- Total República

Estudio por: Multivex- Sigma Dos

Universo: 9, 254, 721

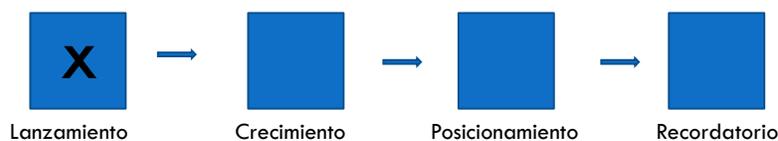
Total sin niños-Lunes a viernes



Emisora	TOTAL	NSE		SEXO		EDAD				POSICIÓN			
		ABC	DE	Hom	Muj	14-19	20-29	30-39	40+	Jfam	Acasa	Hijo	Otro
Sonora	545,507	86,895	161,743	321,266	226,326	37,584	91,655	114,051	337,946	264,975	114,388	93,755	1,983
Galaxia	482,387	52,140	158,339	220,823	260,760	109,147	167,311	109,724	79,104	115,563	128,086	208,249	7,597
Exitos	386,288	54,766	164,777	177,869	207,644	57,526	118,893	96,334	109,818	107,619	99,286	140,002	6,817
La Grande	328,091	56,285	115,611	159,730	168,244	142,159	118,656	28,268	24,583	37,101	45,407	293,902	5,429
Emisoras Unidas	258,561	38,816	60,653	152,373	107,312	12,608	60,567	47,936	154,723	112,217	66,721	39,858	852
Xtrema	249,202	57,228	135,797	148,540	101,448	110,664	99,987	17,056	9,149	33,993	19,621	262,564	184
Exa FM	239,330	43,383	56,773	129,442	110,378	89,626	75,418	34,610	30,030	48,533	33,744	180,609	4,422
Ke Buena	236,314	25,827	71,830	119,242	117,228	58,326	81,652	41,002	51,138	61,783	47,633	132,253	4,580
La Sabrosona	221,388	28,018	92,410	98,304	122,591	46,012	60,540	36,691	81,574	47,226	67,767	101,170	457
FM Globo	220,513	72,944	75,281	101,752	118,797	32,141	63,746	42,041	87,125	60,791	67,052	77,873	471
FM Joya	218,117	78,674	99,385	91,277	126,216	11,767	63,378	49,140	101,755	55,156	80,515	49,519	2,390
Ranchera	203,241	29,326	105,562	106,668	96,504	15,403	26,666	41,657	134,225	91,073	49,679	35,084	184
94 FM La Marca Regueton	195,816	45,084	100,662	105,405	90,712	95,233	61,281	17,060	12,088	22,955	23,097	196,211	1,091
Cultural TGN	166,539	32,742	51,659	57,031	108,561	11,030	20,526	29,641	120,251	36,900	70,780	26,228	1,581
Tropicalida	158,331	25,449	64,697	67,953	90,043	61,024	45,653	26,411	17,625	34,369	19,946	118,623	2,111
Alfa	137,913	48,229	49,452	64,630	73,230	32,246	61,468	18,939	22,628	27,050	31,031	85,613	888
La Flix	112,848	16,266	33,877	51,974	60,730	41,773	29,879	15,787	22,495	20,435	26,659	63,707	2,161
Mega	102,823	28,392	55,181	55,518	47,691	49,925	28,177	10,162	9,530	14,530	10,347	103,195	-
Los 40 Principales	100,199	29,410	34,507	42,221	57,648	32,298	32,058	21,125	9,350	13,058	17,220	79,068	1,801
Yo Sí Sideral	91,036	29,061	22,179	46,980	44,228	46,266	19,863	9,659	10,881	14,690	9,360	86,215	194

## Diagnóstico

- Este estudio nos muestra el liderazgo a nivel Nacional y nos dirige hacia una media de 545,507 personas al día.
- Al identificar el medio idóneo para transmitir la campaña de divulgación del HLB, debemos como siguiente paso identificar los mejores horarios cuyo alcance se eleva, para cumplir con las siguientes etapas de una campaña:



## Campaña en etapa de Lanzamiento

- El tiempo de duración de una campaña de lanzamiento a nivel nacional es de 6 meses a través de un medio de divulgación masivo como lo es la radio.
- Es importante que en esta campaña de lanzamiento se aumente la pauta progresivamente y de manera significativa para elevar el impacto-respuesta de las personas.
- Cuando una campaña es direccionada por algo nuevo (como lo es la campaña de divulgación del HLB), se recomienda no dejar de pautar hasta cerrarse el ciclo de comunicación.
- A nivel de aproximación, tuvimos el spot al aire durante 2 meses y una semana, lo que marca un inicio de campaña, que bien direccionada, cumplirá el objetivo principal: Que cada uno de los campesinos, agricultores, viveristas y personas en particular, sepan al terminar estos 6 meses, Qué es el HLB, como se identifica la existencia de el en las plantaciones de cítricos, y la importancia de la campaña.

### PROPUESTA SEGUNDO TRIMESTRE CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN HLB

## Objetivo General

- Aumentar la frecuencia de la pauta, dirigido por el medio radial de mayor alcance y cobertura nacional, que permita el aumento de conocimiento de la campaña, aumentando los números de exposición permitiendo posicionar el nombre HLB en la mente de cada uno de las 500,000 personas que escuchan la radio diariamente.





## Campaña de Divulgación

- Aprovechemos el medio de más alto alcance masivo con un aumento significativo de pauta y cumplamos con el objetivo de la campaña.  
Horarios estelares: Noticiosos y Deportivos
- Lunes a Viernes
  - 05:30 a 08:00 - Noticentro SN
  - 08:00 a 09:00 - La Mesa de los Periodistas
  - 11:00 a 13:00 - Noticentro SN
  - 13:00 a 14:00 - La Mesa Deportiva
  - 15:00 a 16:00 - Radionoticias de las 3
  - 17:00 a 18:30 - Noticentro SN
  - 18:30 a 19:15 - Zona de Gol.
  - 19:15 a 20:30 - El Deporte Esta Aquí

# PROPUESTA MIXTA

Pauta durante 4 meses para cerrar el ciclo de lanzamiento.

## Inversión Mensual Ejercicio Mayo 2014

- Teniendo 8 horarios premium (noticias y deportes), optimicemos el presupuesto: 11 días cubriremos noticias, y 11 días deportes. Spot de entrada y de salida.

Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes
			1 Noticias	2
5 Noticias	6	7 Noticias	8	9 Noticias
12	13 Noticias	14	15 Noticias	16
19 Noticias	20	21 Noticias	22	23 Noticias
26	27 Noticias	28	29 Noticias	30

## Frecuencia Diaria

- | Horario            | Noticias | Deportes |
|--------------------|----------|----------|
| 5:30 – 8:00        | 2        |          |
| 8:00 – 9:00        | 2        |          |
| 11:00 – 13:00      | 2        |          |
| 13:00 – 14:00      |          | 2        |
| 15:00 – 16:00      | 2        |          |
| 17:00 – 18:30      | 2        |          |
| 18:30 – 19:15      |          | 2        |
| 19:15 – 20:30      |          | 2        |
| TOTAL SPOTS DIARIO | 10       | 6        |

## Conclusiones

---

Con el fin de optimizar recursos y presupuesto, no cubriremos el total de programas de mayor alcance, sin embargo la propuesta se enfoca en totalizar la participación de la pauta segmentando las dos masas de poder: noticias y deportes.

La pauta se dividirá a la mitad, cubriendo todos los horarios noticiosos en un día y al siguiente todos los horarios deportivos, con el fin de marcar una nueva etapa de la pauta: posicionar por medio de un mensaje repetitivo, claro y directo, el conocimiento del HLB.

El beneficio de esta propuesta es sin duda alguna llegar a la población a través de un medio masivo, de confianza y transparente. Otro beneficio es la estrategia de pauta, ya que si pautamos a cualquier hora, perdemos el enfoque del mercado al que queremos llegar, aprovechemos entonces los mejores programas para pautar.

## CONCLUSIONES

Este proyecto de EPS, representa para el Departamento de Sanidad Vegetal del MAGA, una gran herramienta comunicacional, permitiendo fundar los principios de trabajo de un continuo desarrollo para la parte de comunicación que tanto hace falta, no solo en este departamento, sino en muchos otros dentro de esta institución.

Como futura profesional, recomiendo a todos los sectores tanto públicos como privados a darle la prioridad que se merece el tema de la comunicación, ya que en un mundo globalizado, con constantes cambios y avances tecnológicos, se requiere de una constante actualización de información y una necesidad continua de comunicar estos cambios y manejar la comunicación como una plataforma de confianza y seguridad para la nación.

El acceso a la información es un derecho ciudadano, pero también lo es la adecuada comunicación, y es acá donde nuestro aporte como profesionales es fundamental.

No solo es comunicar, se requiere de un don hacia la humanidad, poseer valores y un amplio conocimiento sobre el sector a ejercer.

## RECOMENDACIONES

Como futura Comunicadora, mi recomendación principal es el permanente desarrollo y aprendizaje constante. Esta profesión requiere de una abierta aceptación a la verdad, el conocimiento y los valores. La responsabilidad que implica este fin, conlleva a un sin número de pilares dentro de una estructura sólida en la sociedad.

La comunicación no solo es el inicio del humano como ente social, sino es la vía de representación de todo lo que implica la interacción, el manejo adecuado de la información en el mundo actual con el libre acceso a las redes sociales, nos da la total libertad de conocer plenamente y saber acerca de lo que queremos conocer.

Nuestro camino profesional no termina acá, debemos de continuar desarrollándonos profesionalmente para que lleguemos a ser líderes de nuestro país. Aportar cualidades que nos permitan hacer una Guatemala mejor, aperturar oportunidades que nosotros mismos podemos obtener, siendo profesionales egresados de nuestra ALMA MATER, la Universidad de San Carlos de Guatemala y creciendo como profesionales y como entes sociales, tenemos un fin por el cual luchar, ser comunicadores responsables y poner el nombre de la Escuela de Ciencias de La Comunicación en alto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MAGA (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, GT). 2006. Mapas

Temáticos de la república de Guatemala a escala 1:250,000. Guatemala. 1 CD.

Mapa de Cobertura Vegetal y Uso de la Tierra a escala 1:50,000 de la República de Guatemala. Año 2003

Priorización de municipios a través del índice de vulnerabilidad de la enfermedad Huanglongbing, año 2011 - Guatemala

## E- GRAFÍAS

Análisis FODA realizado por estudiante

[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/01/01\\_2451.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/01/01_2451.pdf)

Información técnica del Departamento

<http://visar.maga.gob.gt/visar/img/hlb.pdf>

## ANEXOS

Visitas de Campo a Diferentes Fincas dentro del departamento de Petén de Guatemala, el área más afectada por el HLB a la fecha actual. Los encargados del departamento fueron los que asesoraron por parte del MAGA a los campesinos de las fincas. La idea principal, fue enseñar a identificar a las plantaciones de cítricos que están enfermas con el HLB. De esta forma se cumple con el aporte práctico dentro de la estrategia comunicacional.

Fuente de las fotografías: [www.maga.gob.gt](http://www.maga.gob.gt)









