

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

**“Estrategias de Comunicación para el programa radial *Amanecer Campesino* que impulsa las Políticas de Desarrollo Rural Integral del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación”**

SERGIO OTTONIEL CASTRO SAN JOSÉ

LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala de la Asunción, 27 de octubre de 2014

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

**“Estrategias de Comunicación para el programa radial *Amanecer Campesino* que impulsa las Políticas de Desarrollo Rural Integral del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación”**

**Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.**

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**SERGIO OTTONIEL CASTRO SAN JOSÉ**

Previo a optar al título de:

**LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Asesor:  
Msc.Sergio Morataya**

**Guatemala de la Asunción, 27 de octubre de 2014**

## **Consejo Directivo**

Director

Licenciado Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A Claudia Molina

Representantes de Docentes

M.A Amanda Ballina Talento

Licenciado Víctor Carillas Brán

Representantes de Egresados

Licenciado Jhonny Michael Gonzáles Batres

Representantes Estudiantiles

Publicista Joseph Mena

Publicista Carlos León

Coordinador EPS

M.s.c Sergio Morataya

Supervisora de EPS

Licenciada Floralba Pérez Folgar

Guatemala, 25 de septiembre de 2014

Sergio Morataya  
Coordinador de EPS Licenciatura  
ECC USAC

Con esta carta certificamos que el estudiante Sergio Ottoniel Castro San José con número de carnet 9521352 y con el proyecto de EPS de Licenciatura **“Estrategias de comunicación para el programa radial Amanecer Campesino que impulsa las Políticas de Desarrollo Rural Integral del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación”**, ha cumplido 300 horas de práctica en el MAGA. Afirmamos con entera satisfacción que su labor ha sido de beneficio para el buen desempeño de la misma.



Licenciado Juan Pablo Guzmán  
Director de la Subdirección de Comunicación Social e información Pública  
Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

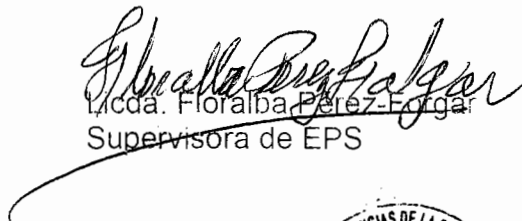
Estudiante  
**Sergio Ottoniel Castro San José**  
Carné: **199521352**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

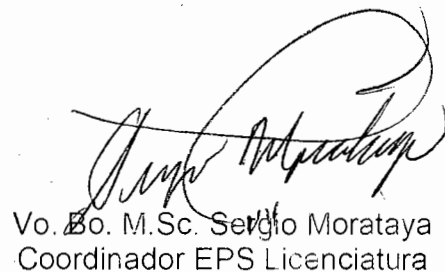
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategias de Comunicación para el programa radial Amanecer Campesino que impulsa las Políticas de Desarrollo Rural Integral del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación"**.

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-Forga  
Supervisora de EPS



  
Vo. B. M.Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura

## **Dedicatoria**

### **A mi Madre**

Ana María San José Hernández por su apoyo incondicional en todo mi vida como estudiante y por guiar mis pasos con sabiduría y paciencia.

### **A mi familia**

Que siempre se preocupó por mi bienestar y educación a lo largo de mi vida.

### **A mis amigos**

Gracias por su gran amistad y a todos los que han caminado conmigo en interminables jornadas estudiantiles a lo largo de estos tiempos su cariño lo conservo siempre.

### **A mi Alma Mater**

La Universidad de San Carlos de Guatemala,  
Gracias por brindarme todo lo que tengo hasta hoy.

### **A la persona que camina a mi lado**

Gracias por su cariño y apoyo

## **Agradecimientos**

### **Al Ministerio de Agricultura ganadería y Alimentación**

Por dejarme realizar mi EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

### **Al Departamento de Comunicación e información del MAGA**

Por su colaboración para realizar este informe y su presentación

### **A la Familia Barrera de La Rosa**

Por todo su apoyo incondicional y apadrinarme

### **A los geniales amigos**

A Azucena Lemus, Juan Carlos Flores, Bayron García, Hugo Donis, Esvin Véliz, Johnny Michael Gonzáles, Wendy Lemus, Sergio Morataya, Oscar Valdez, Fabricio Alonzo, Emilio Barillas, Juan Pablo Guzmán, Sigrid Vásquez, Carlos Rucal, Román Velásquez, Alejandra Chete, Jonatan Guzmán, Amilda de Donis, Yadira García y a todos los integrantes de la Comparsa Vitalicia de todos los tiempos.

## Resumen

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Título: "Estrategias de Comunicación para el programa radial *Amanecer Campesino* que impulsa las Políticas de Desarrollo Rural Integral del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación".

Autor: Sergio Ottoniel Castro San José

Metodología: Descriptiva con análisis cualitativo y cuantitativo.

Herramientas: encuestas y entrevistas directas, así como, se utilizó la observación.

Objetivo general: Elaborar un Informe de EPS de Licenciatura que permita encontrar las soluciones comunicacionales para el programa radial *Amanecer Campesino* en donde se impulsan las políticas de Desarrollo Rural Integral, producido por el departamento de Comunicación Social del MAGA, que busca la forma adecuada para poder transmitir temas agrícolas a la población rural.

Específicos: Entrevistar a los productores y creadores del programa radial.

Conocer la situación actual del programa *Amanecer Campesino*, las políticas de desarrollo rural y su medio de difusión.

Determinar por medio de las encuestas si el programa es escuchado por el Grupo objetivo (G.O) y cumple con la tarea educativa.

Análisis: Se concluyó realizar varios productos que van dentro del marco de las estrategias de comunicación que se trabajaron: los spots radiales para poder impactar de una mejor manera a la población agrícola del país, para que se integre a los Centros de Aprendizaje de Desarrollo Rural (CADER) y que realice mejores prácticas en sus cosechas, cultivos o huertos familiares para mejorar el nivel de vida en el área rural, todo esto en el marco del programa de Agricultura Familiar impulsado por el Gobierno de Guatemala en el período de la administración del presidente Otto Pérez Molina y el Ministro de Agricultura, Elmer López.



## Índice General

### Capítulo I

Introducción

Justificación

|                                                                                                                        |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. Acrónimos.....                                                                                                      | 1 |
| 1.1 Objetivos.....                                                                                                     | 1 |
| 1.1.1 Objetivo general .....                                                                                           | 1 |
| 1.1.2 Objetivos específicos.....                                                                                       | 1 |
| 1.2 La Institución.....                                                                                                | 2 |
| 1.2.1 Antecedentes históricos .....                                                                                    | 2 |
| 1.2.2 Creación del ministerio.....                                                                                     | 2 |
| 1.2.3 DIFERENTES DENOMINACIONES DEL MINISTERIO.....                                                                    | 2 |
| 1.3 Marco Filosófico .....                                                                                             | 3 |
| 1.3.1 Visión.....                                                                                                      | 3 |
| 1.3.2 Misión.....                                                                                                      | 3 |
| 1.3.4 Organigramas.....                                                                                                | 4 |
| 1.3.5 Organigrama general del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.....                                 | 4 |
| 1.3.6 Interpretación del Organigrama .....                                                                             | 4 |
| 1.3.7 Organigrama del departamento de Comunicación Social del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación..... | 5 |

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.3.8 Interpretación del Organigrama .....                                                                          | 5  |
| 1.4 Matriz FODA, programa radial Amacener Campesino<br>(Datos obtenidos según el método de entrevista directa)..... | 5  |
| 1.5 Metodología.....                                                                                                | 7  |
| 1.6 Instrumentos .....                                                                                              | 7  |
| 1.6.1 Cronograma de actividades.....                                                                                | 7  |
| 1.7 Encuesta .....                                                                                                  | 8  |
| 1.7.1 Análisis de las encuestas .....                                                                               | 9  |
| 1.7.2 Pregunta 1.....                                                                                               | 9  |
| 1.7.3 Pregunta .....                                                                                                | 9  |
| 1.7.4 Pregunta 2.....                                                                                               | 10 |
| 1.7.5 Pregunta .....                                                                                                | 10 |
| 1.7.6 Pregunta 3.....                                                                                               | 11 |
| 1.7.7 Pregunta .....                                                                                                | 11 |
| 1.7.8 Pregunta 4.....                                                                                               | 12 |
| 1.7.9 Pregunta.....                                                                                                 | 12 |
| 1.7.10 Pregunta 5.....                                                                                              | 13 |
| 1.7.11 Pregunta.....                                                                                                | 13 |
| 1.8 Radiografía de la Institución.....                                                                              | 14 |
| 1.8.1 Análisis de medios.....                                                                                       | 14 |
| 1.8.2 Encuesta de medios Multivex.....                                                                              | 14 |
| 1.8.3 Repetidoras en toda la República.....                                                                         | 15 |

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.9 Presupuesto para este año.....                                                                       | 16 |
| 1.10 Recursos Materiales.....                                                                            | 16 |
| 1.11 Anexos.....                                                                                         | 17 |
| 1.11.1 Entrevista 1 Licenciado Juan Pablo Guzmán director del Departamento de Comunicación del Maga..... | 17 |
| 1.11.2 Entrevista 2 Érick Suruy Licenciado en Ciencias de la Comunicación.....                           | 18 |
| 1.11.3 Entrevista 3 Bayron García Licenciado en Ciencias de la Comunicación.....                         | 20 |
| 1.11.4 Cuadro comparativo de respuestas de entrevistas.....                                              | 22 |
| 1.11.5 Interpretación del cuadro de preguntas que se le realizaron a los entrevistados. ....             | 24 |

## **Capítulo II**

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 2. Antecedentes y justificación.....        | 24 |
| 2.1 Radiografía de la Institución .....     | 26 |
| 2.1.1 Análisis de medios.....               | 26 |
| 2.1.2 Encuesta de medios Multivex.....      | 26 |
| 2.1.3 Repetidoras en toda la República..... | 27 |
| 2.2 OBJETIVOS .....                         | 27 |
| 2.2.1 Objetivo General .....                | 27 |
| 2.2.2 Objetivos Específicos.....            | 28 |
| 2.3 Público Objetivo.....                   | 28 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 2.3.1 Estadísticas Demográficas.....                    | 28 |
| 2.3.2 Contexto Social.....                              | 29 |
| 2.3.3 Estadísticas de pobreza y desigualdad.....        | 29 |
| 2.3.4 Estadísticas laborales.....                       | 29 |
| 2.4 Mensaje.....                                        | 29 |
| 2.4.1 Estrategias.....                                  | 30 |
| 2.4.2 Radiales.....                                     | 30 |
| 2.4.3 Spots radiales del Ministerio de Agricultura..... | 31 |
| 2.4.4 Spots radiales.....                               | 31 |
| 2.4.5 Parrilla de spots radiales MAGA.....              | 31 |
| 2.4.6 Alianzas y colaboraciones .....                   | 34 |
| 2.4.7 Alianzas y colaboraciones II.....                 | 34 |
| 2.4.8 Redes sociales.....                               | 34 |
| 2.4.9 Vallas.....                                       | 34 |
| 2.4.10 Volantes.....                                    | 34 |
| 2.4.11 Horarios .....                                   | 34 |
| 2.5 Planes de comunicación.....                         | 34 |
| 2.5.1 Producción radial.....                            | 35 |
| 2.5.2 Cooperación.....                                  | 35 |
| 2.5.3 Alianzas.....                                     | 35 |
| 2.5.4 Redes Sociales.....                               | 36 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 2.5.5 Volanteo.....              | 36 |
| 2.5.6 Vallas publicitarias.....  | 37 |
| 2.5.7 Horarios .....             | 37 |
| 2.5.8 Spots publicitarios.....   | 37 |
| 2.6 Calendario.....              | 38 |
| 2.6.1 Cuadro.....                | 38 |
| 2.7 Presupuesto.....             | 38 |
| 2.7.1 Cuadro de presupuesto..... | 39 |
| 2.7.2 Control y seguimiento..... | 39 |
| 2.7.3 Cuadro.....                | 40 |
| 2.7.4 Sitio web.....             | 41 |

### **Capítulo III**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 3. Informe descriptivo.....           | 42 |
| 3.1 Dependencias.....                 | 42 |
| 3.1.1 Viceministerios.....            | 42 |
| 3.2.1 Gráfica1.....                   | 43 |
| 3.3 Departamento de comunicación..... | 44 |
| 3.3.1 Fotografía 1.....               | 45 |
| 3.3.2 Fotografía 2.....               | 45 |
| 3.4 Estrategia radial.....            | 46 |
| 3.5 Parilla de spots radiales.....    | 46 |
| 3.5.1 Parrilla de spots radiales..... | 46 |
| 3.5.2 Aprobación.....                 | 48 |
| 3.5.3 Fotografía 3.....               | 49 |
| 3.5.4 Locutores.....                  | 49 |
| 3.5.5 Fotografía 4.....               | 49 |

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.5.6 Fotografía 5.....                                                 | 50 |
| 3.6 Portada.....                                                        | 51 |
| 3.6.1 Imagen 2.....                                                     | 52 |
| 3.7 Presentación.....                                                   | 52 |
| 3.7.1 fotografía 6.....                                                 | 52 |
| 3.8 La estrategia: CADER, Agricultura Familiar, Consejos Agrícolas..... | 53 |
| 3.8.1 Fotografía 7.....                                                 | 53 |
| 3.8.2 Fotografía 8.....                                                 | 54 |
| 3.9 Presentación.....                                                   | 55 |
| 3.9.1 Fotografía 9.....                                                 | 55 |
| 3.9.2 Fotografía 10.....                                                | 56 |
| 3.9.3 Fotografía 11.....                                                | 57 |
| 3.9.4 Fotografía 12.....                                                | 58 |
| 3.9.5 Fotografía 13.....                                                | 59 |
| 3.10 Estrategias para realización.....                                  | 59 |
| <b>Capítulo IV</b>                                                      |    |
| 4. Conclusiones y recomendaciones.....                                  | 60 |
| 4.1 Conclusiones.....                                                   | 60 |
| 5. Recomendaciones.....                                                 | 62 |
| 6. E-grafía.....                                                        | 63 |

## Introducción

El presente informe de EPS de Licenciatura se basa en las estrategias comunicacionales a implementar en el programa radial *Amanecer Campesino*, que impulsa las políticas de Desarrollo Rural Integral del Ministerio de Agricultura, Ganadería, y Alimentación (MAGA), que se transmite por medio de la radio TGW y otros canales de comunicación, en el cual se le instruye y educa al campesino sobre temas agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos, forestales y fitozoosanitarias, buscando la eficiencia y competitividad en los mercados y teniendo en cuenta la conservación y protección del medio ambiente.

En el se exponen temas, programas, proyectos y actividades donde los agricultores, productores, ganaderos, zootecnistas e ingenieros agrónomos que impulsa y promueve el MAGA por medio del Gobierno de Guatemala, esto para mejorar la calidad de vida en el área rural.

## Justificación

El uso de la radio para lograr un desarrollo del agro, en general, no ha sido muy frecuente en Guatemala. Pero lo que hace de alguna forma innovador a este proyecto es que son pocos o ninguno los proyectos orientados al tema agropecuario. En este sentido, se conocen ejemplos de programas de musicales o específicos realizados en torno al campo o a cierto producto como por ejemplo: el café y la roya. Por este motivo, y porque el proyecto del programa *Amanecer Campesino* se ha establecido como una metodología de trabajo importante en el área rural, en este informe hemos querido mostrar los resultados que han generado después de un año y meses estando al aire y presentarles las nuevas herramientas que utilizará el programa para seguir impulsando las Políticas de Desarrollo Rural Integral del Gobierno de Guatemala.

No sólo se trata de su carácter transformador, innovador y pionero, sino también, porque ofrece una visión práctica sobre el trabajo en el área rural y los recursos aplicables a ésta en todo sentido.

Como se ha comentado anteriormente, el programa *Amanecer Campesino* lleva realizándose desde hace un año y meses en la radio gubernamental TGW 107.3 FM. El proyecto está a cargo del Departamento de Comunicación Social e Información Pública del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, y el grupo objetivo es de más del 50 por ciento de la población que se dedica a la agricultura familiar, comercial y de exportación. El grupo se encuentra diversificado en los 22 departamentos del país. Las personas dedicadas a este tipo de actividades lo hacen en la variedad de climas y micro climas, y cultivan o producen la mayoría de productos que son puestos en nuestras mesas a la hora del desayuno, almuerzo y cena.

Las Políticas de Desarrollo Rural impulsadas por el programa, que abarcan en el siguiente informe giran en torno a: la Agricultura Familiar, los sistemas de riego y captación de agua para la siembra, y los Centros de Desarrollo Rural (CADER).



# Capitulo I

## **Capítulo I**

### **Acrónimos**

(MAGA) Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación

(CADER) Centros de Aprendizaje Para el Desarrollo Rural

(AC) Amanecer Campesino

(GO) Grupo objetivo

(TGW 107.3) TGW

EU (Emisoras Unidas)

(DICODER) Dirección de Coordinación Regional y Extensión Rural

(INE) Instituto Nacional de Estadística

### **1. Introducción:**

El presente informe de EPS de Licenciatura se basa en las estrategias comunicacionales a implementar en el programa radial *Amanecer Campesino*, que impulsa las políticas de Desarrollo Rural Integral que se transmite por medio de la radio TGW y otros canales de comunicación, en el cual se le instruye y educa al campesino sobre temas agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos, forestales y fitozoosanitarias, buscando la eficiencia y competitividad en los mercados y teniendo en cuenta la conservación y protección del medio ambiente.

En el se exponen temas, programas, proyectos y actividades donde los agricultores, productores, ganaderos, zootecnistas e ingenieros agrónomos que impulsa y promueve el Ministerio de Agricultura, Ganadería, y Alimentación (MAGA) por medio del Gobierno de Guatemala, esto para mejorar la calidad de vida en el campo.

#### **1.1 Objetivos**

##### **1.1.1 Objetivo general**

Elaborar un Informe de EPS de Licenciatura que permita encontrar las soluciones comunicacionales para el programa radial *Amanecer Campesino* en donde se impulsan las políticas de Desarrollo Rural Integral, producido por el departamento de Comunicación Social del MAGA, que busca la forma adecuada para poder transmitir temas agrícolas a la población rural.

##### **1.1.2 Objetivos específicos**

Entrevistar a los productores y creadores del programa radial.

Conocer la situación actual del programa Amanecer Campesino, las políticas de desarrollo rural y su medio de difusión.

Determinar por medio de las encuestas si el programa es escuchado por el Grupo objetivo (G.O) y cumple con la tarea educativa.

## **1.2 La Institución**

### **1.2.1 Antecedentes históricos**

Por 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.

### **1.2.2 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,

### **1.2.3 DIFERENTES DENOMINACIONES DEL MINISTERIO**

Presidente; Adrián Recinos, Secretario; Ricardo C. Castañeda, Secretario.- Palacio del Poder Ejecutivo: Guatemala, 24 de mayo de 1920.

Publíquese. C. Herrera. El Secretario de Estado en el Despacho de Gobernación y Justicia, A. A. Saravia".

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 llamo 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 denomino 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.

El Departamento de Comunicación Social del Maga, fue creado mediante un acuerdo ministerial, que será proporcionado por las autoridades del ministerio en los próximos días.

### **1.3 Marco Filosófico**

#### **1.3.1 Visión**

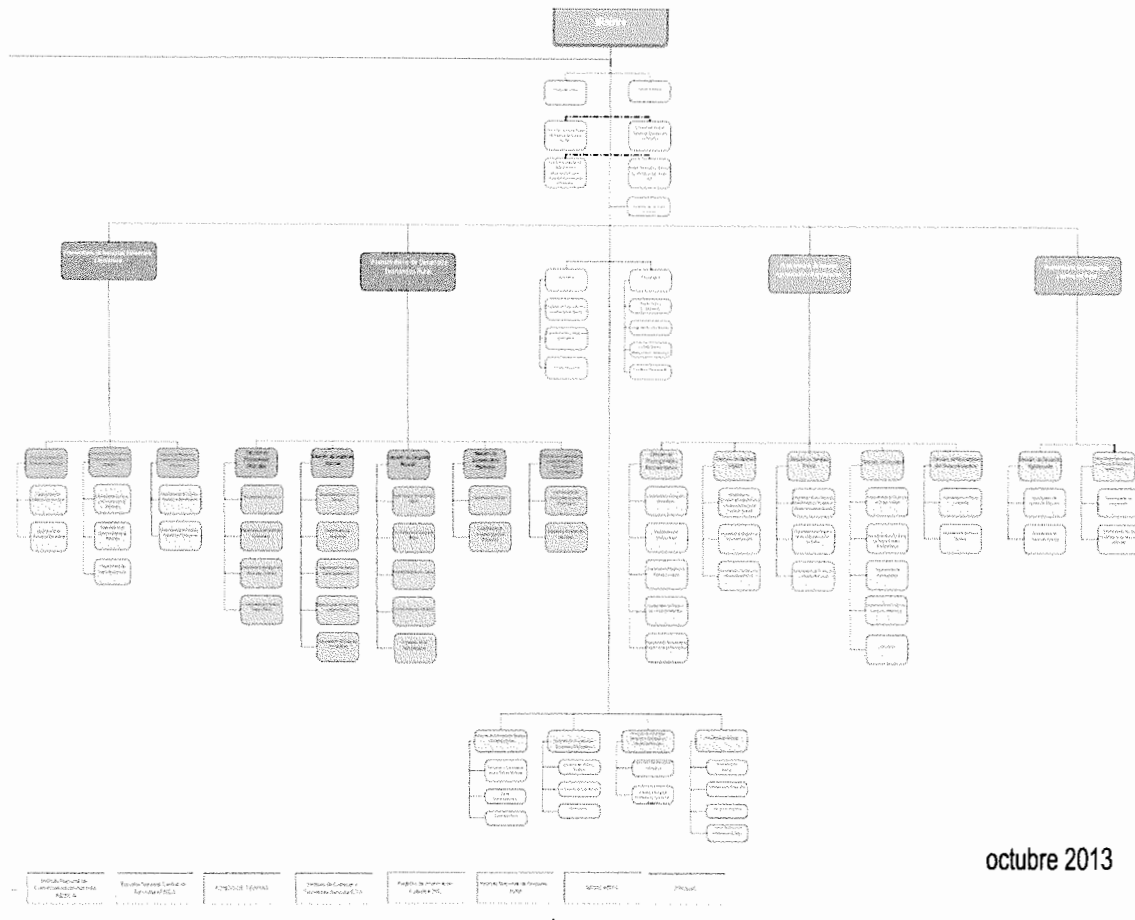
Ser una institución pública eficiente y eficaz, que propicia el desarrollo agropecuario, y el acceso a una alimentación adecuada suficiente e inocua, proveniente de las cadenas productivas que abastecen los mercados nacionales e internacionales, haciendo uso sostenible de los recursos Naturales; donde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

#### **1.3.2 Misión**

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.

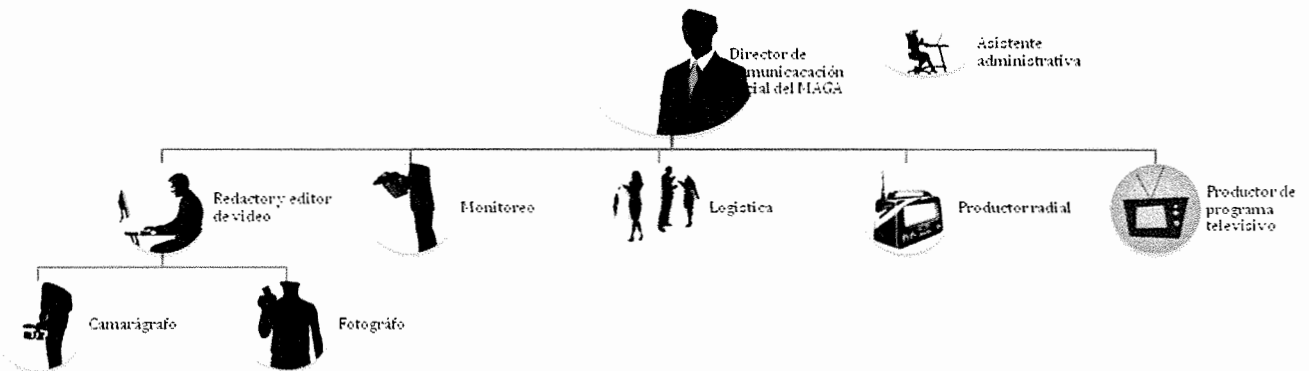
### 1.3.4 Organigramas

### 1.3.5 Organigrama general del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación



**1.3.6 Interpretación:** En el organigrama general del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, no hay un área en el que aparezca el Departamento de Comunicación Social, pero si esta organizado y en funciones de divulgación de programas y proyectos validados por el Ministro de Agricultura Elmer López.

### 1.3.7 Organigrama del departamento de Comunicación Social del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación



### 1.3.8 Interpretación

El organigrama del departamento incluye 9 puestos laborales, éste se piensa incrementar para poder unirse a la plataforma estatal del canal de Gobierno, que ya transmite programas de los diferentes Ministerios, Secretarías, Conferencias de prensa y giras de los mandatarios en los canales de servicio de cable de las empresas Tigo y Claro.

### 1.4 Matriz FODA, programa radial *Amanecer Campesino* (Datos obtenidos según el método de entrevista directa).

| Fortalezas internas:                                                                                                   | Debilidades internas:                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas relaciones con los expertos en los temas tratados cada día.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay cobertura radial en todo el país.</li> </ul>                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiente método para medir impacto de los temas tratados.</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca actualización de la producción del programa radial.</li> </ul>      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuente fiable sobre análisis de realidad rural nacional.</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de nuevos segmentos, que llamen la atención del oyente.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgación de programa radial</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que no se programa música</li> </ul>                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| en la página web.                                                                                                                                                                                                                     | popular.                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia en redes sociales (Facebook, Tuiteer).</li> </ul>                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de protocolos de emergencia cuando no hay entrevistado.</li> </ul>                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominio técnico de las materias agrícolas como la agricultura, ganadería, nutrición, alimentación, plagas que afectan los cultivos, acuicultura, pesca, bosques y medio ambiente.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes sociales rinden por debajo de sus posibilidades por falta de personal.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal ampliamente calificado.</li> </ul>                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos para movilización de los productores.</li> </ul>                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestigio y legitimidad entre los campesinos y agricultores.</li> </ul>                                                                                                                      |                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta calidad en procesos comunicativos.</li> </ul>                                                                                                                                           |                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un nivel deplorable de instalaciones materiales y equipo digital.</li> </ul>                |

| Oportunidades externas:                                                                                                                                    | Amenazas externas:                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el aspecto de la producción.</li> </ul>                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las emergencias o el tráfico que imposibilite la llegada del entrevistado a la radio.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de negociar una repetición del programa en otros horarios.</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas técnicos de trasmisión en repetidoras.</li> </ul>                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de concientizar a los entrevistados de la importancia de una buena y educativa entrevista.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inadecuada divulgación del trabajo a por medio de las redes sociales.</li> </ul>                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colgar el programa en la página digital de TGW.</li> </ul>                                                        |                                                                                                                                           |

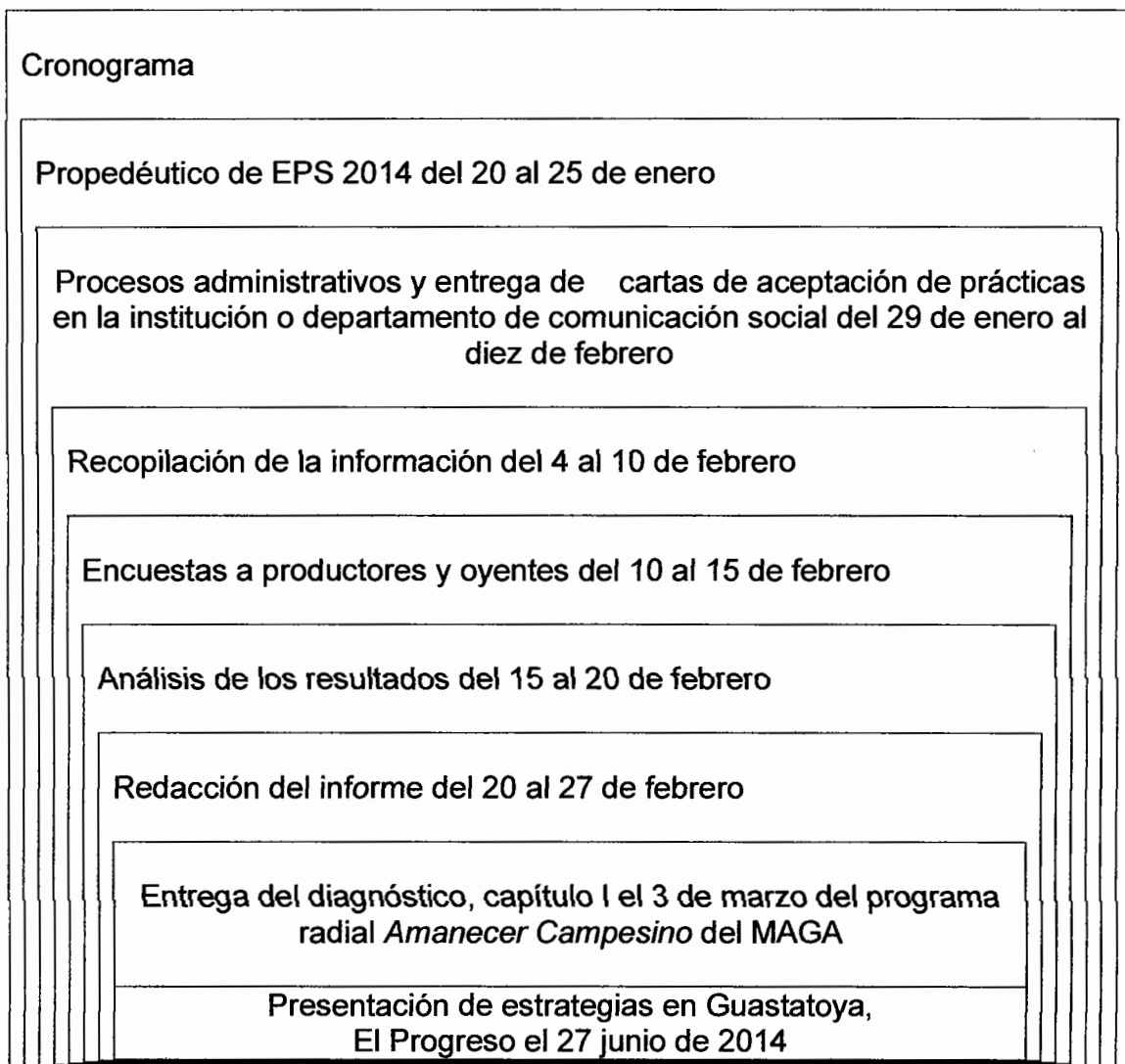
## 1.5 Metodología

El método es científico ya que se realizaron entrevistas directas a los creadores y productores del programa Amanecer Campesino y se paso una muestra de encuestas al G.O.

## 1.6 Instrumentos

Encuestas y entrevistas directas.

### 1.6.1 Cronograma de actividades





## 1.7 Encuesta

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**Ejercicio Profesional Supervisado**

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para estimar el como mejorar el programa radial *Amanecer Campesino* del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿Ha escuchado en el programa radial *Amanecer campesino* transmitido por TGW 107.3 La nueva voz de Guatemala de 5:00 a 6:00 am, tiene algún tema de su interés?

---

---

2. ¿Cree que los temas tratados en el programa radial son de interés para los oyentes del interior del país?

---

---

3. ¿La radio emisora, el tiempo de duración y el horario de transmisión son los ideales para que se logre llegar a la población rural de nuestro país?

---

---

---

4. ¿Que otros medios publicitarios podrían utilizarse para difundir que escuchen el programa radial *Amanecer campesino*?

---

---

5. ¿Cómo cree usted que se puede llegar a que el programa se incremente en audiencia?

---

---

6. Use el siguiente espacio para hacer cualquier otro comentario que desee agregar

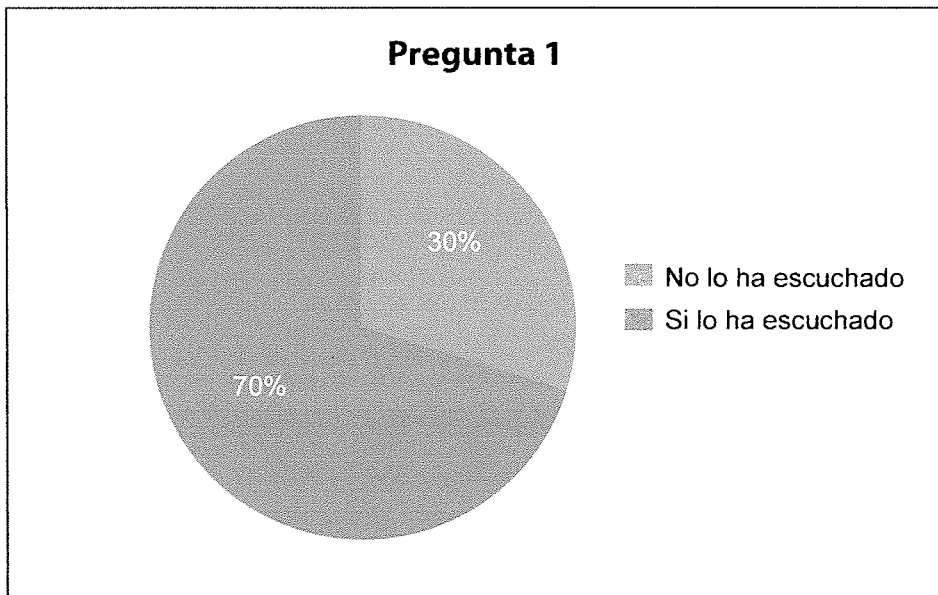
---

---

### 1.7.1 Análisis de las encuestas

#### 1.7.2 Pregunta 1

1.7.3 ¿Ha escuchado en el programa radial *Amanecer Campesino* transmitido por TGW 107.3 La nueva voz de Guatemala de 5:00 a 6:00 am, tiene algún tema de su interés?

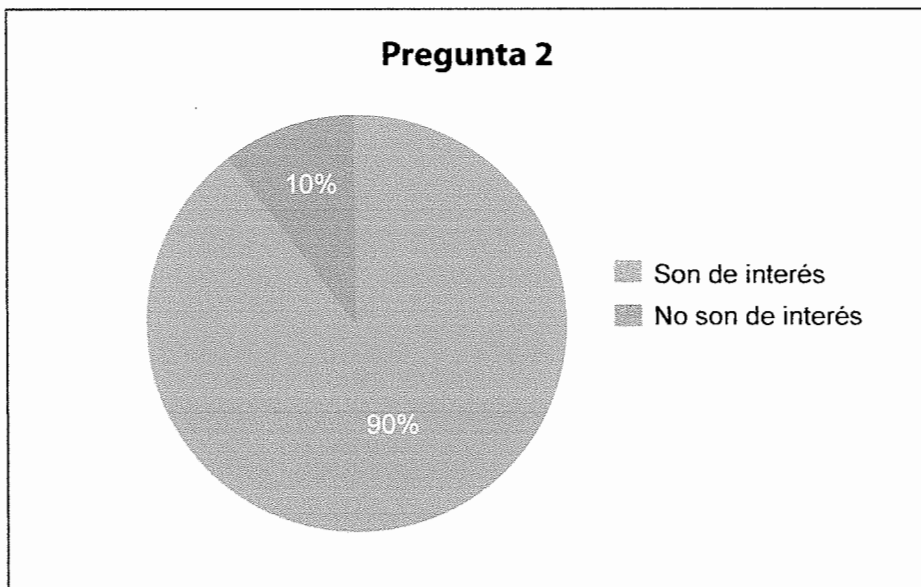


**Fuente:** Sergio San José

**Interpretación:** Un 70 por ciento de los oyentes ha escuchado alguna vez el programa radial *Amanecer campesino*.

#### 1.7.4 Pregunta 2

1.7.5 ¿Cree que los temas tratados en el programa radial son de interés para los oyentes del interior del país?

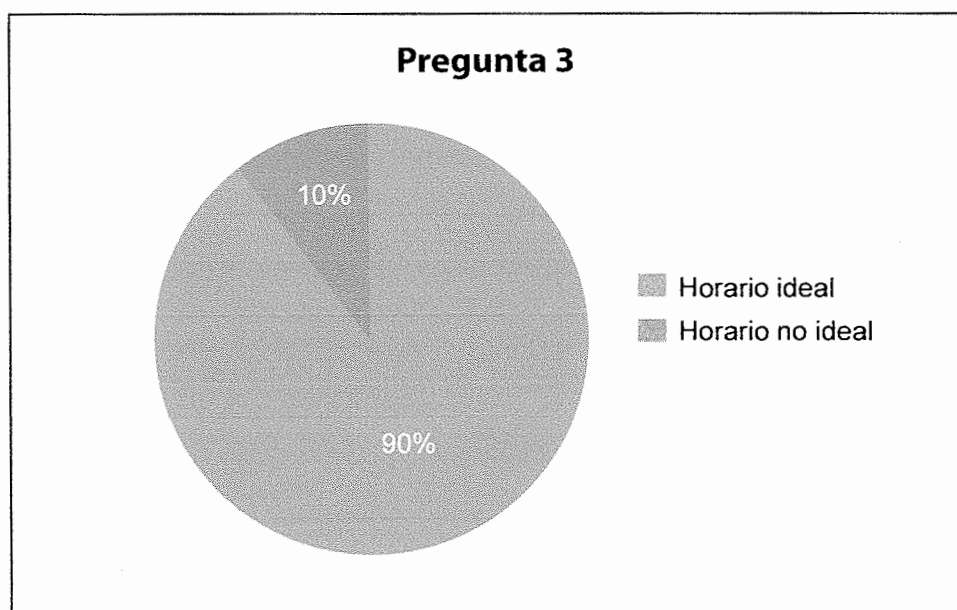


**Fuente:** Sergio San José

**Interpretación:** El 90 por ciento de la población oyente de la radio cree que los temas son importantes, y un 10 por ciento no lo considera sin una importancia y aburrido.

### 1.7.6 Pregunta 3

1.7.7 ¿La radio emisora, el tiempo de duración y el horario de transmisión son los ideales para que se logre llegar a la población rural de nuestro país?

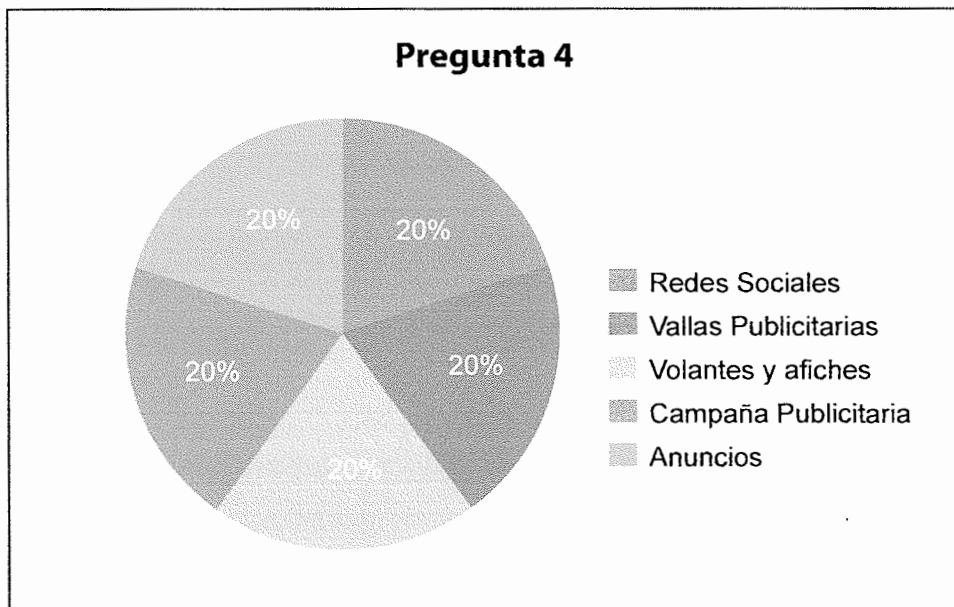


**Fuente:** Sergio San José

**Interpretación:** Un 90 por ciento cree que el horario es el ideal, porque el campesino se levanta a esa hora a laborar, y solo un 10 por ciento cree que el horario no es el indicado porque es de madrugada.

### 1.7.8 Pregunta 4

1.7.9 ¿Que otros medios publicitarios podrían utilizarse para difundir que escuchen el programa radial Amanecer campesino?

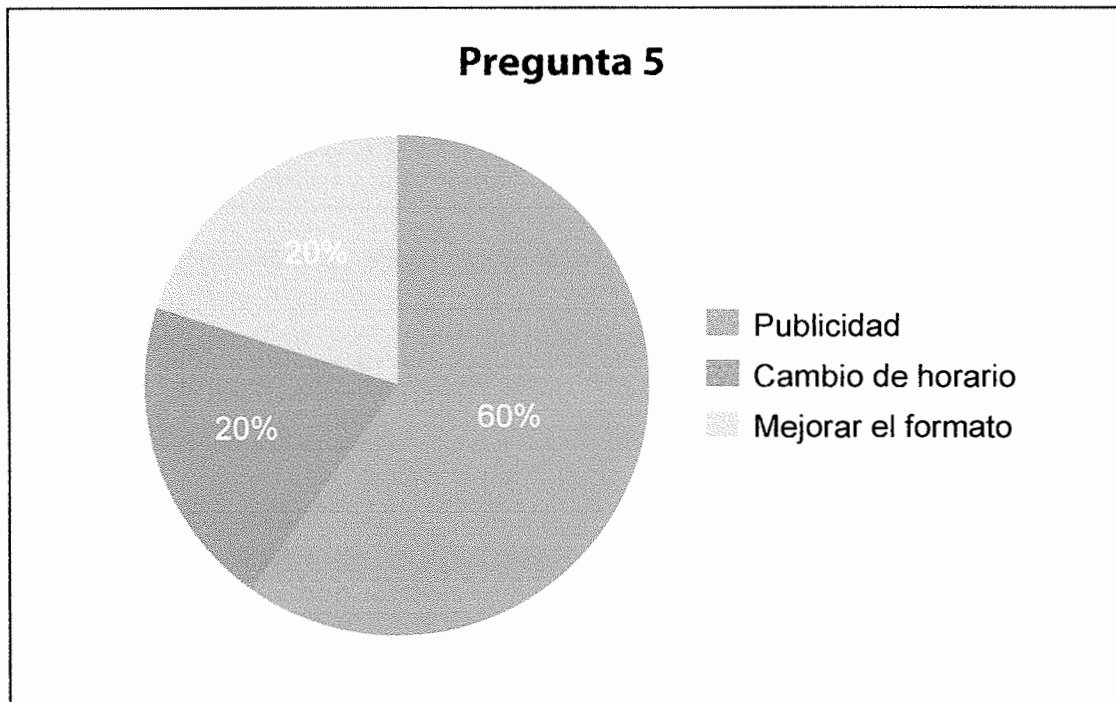


**Fuente:** Sergio San José

**Interpretación:** La muestra encuestada revela que se necesita una serie de elementos publicitarios y tecnológicos en un 20 por ciento cada uno.

### 1.7.10 Pregunta 5

1.7.11 ¿Cómo cree usted que se puede llegar a que el programa se incremente en audiencia?



Fuente: Sergio San José

**Interpretación:** Un 60 por ciento cree que se necesita de publicidad para dares a conocer en todo el país. El 20 por ciento potenciar su formato radial, y un 20 por ciento un cambio de horario.

## 1.8 Radiografía de la Institución

### 1.8.1 Análisis de medios

Se le solicitó a la radio TGW sus niveles de audiencia pero se indicó que no existen datos de niveles de audiencia, porque es una radio del Estado y no tienen contemplado un rubro para realizar esos estudios para medir sus niveles de audiencia.

La siguiente encuesta es realizada por una empresa privada dedicada a medir los niveles de audiencia en el país, que realiza las mediciones por medio de llamadas telefónicas y actividades convocadas por las emisoras.

Esta encuesta fue realizada en diciembre de 2013, por la empresa Multivex de Guatemala cita datos de TGW que aparece en la posición 34 con otras radios nacionales con el 1.2 por ciento de escuchas a nivel nacional.

Mismo tiempo en que el programa Amanecer Campesino entra en los parámetros de esta medición que se realiza cada 3 meses.

### 1.8.2 Encuesta de medios Multivex

| <b>MULTIVEX - diciembre 2013</b> |                                    |                |
|----------------------------------|------------------------------------|----------------|
|                                  | <b>radios</b>                      | <b>RAITING</b> |
| 1                                | Xtrema / Reacción / 101.3          | 13.3%          |
| 2                                | 94 FM / La Marca Reguetón / 94.1   | 10.7%          |
| 3                                | Éxitos/A Toda Maquina / 90.9       | 10.0%          |
| 4                                | La Grande / 99.3 / Pun Pun / 93.4  | 8.3%           |
| 5                                | FM Joya / 93.3                     | 7.5%           |
| 6                                | Disney / 92.9                      | 7.1%           |
| 7                                | Sonora / Furia Azul / 96.9         | 6.9%           |
| 8                                | Ranchera                           | 6.3%           |
| 9                                | Mega / 107.7                       | 6.3%           |
| 10                               | Alfa                               | 5.8%           |
| 11                               | Galaxia/La Picoso/88.5             | 4.9%           |
| 12                               | FM Globo                           | 4.7%           |
| 13                               | Radio Mía / 93.7                   | 4.5%           |
| 14                               | Radio Viva / 95.3                  | 4.0%           |
| 15                               | Rhema Stereo / 91.7                | 3.9%           |
| 16                               | Fiesta                             | 3.8%           |
| 17                               | Cultural TGN / 100.5               | 3.6%           |
| 18                               | Tropicalida                        | 3.3%           |
| 19                               | La Sabrosona / 94.5                | 3.1%           |
| 20                               | Los 40 Principales / 92.5          | 2.9%           |
| 21                               | Emisoras Unidas/Pat.Informat. 89.7 | 2.3%           |
| 22                               | Clásica / 106.5                    | 2.3%           |

|    |                                       |      |
|----|---------------------------------------|------|
| 23 | Ke Buena / 91.3                       | 1.8% |
| 24 | Atmosfera / 96.5                      | 1.7% |
| 25 | La Caliente / 102.9                   | 1.6% |
| 26 | Yo Si Sideral                         | 1.6% |
| 27 | Fabustereo / 88.1                     | 1.6% |
| 28 | FM 95 / 94.9 FM / 94.9                | 1.4% |
| 29 | Exa FM / 101.7                        | 1.3% |
| 30 | La Fabulosa 10 / 88.9                 | 1.3% |
| 31 | Estrella / 1390 / 89.3                | 1.3% |
| 32 | La Red/RCN/Corpor.Deport. 106.1       | 1.3% |
| 33 | FM Fama / 102.5                       | 1.2% |
| 34 | Otras Emisoras Nacionales             | 1.2% |
| 35 | Plus / 102.1                          | 1.0% |
| 36 | Circuito San Juan                     | 1.0% |
| 37 | Nuevo Mundo / El Independiente / 96.1 | 0.9% |
| 38 | Mundial/Comando Inf/Pegaj             | 0.8% |
| 39 | Radio María /1600 AM/103.3            | 0.7% |
| 40 | Stereo Visión /1420 / 104.1           | 0.6% |

### **1.8.3 Repetidoras en toda la República**

La emisora estatal TGW tiene repetidoras en funcionamiento en 5 departamentos de la República.

Radio Nacional de San Marcos TGSM

Radio Nacional de Totonicapán TGTU

Radio Nacional de Quetzaltenango TGQ

Radio Nacional Tikal TGFP



### **1.9 Presupuesto para este año**

El monto perteneciente al Departamento de Comunicación Social del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, no fue proporcionado.

El presupuesto del programa radial está estimado únicamente en los salarios de las personas que laboran directamente en el programa (locutor y productor).

### **1.10 Recursos Materiales**

Computadora

Impresora

Hojas de papel

Internet

Teléfono

Fax

Energía Eléctrica

Vehículos

Material didáctico del Maga

Radio estatal TGW

Discos

Calcomanías

## **1.11 Anexos**

### **1.11.1 Entrevista 1 Licenciado Juan Pablo Guzmán director del Departamento de Comunicación del Maga**

#### **¿Como inicio el programa radial?**

El programa surge con el objeto de poder acercarse al campo, la cartera tiene incidencia primaria con todos agricultores, se tiene un único brazo extensionista o técnico del Maga (hay 3 técnicos por municipio) que asesora a las parcelas o fincas pequeñas y este técnico tiene el contacto directo con el agricultor, sin embargo no puede ir al mismo punto tan veces para continuar el seguimiento al programa o proyecto.

En ese mismo orden de ideas surge la propuesta de generar el programa para acompañar ese trabajo técnico, para acercarse al agricultor, con recomendaciones de personal calificado, de cómo sembrar, fertilizar y que tipo de semilla utilizar. El objeto del programa *Amanecer Campesino* es el estrechar el vínculo entre el lado estatal y el lado rural. Dio inicio en abril del 2013 y se esta próximo a cumplir un año,

#### **¿Que es lo más difícil de producir el programa?**

Hay diferentes etapas y limitantes, en la primera parte fue la articulación, planificación, la búsqueda del personal calificado, el agarrar ritmo, porque el programa se trasmite de 5 a 6 de la mañana y se necesita estar listos entre 4:30 y 4:40 am.

Se encontró el recurso humano con experiencia para que sean parte del programa, hay un comunicador en cabina locutando y los comunicadores del departamento con su debida experiencia lo producen.

Hace 3 semanas se formó una comisión interdepartamental para planificar todos los programas de radio en función del ciclo agrícola para sincronizarlo con las diferentes épocas del año y coincidir con temas específicos; por ejemplo: no es lo mismo granos básicos que las legumbres.

#### **¿El horario es el ideal?**

Es el ideal, ya que el campesino a esa hora sale a laborar al con su radio y creemos que es el vinculo donde tenemos un posicionamiento en cuanto a transmitir las técnicas del campo.

#### **¿El medio de transmisión?**

Con TGW se hizo un convenio institucional, que no tiene costo, y no se lucra con el programa.

Hay presupuesto del programa únicamente para el pago de salarios que están en planilla.

En el ministerio hay 1 mil 500 extensionistas del MAGA en toda la república que replican la información.

El programa *Amanecer Campesino* no busca atropellar los conocimientos en el campo ya establecidos y quiere complementar con nuevas tecnologías en la agricultura y sabiduría del campo para potenciarla, y fortalecerla, con consejos radiales.

El programa es en vivo de 1 hora de duración, con 3 cortes y el primer segmento es de noticias de que esta pasando en el agro (noticias agrícolas)  
Luego vienen los 3 segmentos de la entrevista a micrófono abierto con el profesional, técnico o especialista donde se le pueden hacer las consultas respectivas al aire.

### **¿La música del programa?**

La música fue cedida por la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Pesca (FAO), es un disco con música dirigida al campo, así que después del primer corte suena una melodía.

### **¿Hay publicidad para el programa?**

Se quisiera darle una mayor posición al programa, en dos sentidos y hacer varias repeticiones del programa con radios comunitarias en el interior que se comunican en idiomas mayas, la otra es encontrar un espacio en una radio de mayor audiencia en la capital para realizar un programa pregrabado para su retrasmisión en otros horarios.

Se tiene pensado hacer anuncios en periódicos o vallas, sin embargo ese presupuesto no se tiene.

### **¿Desde cuando existe el Departamento de Comunicación Social del Maga?**

Se inicio una gestión desde el año 2012, hay un decreto en el que esta eso, se conseguirá copia del acuerdo de creación del Departamento de Comunicación Social del Maga.

## **1.11.2 Entrevista 2 Erick Suruy Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

### **¿Cómo inicio el programa?**

El Ministro de Agricultura, Elmer López tuvo la idea y solicitó que necesitaba más divulgación los proyectos del Maga y se busco la forma de cómo hacerlo, porque

no había presupuesto y no tiene costo para el ministerio se utilizó a la radio TGW por ser estatal. Y no se necesita mucha producción porque el formato es una entrevista.

La idea del programa comenzó en marzo del 2013 y nos solicitaron el proyecto se comenzaron a buscar fuentes y temas para grabar los programas, se solicitó equipo para editar audio pero nunca se compró, entonces se utilizó el programa de video donde se grababan los audios, todo ese mes de abril.

Se consultó con el director de TGW, Juan José Ríos, debido a su experiencia en radio, sugirió que el programa fuera 2 veces por semana, siendo martes y jueves, la sugerencia no fue tomada en cuenta. El 20 de mayo del 2013 salió el primer programa, llamado en ese tiempo el *Maga en Radio* de lunes a viernes, había un número de teléfono donde se pueden comunicar los oyentes de 5 a 6 de la mañana, tres personas del departamento se rotaban para llegar a esa hora a la radio.

### **¿Cuál era el formato del programa?**

El formato es una entrevista de una hora que contiene 4 bloques, en el primer bloque la presentación del programa o del tema a tratar, y un resumen noticiosos temas del Maga de 5 o 4 noticias locutadas en vivo, luego las entrevistas de interés de coyuntura en ese momento como por ejemplo: la gripe aviar que en ese tiempo afectaba al país vecino del norte, agricultura familiar, temas de pesca, acuicultura, la mosca del mediterráneo, avicultura criolla, que estuvieran orientados al pequeño agricultor, se anunciaba donde se daría el fertilizante, habían entrevistas de 2 o 3 personas para hacerlo más ameno, se recibían promedio de 3 a 4 llamadas por programa.

El programa debería de tener más segmentos, y más invitados; pero por la premura con que se realiza el programa se dejan aspectos sin perfeccionar, aparte el poco personal en el departamento de Comunicación Social del Maga complica la producción.

El guión se arma a diario, luego conseguir al entrevistado.

### **¿Cuando no llegaba el entrevistado no asistía que se hace?**

Se hacían refritos o se repetían programas cuando el entrevistado tenía problemas para llegar a la estación.

### **¿Quién conduce el programa?**

Se contrato a una persona para dirigir el programa, y operar la consola y la computadora de la radio.

### **¿El horario es el más ideal para el programa?**

El horario no lo considera tan idóneo, pero es cuando la mayoría de campesinos ya esta trabajando la tierra en el campo.

### **¿Qué tipo de música programaban?**

La música programada es marimba, antes de iniciar, se pautaba con anuncios de Gobierno y TGW, luego ya se producían anuncios del Maga.

### **¿Cuál es la cobertura de TGW?**

La cobertura de TGW es solo en la región de la capital esto se supo por consultas que no hay cobertura en todo el país.

Este es un programa que no da la suficiente información para que se trasmita todos los días de la semana.

Los temas no son tan amenos como los de entretenimiento matutino.

### **¿Se buscaron medios para publicitar el programa?**

Se propuso hacer publicidad de vallas, anuncios etcétera, pero por la poca cobertura no se hizo viable esa opción.

Se utilizaban las redes sociales para anunciar un día antes el tema y el entrevistado.

### **¿Tenían presupuesto?**

No hubo nunca inversión al programa ni presupuesto, ni un incentivo extra por el programa radial.

Ni viáticos, ni pago de parqueo, y el programa no genera un gasto en absoluto al ministerio.

### **Agregado**

Ahora se llama *Amanecer campesino*, nunca estudiado, ni trabajado, no hubo una planificación ni estrategia para sacar el programa.

Con un estudio de grabación en el Maga se podría hacer pregrabado en el ministerio ya que la mayoría laboran en esa cartera y se evitarían los refritos y el madrugar de los entrevistados, que era una de las cosas que ponían.

### **1.11.3 Entrevista 3 Bayron García Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

#### **¿Como inicio el programa radial *Amanecer campesino* del Maga?**

Un día del mes de marzo les dieron la orden de sacar un programa de radio que se llamo el Maga en radio, a como se pudo se creo el formato, se le envió a las autoridades el cual fue aprobado.

Se utilizaba una cámara de video para grabar audios y trabajar un poco de producción.

### **¿El horario es el ideal para el programa?**

Es el mejor que se pudo buscar, ya que es cuando el campesino se conduce o ya esta trabajando en las fincas o parcelas.

### **¿Quiénes realizaban el programa?**

En un inicio cada uno asistía una semana a la emisora cada uno de los 3 que tenían más experiencia en comunicación en el departamento de comunicación. Luego vario a un día cada uno, para más adelante contratar una persona que locuta y presenta.

### **¿Hubo producción para el programa?**

Hubo una producción radial grabada por el locutor Obed Figueroa en un estudio de la Rocolita que es la que esta sonando hasta la fecha.

### **¿La música?**

La música del Amanecer Campesino es programada por el operador y son melodías enfocadas al campo.

### **¿El medio de transmisión?**

Se busco a la radio gubernamental TGW, porque no había un presupuesto para trasmitirlo en otra radio de capital privado.

### **¿Cuál es la cobertura de TGW?**

Según consultas y preguntas realizadas a personeros en ese entonces TGW solo cubría la región central del país: (Ciudad capital, Sacatepéquez, y parte de Chimaltenango), en los demás departamentos que es donde nuestro grupo objetivo se encuentra, no se contaba con repetidoras o no estaban en funcionamiento.

### **¿Se contaba con presupuesto para el programa?**

Fue muy poco, creo que solo fue para la grabación de la única producción que se sigue utilizando.

## ¿Publicidad para su promoción?

No hay presupuesto para publicidad o promoción del mismo.

### 1.11.4 Cuadro comparativo de respuestas de entrevistas

| Entrevista 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Entrevista 2                                                                                                                                                                                                                            | Entrevista 3                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| El programa surge con el objeto de poder acercarse al campo.                                                                                                                                                                                                                                                                   | El Ministro de Agricultura, Elmer López tuvo la idea y solicitó que necesitaba más divulgación de los proyectos del Maga y se busco la forma de cómo hacerlo, porque no había presupuesto.                                              | Se dio la orden de sacar un programa de radio que se llamo el Maga en radio, a como se pudo se creo el formato, se le envió a las autoridades el cual fue aprobado.                                                                                        |
| El programa es en vivo de 1 hora de duración, con 3 cortes y el primer segmento es de noticias de que esta pasando en el agro (noticias agrícolas)<br>Luego vienen los 3 segmentos de la entrevista a micrófono abierto con el profesional, técnico o especialista donde se le pueden hacer las consultas respectivas al aire. | El formato es una entrevista de una hora que contiene 4 bloques, en el primer bloque la presentación del programa o del tema a tratar y un resumen noticiosos temas del Maga de 5 o 4 noticias locutadas en vivo, luego las entrevistas | En un inicio cada uno asistía una semana a la emisora cada uno de los 3 que tenían más experiencia en comunicación en el departamento de comunicación.<br>Luego cambio a un día cada uno, para más adelante contratar una persona que locuta y entrevista. |
| Es el ideal, ya que el campesino a esa hora sale a laborar al con su radio y creemos que es el vinculo donde tenemos un posicionamiento en cuanto a transmitir las técnicas del campo.                                                                                                                                         | El horario no lo considera tan idóneo, pero a la vez, es cuando la mayoría de campesinos ya esta trabajando la tierra en el campo.                                                                                                      | Es el mejor que se pudo buscar, ya que es cuando el campesino se conduce o ya esta trabajando en las fincas o parcelas.                                                                                                                                    |
| Con TGW se hizo un convenio institucional,                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Se consultó con el director de TGW, Juan                                                                                                                                                                                                | Se busco a la radio gubernamental TGW,                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>que no tiene costo, y no se lucra con el programa.<br/>Hay presupuesto del programa únicamente para el pago de salarios que están en planilla.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>José Ríos, debido a su experiencia en radio, sugirió que el programa fuera 2 veces por semana, siendo martes y jueves.</p>                                                                                        | <p>porque no había un presupuesto para transmitirlo en otra radio de capital privado.</p>                    |
| <p>La música fue cedida por la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura FAO, es un disco con música dirigida al campo, así que después del primer corte suena una melodía.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>La música programada es marimba, antes de iniciar, se pautaba con anuncios de Gobierno y TGW.</p>                                                                                                                 | <p>La música del Amanecer Campesino es programada por el operador y son melodías enfocadas al campo.</p>     |
| <p>Se quisiera darle una mayor posición al programa, en dos sentidos y hacer varias repeticiones del programa con radios comunitarias en el interior que se comunican en idiomas mayas, la otra es encontrar un espacio en una radios de mayor audiencia en la capital para realizar un programa pregrabado para su retrasmisión en otros horarios.<br/>Se tiene pensado hacer anuncios en periódicos o vallas, sin embargo ese presupuesto no se tiene.</p> | <p>Se propuso hacer publicidad de vallas, anuncios etcétera, pero por la poca cobertura no se hizo viable esa opción.<br/>Se utilizaban las redes sociales para anunciar un día antes el tema y el entrevistado.</p> | <p>No hay presupuesto para publicidad o promoción del mismo.</p>                                             |
| <p>La cartera tiene incidencia primaria con todos agricultores, se tiene un único brazo extensionista o técnico</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>La cobertura de TGW es solo en la región de la capital esto se supo por consultas que no hay cobertura en todo el</p>                                                                                             | <p>Según consultas y preguntas realizadas a personeros en ese entonces TGW solo cubría la región central</p> |





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: SERGIO OTTONIEL CASTRO SAN JOSÉ Carne: \_\_\_\_\_  
 INSTITUCIÓN O EMPRESA: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
Y FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DEL MAGA  
 Jefe o Encargado: LICENCIADO JUAN PABLO GUZMÁN

| Presentación         | Puntualidad                                                       | Conducta | Relaciones Interpersonales | Responsabilidad |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------|-----------------|
| 10                   | 9                                                                 | 10       | 9                          | 9               |
| Profesionalismo<br>9 | Cumplimiento con los reglamentos internos de su Institución<br>10 |          |                            |                 |

Lic. Juan Pablo Guzmán V.  
 Director de Comunicación Social  
 e Información Pública  
 MAGA

2/10



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sezgo Ottoniel Castro San José Carne: 9521352  
 Instiucion o Empresa: DEPARTAMENTO DE COMUNICACION SOCIAL DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Jefe o Encargado: DRYDON CARRAN

Semana del 5 de Mayo al 9

| DIA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                               | FIRMA DEL ENCARGADO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 8                | Revisión en práctica del Plan y Operación con una lluvia de ideas.   |                     |                      |       |
| Martes    | 8                | Búsqueda de programas posibles en Internet                           |                     |                      |       |
| Miércoles | 8                | Análisis de los diferentes programas posibles encontrados en la web. |                     |                      |       |
| Jueves    | 8                | Minuta y presentación de la minuta.                                  |                     |                      |       |
| Viernes   | 8                | Análisis de videos y presentaciones de Powerpoint.                   |                     |                      |       |

Total de Horas: 40 horas

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Francisco Ottoniel Castro Santos Carne: 9524352

Institución o Empresa: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN  
SOCIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, JEFE O ENCARGADO: LICENCIADO DORON GARCIA

Semana del 12 mayo de 2014 al 16 mayo

| DIA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                                                | FIRMA DEL ENCARGADO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 8                | ESCRITURA DE GUIONES CON VÍDEOS, IDEAS, PRESENTACIÓN DE GUIONES Y APOYOS OPERACIONALES DEL TRUPESTEÑO |                     |                      |       |
| Martes    | 8                | CONCEPCIÓN DE GUIONES PARA PRESENTACIÓN DE PRODUCCIÓN                                                 |                     |                      |       |
| Miércoles | 8                | ACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN DEL TRUPESTEÑO                                                                 |                     |                      |       |
| Jueves    | 8                |                                                                                                       |                     |                      |       |
| Viernes   | 8                |                                                                                                       |                     |                      |       |

Total de Horas: 40 HORAS

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Practica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sergio Ottoniel Castro San José Carne: 9521352  
 Dpto. de Asistencia a la Comunicación  
 Institución o Empresa: SOCIAL DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Jefe o Encargado: Beyron Garcia

Semana del 18 de Mayo al 23 de Mayo de 2014

| DIA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                          | FIRMA DEL ENCARGADO | SELLO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|----------------------|-------|
| Lunes     | 8                | - PRESENCIA EN LA<br>PRODUCCIÓN                                                 |                     |       |                      |       |
| Martes    | 3                | - BÚSQUEDA DE LOCUTORES<br>ADECUADOS PARA LA<br>PRODUCCIÓN                      |                     |       |                      |       |
| Miercoles | 3                | - BÚSQUEDA DE LOCUTORES<br>PROFESIONALES PARA<br>LAS EMISIONES DE<br>PRODUCCIÓN |                     |       |                      |       |
| Jueves    | 3                | - PRESENCIA EN LA<br>PRODUCCIÓN                                                 |                     |       |                      |       |
| Viernes   | 8                | - PRESENCIA EN LA<br>PRODUCCIÓN                                                 |                     |       |                      |       |

Total de Horas: 25 HORAS

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sergio Ottoniel Castro Santos Carne: 9521352  
 Departamento de Comunicación  
 Institución o Empresa: SOCIAL DEL TIEMPO TERZO DE AGRICULTURA JEFE O ENCARGADO: L. CENCICHO BAYRON GARCIA

Semana del 26 de MAYO al 30 de MAYO de 2014

| DIA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                                                               | FIRMA DEL ENCARGADO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 3                | - ANÁLISIS Y CAMBIOS DE PRODUCCIÓN (RADIAL)<br>- CAMBIO DE PRODUCCIÓN POR SPOTS PARA EL PROGRAMA "MANTENER EMPESINO" |                     |                      |       |
| Martes    | 3                |                                                                                                                      |                     |                      |       |
| Miércoles | 8                | 16:00 DE IDEAS PARA INICIO DE ESTRATEGIA DEL PROGRAMA "MANTENER EMPESINO"                                            |                     |                      |       |
| Jueves    | 3                | - VISITA A 16 W POR SUVESTRARIO DE PROGRAMAS RADIAL Y CONOCIMIENTOS DEL PROCESO DE TRANSICIÓN Y PERSONAL DE TRABAJO. |                     |                      |       |
| Viernes   | 3                |                                                                                                                      |                     |                      |       |

Total de Horas: 20

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sergio Ottoniel Castro San José Carne: 9521352  
 Institución o Empresa: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERÍA Y PESQUERÍA

Semana del 2 JUNIO de JUNIO al 6 DE JUNIO de 2014

| DÍA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                     | FIRMA DEL ENCARGADO | SUBDIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 8                | TRABAJO DE IDEAS PARA LA PRODUCCIÓN DE SPOTS PUBLICITARIOS |                     | Subdirección de Comunicación Social |                      |       |
| Martes    | 8                | TRABAJO DE IDEAS PARA LA PRODUCCIÓN DE SPOTS PUBLICITARIOS |                     | Subdirección de Comunicación Social |                      |       |
| Miércoles | 3                | BÚSQUEDA DE ESTUDIOS Y COPIES DE PRECIOS PARA EL SPOT      |                     | Subdirección de Comunicación Social |                      |       |
| Jueves    | 3                | BÚSQUEDA DE ESTUDIOS Y COPIES DE PRECIOS PARA EL SPOT      |                     | Subdirección de Comunicación Social |                      |       |
| Viernes   | 3                | BÚSQUEDA DE ESTUDIOS Y COPIES DE PRECIOS PARA EL SPOT      |                     | Subdirección de Comunicación Social |                      |       |

Total de Horas: 25 HORAS

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sergio Otto José del Castillo 9521352 Carne:  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
 Instiución o Empresa: DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Jefe o Encargado: LICENCIADO BAYRON GARCIA

Semana del 9 de JUNIO al 13 de JUNIO

| DÍA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                    | FIRMA DEL ENCARGADO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 4                | REVISIÓN Y PRESENTACIÓN DE 4 SPOT PUBLICITARIOS DEL MESA. |                     |                      |       |
| Martes    | 3                | REDUCCIÓN DE GUIONES DE SPOTS PARA CAMBIOS SUBSIDIOS      |                     |                      |       |
| Miércoles | 2                | ELABORACIÓN DE GUIDES DE SPOT DISLÓCADO                   |                     |                      |       |
| Jueves    | 2                | ELABORACIÓN DE GUIDES DE SPOTS SOLICITADOS                |                     |                      |       |
| Viernes   | 8                | VERIFICACIÓN DE LOCUCIONES                                |                     |                      |       |

Total de Horas: 18

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sergio Ottoniel Castro San José Carne: 9521352  
 DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
 Institución o Empresa: DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, JEFE O ENCARGADO: LEONARDO BAYON GARCÍA  
 Semana del 16 de JUNIO al 20 DE JUNIO de 2014

| DÍA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                        | FIRMA DEL ENCARGADO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 8                | SPOTS PARA REVISIÓN DE ESTUDIO CON CAMBIOS                                    |                     |                      |       |
| Martes    | 8                | VERIFICACIÓN DE CAMBIOS EN GUIÓN Y SPOT                                       |                     |                      |       |
| Miércoles | 8                | PRESENTACIÓN DE SPOTS APROBADOS PARA EL DIFUSIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL MIXTA |                     |                      |       |
| Jueves    | 3                | ENVÍO DE CAMBIOS                                                              |                     |                      |       |
| Viernes   | 6                | RECIBIMIENTO DE CD PARA GRABAR                                                |                     |                      |       |

Total de Horas: 33 HORAS

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Diego Otoniel Castro San José Carne: 9521352  
 DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
 Institución o Empresa: DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y FERIA Jefe o Encargado: LICENCIADO BAYRON GARCÍA

Semana del 23 de JUNIO al 27 de JUNIO de 2014

| DÍA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                 | FIRMA DEL ENCARGADO | SELLO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|----------------------|-------|
| Lunes     | 8                | RAMS DO DE SPOTS COM<br>CAMBIOS EN EL ESTUDIO GUSTAVO                  |                     |       |                      |       |
| Martes    | 6                | REVISIÓN DE CD PARA SPOTS PUBLICITARIOS                                |                     |       |                      |       |
| Miércoles | 6                | COLOCACIÓN DE PORTES DE CD CON AUDIO DE SPOTS                          |                     |       |                      |       |
| Jueves    | 8                | ESTRATEGIA GAC PODEC TRANSFERIDA A GUSTAVO, EL PROGRESO                |                     |       |                      |       |
| Viernes   | 8                | PRESENTACIÓN DE SPOTS PUBLICITARIOS EN REUNIÓN DE TRABAJO Y DIRECTORES |                     |       |                      |       |

Total de Horas: 36 HORAS

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Sergio Ottoniel Castro San José Carne: 9524352

Institución o Empresa: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Jefe o Encargado: Dayron Gracia

Semana del 1 de Julio al viernes 4 de Julio

| DIA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                              | FIRMA DEL ENCARGADO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|-------|
| Lunes     | 7                | RECIBIMIENTO DE MATERIAL FISICO DE LOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES PRESENTADOS       |                     |                      |       |
| Martes    | 7                | ORGANIZACIÓN DE MATERIAL COMUNICACIONAL                                             |                     |                      |       |
| Miercoles | 8                | AGENCIA REALIZACIÓN DE UN ARCHIVO DE FOTOS GRAFICAS DE LA ACTIVIDAD DE PRESENTACIÓN |                     |                      |       |
| Jueves    | 6                | BASES ARCHIVOS DE VIDEO DE LA ACTIVIDAD                                             |                     |                      |       |
| Viernes   | 6                |                                                                                     |                     |                      |       |

Total de Horas: 34 horas

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014  
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Denlio Ottonel Castro Du José Carne: 9521352  
 Institución o Empresa: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN  
MINISTERIO DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESQUERÍA  
 Jefe o Encargado: BAYRON GARCIA  
 Semana del 7 de Julio al 14 de Julio de 2014

| DIA       | HORAS TRABAJADAS | ACTIVIDAD DESARROLLADA                                                                                              | FIRMA DEL ENCARGADO | SELLO | FIRMA DEL SUPERVISOR | SELLO |
|-----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|----------------------|-------|
| Lunes     | 7                | Compilación de los mejores<br>IMÁGENES Y PÁRRAFOS DE<br>ACTIVIDAD DE PRESIDENTES<br>DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES |                     |       |                      |       |
| Martes    | 8                |                                                                                                                     |                     |       |                      |       |
| Miércoles | 8                | Impresión de de portadas<br>para inclusión en informe<br>final de título III                                        |                     |       |                      |       |
| Jueves    | 7                | Realización de borradores<br>de material de jurado                                                                  |                     |       |                      |       |
| Viernes   | 4                | Preparación y guardado<br>de archivos para presentación<br>en el día 11 de agosto                                   |                     |       |                      |       |

Total de Horas: 34 HORAS

Firma del Supervisor: \_\_\_\_\_  
 Rep. de Guatemala

# Capitulo II

|                                                                                                                                                         |              |                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>del Maga (hay 3 técnicos por municipio) que asesora a las parcelas o fincas pequeñas y este técnico tiene el contacto directo con el agricultor.</p> | <p>país.</p> | <p>del país: (Ciudad capital, Sacatepéquez, y parte de Chimaltenango), en los demás departamentos que es donde nuestro grupo objetivo se encuentra, no se contaba con repetidoras o no estaban en funcionamiento.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 1.11.5 Interpretación del cuadro de preguntas, que se le realizaron a los entrevistados.

En el cuadro resaltan dos espacios donde la pregunta arrojó la siguiente información, que se enfoca prioritariamente en la realización de convenios con radios comunitarias para la retransmisión del programa y la búsqueda de una radio comercial en la ciudad capital; así mismo la utilización de vallas publicitarias; coincidentemente dos entrevistados dijeron que el canal utilizado, la emisora TGW no tiene la suficiente cobertura en toda la República y eso representa una barrera comunicacional para el programa *Amanecer Campesino*.

## Capítulo II

### 2. Antecedentes y justificación

Como único punto de partida, el programa radial Amanecer Campesino (AC) del ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), es el lazo que existe como material de apoyo entre técnicos o extensionistas de la cartera agrícola con los agricultores de escasos recursos en Guatemala, el Gobierno de Guatemala por medio del Departamento de Comunicación Social del MAGA impulsa las políticas, proyectos, programas, tecnologías para horticultores familiares y líderes de los Centros de Aprendizaje Para el Desarrollo Rural (Cader), ganaderos, apicultores que funcionan como un centro de estudios o consultas técnicas como medio para replicar las tecnologías y enseñanzas campestres que contribuyan ha el empoderamiento de las familias en el campo.

La transmisión del programa desarrolla temas de interés los 5 días de la semana laboral en el cual enfoca toda su posibilidad en que el mensaje llegue claro,

conciso y de forma agradable utilizando todas las herramientas a disposición del departamento.

Para poder potenciar una mejor cobertura comunicacional es indispensable la implementación de una estrategia de medios, que apoye una mayor difusión, esta herramienta se fundamenta en la utilización de la información proporcionada por la autoridades y por medio de entrevistas, recopilación de datos, que se recolectaron durante el diagnostico en su etapa inicial.

Este capítulo presenta el proceso de consumación de las prontitudes que el programa radial necesite, en cuanto al fortalecimiento de una vía comunicativa que logre los objetivos en forma rápida y eficaz de llegar a los agricultores del país o entidades que colaboren con el ministerio para realizar una mejor cobertura y viabilizar la forma de que más personas se enteren y se instruyan de la emisión radiofónica.

La cartera de Agricultura, Ganadería y Alimentación mediante el Departamento de Comunicación Social del MAGA obtendrán la información de este proyecto, así como su aplicación si lo considere puntal o quiera reforzar la producción en los diferentes puntos del proceso radial de la estrategia.



## 2.1 Radiografía de la Institución

### 2.1.1 Análisis de medios

Se le solicitó a la radio TGW sus niveles de audiencia pero se indicó que no existen datos de niveles de audiencia, porque es una radio del Estado y no tienen contemplado un rubro para realizar esos estudios para medir sus niveles de audiencia.

La siguiente encuesta es realizada por una empresa privada dedicada a medir los niveles de audiencia en el país, que realiza las mediciones por medio de llamadas telefónicas y actividades convocadas por las emisoras.

Esta encuesta fue realizada en diciembre de 2013, por la empresa Multivex de Guatemala cita datos de TGW que aparece en la posición 34 con otras radios nacionales con el 1.2 por ciento de escuchas a nivel nacional.

Mismo tiempo en que el programa AC entra en los parámetros de esta medición que se realiza cada 3 meses.

La otra emisora verificada en la encuesta es la radio de Emisoras Unidas 89.7 en su plataforma informativa esta en la posición 21 del la encuesta de Multivex.

### 2.1.2 Encuesta de medios Multivex

|    | <b>MULTIVEX - diciembre 2013</b>   |                |
|----|------------------------------------|----------------|
|    | <b>radios</b>                      | <b>RAITING</b> |
| 1  | Xtrema / Reacción / 101.3          | 13.3%          |
| 2  | 94 FM / La Marca Reguetón / 94.1   | 10.7%          |
| 3  | Éxitos/A Toda Máquina / 90.9       | 10.0%          |
| 4  | La Grande / 99.3 / Pun Pun / 93.4  | 8.3%           |
| 5  | FM Joya / 93.3                     | 7.5%           |
| 6  | Disney / 92.9                      | 7.1%           |
| 7  | Sonora / Furia Azul / 96.9         | 6.9%           |
| 8  | Ranchera                           | 6.3%           |
| 9  | Mega / 107.7                       | 6.3%           |
| 10 | Alfa                               | 5.8%           |
| 11 | Galaxia/La Picoso/88.5             | 4.9%           |
| 12 | FM Globo                           | 4.7%           |
| 13 | Radio Mía / 93.7                   | 4.5%           |
| 14 | Radio Viva / 95.3                  | 4.0%           |
| 15 | Rhema Stereo / 91.7                | 3.9%           |
| 16 | Fiesta                             | 3.8%           |
| 17 | Cultural TGN / 100.5               | 3.6%           |
| 18 | Tropicalida                        | 3.3%           |
| 19 | La Sabrosona / 94.5                | 3.1%           |
| 20 | Los 40 Principales / 92.5          | 2.9%           |
| 21 | Emisoras Unidas/Pat.Informat. 89.7 | 2.3%           |

|    |                                        |      |
|----|----------------------------------------|------|
| 22 | Clásica / 106.5                        | 2.3% |
| 23 | Ke Buena / 91.3                        | 1.8% |
| 24 | Atmosfera / 96.5                       | 1.7% |
| 25 | La Caliente / 102.9                    | 1.6% |
| 26 | Yo Si Sideral                          | 1.6% |
| 27 | Fabustereo / 88.1                      | 1.6% |
| 28 | FM 95 / 94.9 FM / 94.9                 | 1.4% |
| 29 | Exa FM / 101.7                         | 1.3% |
| 30 | La Fabulosa 10 / 88.9                  | 1.3% |
| 31 | Estrella / 1390 / 89.3                 | 1.3% |
| 32 | La Red/RCN/Corporación Deportiva 106.1 | 1.3% |
| 33 | FM Fama / 102.5                        | 1.2% |
| 34 | Otras Emisoras Nacionales              | 1.2% |
| 35 | Plus / 102.1                           | 1.0% |
| 36 | Circuito San Juan                      | 1.0% |
| 37 | Nuevo Mundo / El Independ / 96.1       | 0.9% |
| 38 | Mundial/Comando Informativo            | 0.8% |
| 39 | Radio María /1600 AM/103.3             | 0.7% |
| 40 | Stereo Visión /1420 / 104.1            | 0.6% |

### 2.1.3 Repetidoras en toda la República

La emisora estatal TGW tiene repetidoras en funcionamiento en 5 departamentos de la República.

Radio Nacional de San Marcos TGSM

Radio Nacional de Totonicapán TGTU

Radio Nacional de Quetzaltenango TGQ

Radio Nacional Tikal TGFP

## 2.2 Objetivos

### 2.2.1 General

Aplicar estrategias que puedan potenciar el programa radial Amanecer Campesino del Ministerio de Agricultura; Ganadería y Alimentación, para tener una mayor cobertura de los programas, proyectos y políticas del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación a nivel nacional para beneficio de la población rural agrícola.



## **2.2.2 Específicos**

Resaltar que se tenga conocimiento de la existencia del programa radial AC en el interior del país.

Aplicar espacios comunicacionales para promover publicitariamente el programa radial AC.

## **2.3 Público Objetivo**

Guatemala tiene una extensión territorial de 108 mil 890 kilómetros cuadrados, de los cuales el 98.4 por ciento es tierra y el 1.6 por ciento restante es agua. El 39.4 por ciento de la tierra tiene vocación agrícola y el 34.1 por ciento, forestal. Cuenta con 22 departamentos y 338 municipios. Tiene fronteras con México, Belice, Honduras y el Salvador, y costas en el océano Pacífico y en el mar Caribe. Además del español se hablan 23 idiomas mayas.

### **2.3.1 Estadísticas Demográficas**

Guatemala es el país más poblado de Centro América, En el 2011 alcanzo los 14 millones de habitantes, con una densidad poblacional de 135 habitantes por kilómetro cuadrado. Está distribución es comprensible si se tiene en cuenta que Guatemala tiene el mayor crecimiento poblacional de C.A, con una tasa de 2.4 por ciento. De ahí que la edad por medio de los guatemaltecos sea de apenas 20 años, de nuevo la más baja de toda C.A. Las proyecciones indican que Guatemala tendría 16.2 millones en el 2015, 20.0 millones en 2025 y 25.2 millones en el 2040. La distribución de la población por área de residencia muestra que el 42.8 por ciento habita en el área rural, mientras que el 57.2 por ciento lo hace en áreas urbanas. Guatemala es el país de Centroamérica con el mayor porcentaje de población indígena; se estima que la distribución es la siguiente según etnia: 59.4 por ciento ladinos, 40.3 por ciento mayas, 0.2 por ciento Garífunas y Xincas y el 0.1 por ciento otros. La relación de dependencia es la más elevada del Istmo y alcanza el 85 por ciento, pero por no contar con un porcentaje elevado de personas mayores de 65 años, que solo llegan al 4.4 por ciento, si no que la fuerte presencia de niños y adolescentes menores de 14 años, 41.5 por ciento. La migración es alta y alcanza el -2.1 por ciento por mil habitantes.

### **2.3.2 Contexto social**

### **2.3.3 Estadísticas de pobreza y desigualdad**

El país enfrenta altos índices de pobreza y una acentuada desigualdad en el ingreso. La pobreza aflige a más de la mitad de la población y llega al 54.8 por ciento, mientras que la pobreza extrema casi alcanza un tercio de la población, al ser del 29.1 por ciento. Al igual que con déficit de vivienda, el fenómeno de la pobreza se acentúa mucho más en las áreas rurales y particularmente en el altiplano del país; el porcentaje de población indígena es mayor,

### **2.3.4 Estadísticas laborales**

La tasa de participación en la actividad económica es del 62.9 por ciento, alcanzando un 82.5 por ciento para los hombres, pero solo el 45.2 por ciento para las mujeres. El 30.6 por ciento de la fuerza laboral se ocupa todavía en la agricultura, el 23.8 por ciento a la industria, el 45.6 por ciento a los servicios. El porcentaje que labora en el sector público es bajo y se estima en solo cerca del 5.2 por ciento. El 1,3 millones personas que se dedican a la agricultura. \*\*\*\*\* Cifras citadas del Instituto nacional de Estadística INE

## **2.4 Mensaje**

El mensaje viene de las políticas que ha implementado el Gobierno de Guatemala en estos cuatro años, en que se creó la Dirección de Coordinación Regional y Extensión Rural (DICODER) que contrató a extensionistas, que son los brazos que llevan los conocimientos de nuevas innovaciones, tecnologías, programas y proyectos agrícolas del MAGA, que se extienden a los a los 338 municipios del país y es la fuerza que está llevando el conocimiento al área rural.

En conferencias de prensa, actividades estatales como entrega de fincas, y actos públicos gubernamentales que realiza el MAGA con el Presidente de la República Otto Pérez Molina y el Ministro de Agricultura, Elmer López o las autoridades del Ministerio, citan aduciendo el programa Nacional de Extensionismo, que deriva en los Centros de Aprendizaje para el Desarrollo Rural que tiene todo el país en los 22 departamentos. Las frases relacionadas a estos dos programas del Ministerio se basan en las siguientes frases:

“El Gobierno regreso al campo”; “El Maga regreso al campo”; “El CADER o los CADERES”; “Los extensionistas”.

## 2.4.1 Estrategias

## 2.4.2 Radiales

Elaborar una producción radial del programa radial AC para actualizarla la ya existente para innovar y no aburrir al público con las mismas viñetas, jingles o idas a corte, presentaciones y despedidas.

### Ejemplo de un guión radiofónico de AC

**EPS de Licenciatura 2014 USAC/ Sergio San José**

**Programa de radio: *Amanecer Campesino***

**Tipo: Educativo**

**Objetivo: Orientar e informar programas y proyectos del Ministerio de Agricultura (MAGA)**

**Duración: 1 hora**

**Locutor: Gregorio Chávez**

**Operador de cabina: Juan Luis De León**

**Secciones: Noticias del MAGA**

**Entrevista a expertos de temas agrícolas**

**Cortes musicales**

### **Producción radial *Amanecer Campesino* del MAGA**

Presentación de programa radial *Amanecer Campesino* del MAGA:

**Se han bienvenidos a *Amanecer Campesino* un programa del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, realizado para beneficio de agricultores, técnicos de campo y extensionistas, que les ayudará a impulsar la producción agropecuaria y que contribuye con el desarrollo rural de nuestro país. (Música de fondo y efectos)**

Presentación de segmento de entrevistas:

**Conoce a fondo las ideas, tecnologías, proyectos, programas del Ministerio de Agricultura, en *Amanecer Campesino* les presentamos la entrevista de hoy, un diálogo con invitados expertos en temas agropecuarios. (Música de fondo y efectos)**

Ida a corte:

**Vamos a un corte en su programa radial del MAGA, *Amanecer Campesino*.**

Regreso de corte:

**Regresamos a su programa *Amanecer Campesino* del Ministerio de Agricultura.**

Cortina para las noticias:

Los programas, proyectos, recorridos, convenios y capacitaciones, que genera el Ministerio de Agricultura, aquí en *Amanecer Campesino* con las noticias.

Cortina de regreso de segmento de noticias:

**Está fue la información que genera el Ministerio de Agricultura para contribuir a un desarrollo rural del país. (Música de fondo y efectos)**

Cortina teléfono en cabina:

**Si tiene alguna duda del tema tratado por nuestro entrevistado marque el número telefónico de cabina. (Sonido de señal de trasmisión) (Música de fondo y efectos)**

**Recuerde nuestros números en cabina para resolver u orientar cualquier duda. (Sonido de teléfono) (Efectos)**

Sello para las canciones: **Esta escuchando *Amanecer Campesino*.  
(Efectos especiales sonido de bosque o campo)**

***Amanecer Campesino* (efectos especiales sonido de gallo)**

Despedida del programa:

**Esto fue, *Amanecer Campesino*, un programa radial del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación transmitido de lunes a viernes de 5:00 a 6:00 de la mañana por TGW 107.3 sintonícenos mañana. (Música de fondo y efectos)**

### **2.4.3 Spots radiales del Ministerio de Agricultura MAGA**

#### **2.4.4 Spots radiales**

La necesidad de una migración del programa *Amanecer Campesino* para una nueva estación radial, lleva consigo una serie de procesos administrativos y legales en una entidad de Gobierno, para poder

#### **2.4.5 Parrilla de spots radiales MAGA**

**Departamento de Comunicación Social del Maga**

**Sergio San José**

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**11/6/2014**

**Spot MAGA 1, versión: Extensión Rural**

**Voz masculina (amigable)**

Con extensionistas ubicados en todo el país, el MAGA regresó al campo y está fortaleciendo la producción agropecuaria de más campesinos.

El cambio es una realidad, con capacitación, asistencia técnica y dotación de insumos, seguiremos transformando el área rural.

**Voz institucional gubernamental**

Ministerio de Agricultura

Por el país que queremos

Gobierno de Guatemala.

**Música instrumental del campo**

---

---

**Spot MAGA 2, versión: CADER diálogo****Voz masculina (campesina)**

¿Qué tal doña Sonia?

Como ha crecido el huerto de su patio... y sus animalitos, ya no se salen a la calle, ¡hasta sus patojos miro que están más chispudos!

¿Qué está haciendo?

**Voz femenina (campesina)**

¡Ja! ¡Viera don Chepe!, gracias a la ayuda del MAGA, todos en la comunidad hemos aprendido a utilizar bien los recursos que tenemos y así mejoramos la comida de los patojos... ¡Anímese!, participe en los CADER, hay más de uno en su comunidad. Pregúntale a los extensionistas del MAGA.

**Voz institucional gubernamental**

Ministerio de Agricultura

Por el país que queremos

Gobierno de Guatemala.

**Música instrumental del campo**

---

---

**Spot MAGA 3, versión: Consejos Agrícolas**

## **Voz masculina (amigable)**

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación recomienda:

- aprovecha cualquier espacio en tu casa para sembrar,
- produce y consume hierbas nativas como bledo o malanga,
- construye espacios adecuados para tus animales de patio,
- si produces maíz y frijol debes secarlo muy bien antes de almacenarlo.

Estas acciones fortalecerán la economía familiar y contribuyen al desarrollo rural integral.

## **Voz institucional gubernamental**

Ministerio de Agricultura  
Por el país que queremos  
Gobierno de Guatemala.

## **Música instrumental del campo**

---



Dirección de Comunicación  
Social e Información Pública

Guatemala, 24 de junio de 2014

## **Spots de radio institucionales**

- Versión Extensionistas
- Versión CADER
- Versión Consejos Agrícolas

#### **2.4.6 Alianzas y colaboraciones**

En el programa llamado TV Agro transmitido por Canal Antigua y Azteca Guatemala, en el que tratan temas agrícolas se busca encontrar incorporar un cintillo para divulgar los horarios del Programa radial AC.

#### **2.4.7 Alianzas y colaboraciones II**

Buscar alianzas con radios comunitarias que se encuentren en la capital o en el interior de la República para retransmitir el programa sin costo alguno.

#### **2.4.8 Redes sociales**

Publicar en Facebook y Tuitter un día antes los temas a conversar y tratar en un día posterior al programa radial AC.

#### **2.4.9 Vallas**

Diseñar los artes y buscar espacios para vallas publicitarias con horarios y temáticos del programa radial AC en carreteras del país.

#### **2.4.10 Volantes**

La entrega de volantes en los puntos de reunión comunal o municipal para dar a conocer el programa.

#### **2.4.11 Horarios**

No utilizar otro horario habitual al programa radial AC, en su formato en vivo, y en diferido utilizar los horarios que se le brinden.

### **2.5 Planes de comunicación**

El análisis acerca del programa radial AC se realizó por medio de resultados permitieron realizar un diagnóstico comunicacional a las emisiones radiales del programa.

Se encontró que el interés sobre los temas si tiene incidencia en una búsqueda de una emisora radial, sí su horario y tiempo de duración es el indicado y primordialmente si la radio estatal es el medio que da la mayor cobertura rural. Se les consultó para efectos del diagnóstico ¿qué otros medios publicitarios podrían utilizarse y como creía que se puede incrementar la audiencia del programa?

En el análisis una pregunta la cual iba encaminada a generar una respuesta implícita para que reafirmaran la necesidad de búsqueda de mecanismos necesarios para aumentar su rating para que llegue en forma adecuada y clara al grupo objetivo (GO).

Mostrando lo siguiente:

En un alto porcentaje de los encuestados (el 70 por ciento) ha escuchado el programa ya instituido como el que trata el tema agrícola en el país con expertos certificados y calificados en su rama. El (30 por ciento) no lo ha escuchado por razones geográficas en el interior del país, o porque no se ha enterado de su existencia, se detectó que hay un interés sobre los temas del campo; ya que en el país es alto el porcentaje de personas que sobreviven de la agricultura o de la crianza de animales de granja para el comercio o para crear su autoconsumo de alimentos. La base de la economía guatemalteca es la producción agrícola, los rasgos estructurales de la agricultura se remontan a los primeros mayas, quienes cultivan principalmente el maíz (que en la actualidad se produce para consumo interno)\*

Los agricultores o campesinos es un público que refiere atención, porque en el país son el 60.6 por ciento y un 39.4 por ciento en el área urbana.\*\*

Para poderle impactar se requiere de una trasmisión de mensajes publicitarios puntuales, claros, agradable y amenos, debido a su estilo de vida y escolaridad básica o mínima.

### **2.5.1 Producción Radial**

Debido al tiempo que lleva al aire en transmisiones el programa radial AC, se sugiere la creación de una nueva producción radial que de frescura, dinamismo, eficacia y que incluya implícito el mensaje “El Gobierno regreso al campo” o “El Maga regreso al campo” propuesto por el Gobierno de Guatemala y el MAGA ya que desde su inicio nunca se ha actualizado.

### **2.5.2 Cooperación**

### **2.5.3 Alianzas**

La emisora estatal TGW sufre deficiencias en cuanto a cobertura, porque únicamente posee 5 repetidoras ubicadas en Guatemala, San Marcos, Totonicapán, Quetzaltenango y Petén, de 22 departamentos; no teniendo cobertura en 17 como: Izabal, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Santa Rosa, Escuintla, Sololá, Huehuetenango, Quiché, El Progreso, Chiquimula, Zacapa, Jutiapa, Jalapa, Sacatepéquez, Chimaltenango, Suchitepéquez, Retalhuleu.



En el análisis que se realizó del medio masivo que debería dar cobertura al programa radial AC, se verificó que no es el adecuado para que llegue al 100 por ciento de la población agrícola entiéndase GO; pero es el único canal o medio real y eficiente para la transmisión del programa, ya que por la falta de presupuesto asignado y por ser un conducto gubernamental no implica ningún costo al MAGA.

Entre las alianzas propuestas a corto plazo se encuentra la opción para transmitir el programa radial AC en el grupo radial Emisoras Unidas (EU) en el programa Compadrito Madrugador que tiene un horario de 4:00 a 5:00 am de lunes a viernes.

#### **2.5.4 Redes Sociales**

Utilización de medios comunicacionales de publicidad exterior se convierte en un canal adecuado y eficaz porque fusionan la información tradicional necesaria para desarrollar propuestas aplicables a nuestro GO, en lugares donde se trasmite o replica el programa radial AC.

La necesidad de los seres humanos de comunicarnos en nuestros grupos sociales, familiares, laborales, sentimentales, deportivos etcétera, nos brinda una herramienta secundaria para la divulgación del programa radial AC, utilizando redes genéricas como Facebook y Tuitter, que es un servicio de Internet que en la ciudad capital y cabeceras departamentales tiene un uso valioso noticioso que puede ser aplicable para temas y entrevistados anticipados que serán tratados en el programa.

#### **2.5.5 Volanteo**

Una opción divulgativa y publicitaria se basaría en sus puntos de reunión cantonal para distribuir material publicitario o informativo del programa radial AC en los departamentos con que se cuenta con cobertura.

La importancia de la agricultura en los países en vías de desarrollo es fundamental para la subsistencia de las personas y el porcentaje de gente que labora en el campo es la mayoría de la población.

Su nivel económico es medio bajo con un 51 por ciento que se encuentra por debajo del umbral de la pobreza y un 15 por ciento en pobreza extrema.

El sector más grande en la economía guatemalteca es el tradicionalmente la agricultura, siendo Guatemala el mayor exportador mundial de cardamomo, el quinto exportador de azúcar y el séptimo productor de café.\*\*\*

Entre la importancia de temas que se tratan en el programa están las producciones agrícolas, pecuarias, hidrobiológicas, forestales así como aquellas que mejoren las condiciones alimenticias de la población, la sanidad agropecuaria y el desarrollo productivo nacional.

Pero la iniciativa principal del Gobierno de Guatemala en la administración 2012-2016 es volver al campo a los pequeños agricultores y ayudarlos con programas y proyectos que los ayuden a mejorar sus medios de producción para mejorar el nivel de vida en el campo.

### **2.5.6 Vallas publicitarias**

Una de las iniciativas que se propone son las vallas publicitando el horario, nombre del programa radial AC, para llegar a más personas que tengan injerencia en el tema agrícola ya que en un alto porcentaje se encuentran en el interior de la República y para poder llegar a las fuentes laborales agrícolas, las personas deben trasladarse por los caminos, carreteras o cabeceras departamentales por insumos y regresar a sus lugares de trabajo.

### **2.5.7 Horarios**

El programa Amanecer Campesino dura 1 hora en tiempo real y le da a su contenido una continuidad o narración lineal: que es la forma más habitual de construir los mensajes radiofónicos. Aparece cuando los hechos, situaciones o procesos se exponen siguiendo un orden cronológico, es decir, en función de cómo se han ido sucediendo temporalmente en una realidad. Una narración lineal no implica que nos veamos abocados a contar absolutamente todo, sino que ya es suficiente con extraer los aspectos que más nos interesen\*\*\*\*

El pequeño agricultor que labora en el campo o en una parcela, terreno, finca y requiere jornadas que inician a primeras horas de la mañana, por eso el horario en el que se trasmite el programa radial AC es idóneo para que se escuche de lunes a viernes entre las 5:00 y 6:00 am.

El sistema de producción agrícola en Guatemala se da en cualquier época del año por nuestra diversidad ecosistemas, así como dedicarse el oficio de la ganadería o a cualquier otro modo de industria rural.

### **2.5.8 Spots publicitarios**

La necesidad de una mayor cobertura nacional para el MAGA hace buscar nuevos medios de comunicación para ampliar y potenciar el nivel de audiencia del programa AC, esto implicará una migración del programa *Amanecer Campesino* para una nueva estación radial.

Este proceso se está llevando a cabo en un proceso arduo y administrativo que lleva consigo una serie de pasos administrativos y legales que son necesarios en una entidad del Gobierno, esto genera la posibilidad de la renovación del espacio y el programa además se implementará la utilización de spots radiales que

promuevan los programas del MAGA en esta nueva estación de radio. Y serán entregados a los 22 delegados departamentales del MAGA para que sean distribuidos en los 4 puntos cardinales de nuestro territorio.

## 2.6 Calendario

### 2.6.1 Cuadro

|                           |                                                                                                              |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mayo<br/>5 al 9</b>    | <b>Creación de ideas y conceptos de la nueva producción radial del programa AC del MAGA</b>                  |
| <b>Mayo<br/>19 al 23</b>  | <b>Validación de conceptos de la nueva producción radial del programa AC del MAGA y cambio de estrategia</b> |
| <b>Mayo<br/>26 al 30</b>  | <b>Estrategia aprobada</b>                                                                                   |
| <b>Junio<br/>2 al 6</b>   | <b>Presentación de guiones de spots radiales</b>                                                             |
| <b>Junio<br/>9 al 13</b>  | <b>Aprobación de spots</b>                                                                                   |
| <b>Junio<br/>16 al 20</b> | <b>Grabación de spots y presentación a Director del departamento de comunicación</b>                         |
| <b>Junio<br/>27</b>       | <b>Presentación de la estrategia comunicacional en Guastatoya, el Progreso</b>                               |

## 2.7 Presupuesto

El presupuesto del programa radial AC del MAGA se basa en plazas presupuestarias 029 y 189 que tiene el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación destinadas al Departamento de Comunicación Social del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación y se divide en un operador técnico que es Juan Luis de León que devenga la cantidad de Q2 mil y un locutor Gregorio Chávez que devenga la cantidad de Q3 mil y un productor del departamento de Comunicación Social Emilio Barillas que organiza el programa Q8 mil entre otras cosas que se realizan en el Departamento de Comunicación del MAGA.

En el presupuesto a solicitar incluimos el gasto de pago facturado de un locutor y locutora para grabar, spots, viñetas o idas a corte, presentaciones y despedidas del programa y sus diferentes segmentos.

Está nos da un total de Q 13 mil, en cuestión de salarios en un mes.



### 2.7.1 Cuadro presupuesto

|                                   |                                |           |                            |                         |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------|----------------------------|-------------------------|
| <b>Operador técnico de Q2 mil</b> | <b>Locutor profesional mil</b> | <b>Q3</b> | <b>Productor de Q8 mil</b> | <b>Total de Q13 mil</b> |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------|----------------------------|-------------------------|

### 2.7.2 Control y seguimiento

Para la verificación de las etapas que se planificaron se dará un seguimiento evaluativo mediante las encuestas de opinión que realiza la empresa Multivex S.A. que realiza cada 3 meses en toda la República y que las distintas empresas radiales adquieren mediante su compra. Esta encuesta será brindada por personeros de la corporación radial Central de Radio S.A.

La última encuesta de opinión se publicó en el mes de diciembre del año 2013, estando la radio TGW en una categoría donde incluye a otras emisoras radiales

que tienen un formato similar en Guatemala y que incluye su porcentaje de la media de oyentes a nivel general.

### 2.7.3 Cuadro

|                       |           |                                                    |                       |
|-----------------------|-----------|----------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Diciembre 2013</b> | <b>21</b> | <b>Emisoras Unidas/Plataforma Informativa 89.7</b> | <b>2.3 por ciento</b> |
|-----------------------|-----------|----------------------------------------------------|-----------------------|

|                       |           |                                  |                       |
|-----------------------|-----------|----------------------------------|-----------------------|
| <b>Diciembre 2013</b> | <b>34</b> | <b>Otras Emisoras Nacionales</b> | <b>1.2 por ciento</b> |
|-----------------------|-----------|----------------------------------|-----------------------|

### Google url shortener

Paste your long URL here:

<http://web.maga.gob.gt/programaradial/>



<http://goo.gl/1BW1em>

All goo.gl URLs and click analytics are public and can be accessed by anyone.

14 minute ago · details  
<http://web.maga.gob.gt/programaradial/>

Clicks for the past: two hours | day | week | month | **all time**

| LONG URL                                                                             | CREATED       | SHORT URL                                        | CLICKS       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------|--------------|
| <a href="http://web.maga.gob.gt/programaradial/">web.maga.gob.gt/programaradial/</a> | 14 minute ago | <a href="http://goo.gl/1BW1em">goo.gl/1BW1em</a> | Details 0 >> |

**Hide** Hidden URLs remain public, but are removed from your history.

1 - 1 of 1 < >



## 2.7.4 Sitio web

Se monitoreara por medio del Web master el incremento de visitas a la página que busquen el ícono del MAGA en radio para escuchar los audios de los programas que se cuelgan en el determinado sitio del Ministerio.

**Gobierno de Guatemala**  
Por el país que queremos

**Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación**

INICIO    AUTORIDADES    DEPENDENCIAS    HISTORIA    PRENSA    DESCARGAS    SERVICIOS    RRHH

### Programa Radial "Amanecer Campesino"

**MAGA en RADIO**  
Escúchanos de 5:00 a 6:00 de la mañana por la **107.3 FM W Radio**

|                        |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>Abril 2014</b>      | <b>1 de abril de 2014</b><br>Ejercicio Profesional Supervisado<br>Ing. Pedro Peláez Coordinador del Área Integrada del EPS de la Facultad de Agronomía de la Universidad De San Carlos                           |                     |
| <b>Marzo 2014</b>      |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Febrero 2014</b>    |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Enero 2014</b>      |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Diciembre 2013</b>  |                                                                                                                                                                                                                  | File not found 0:00 |
| <b>Noviembre 2013</b>  |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Octubre 2013</b>    | <b>2 de abril de 2014</b><br>Buenas practicas agricolas<br>Ing. Ana Cristabel Hernandez y el Ing. Hector Solorzano de la Dirección de inocuidad del Vice Ministerio de Sanidad Agropecuaria y Regulaciones VISAR |                     |
| <b>Septiembre 2013</b> |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Agosto 2013</b>     |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Julio 2013</b>      |                                                                                                                                                                                                                  | File not found 0:00 |
| <b>Junio 2013</b>      |                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| <b>Mayo 2013</b>       | <b>3 de abril de 2014</b><br>Programa de Alimentos por Acciones.                                                                                                                                                 |                     |

#### Enlaces

- MAGA en RADIO
- Organigrama
- Marco Estratégico
- Plan Operativo Anual POA 2014
- Laboratorio Información Geográfica
- Precios Agrícolas
- Informe de Situación de Maíz Blanco
- Informe Situación del Frijol Negro
- Boletines de Sistema de Monitoreo de Cultivo
- MAGA combate la roya en el café
- Pacto Hambre Cero
- Programa de Agricultura Familiar
- Política de Desarrollo Rural Integral
- Política de Promoción del Fieigo
- Acuerdos Gubernativos y Ministeriales
- El Agro en Cifras 2013

# Capitulo III

## Capítulo III

### 3. Informe descriptivo

En este informe descriptivo se darán los resultados obtenidos en una investigación de comunicativa sobre un determinado tema; por eso, su propósito es principalmente que los que lean este capítulo comprendan los logros y las metas alcanzadas en todo el proceso realizado.

La investigación realizada se hizo en el Departamento de Comunicación Social y Información Pública, que pertenece al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA) que se ubica en la 7 avenida 12-90 zona 13 Edificio Monja Blanca.

El MAGA se divide en varias dependencias, vice ministerios y direcciones que trabajan en programas o proyectos vinculados al sector agrícola de Guatemala y se articulan de la siguiente manera:

#### 3.1 Dependencias:

La Oficina de Control de Áreas de Reserva del Estado (OCRET) **del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación. Asesoría Jurídica es el órgano asesor en temas legales del MAGA.** El Fideicomiso Fondo Nacional para la reactivación y modernización de la actividad agropecuaria (FONAGRO). El Consejo Nacional De Desarrollo Agropecuario Guatemala (CONADEA) y El Instituto Geográfico Nacional, Ing. Alfredo Obiols Gómez (IGN), **es una dependencia del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación; de carácter técnico científico, rector y proveedor de productos y servicios, que elabora y garantiza la información geográfica y cartográfica.**

##### 3.1.1 Vice ministerios

Vice ministerio de Desarrollo Económico Rural **Tiene como atribución, velar por la reactivación y el desarrollo económico rural, a través de la promoción de estrategias, programas y proyectos productivos.** El Vice ministerio de Seguridad Alimentaria y Nutricional **tiene como objetivo mejorar la seguridad alimentaria y nutricional.** El vice ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, **encargado de Asuntos de Petén, tiene dentro de sus funciones: operativizar la política sectorial, el desarrollo de una agricultura competitiva y sostenible, desde el punto de vista económico, ecológico y social.** Vice ministerio de Sanidad agropecuaria y regulaciones (VISAR) **regular la sanidad animal y vegetal así como los permisos para la exportación de los productos.**

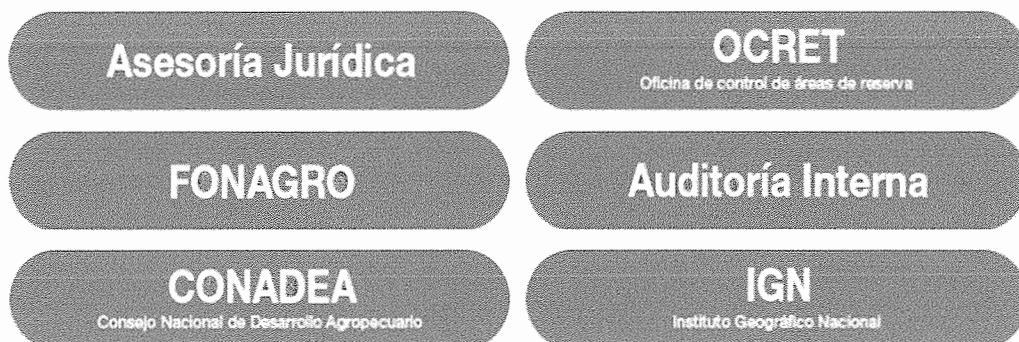


### 3.2.1 Gráfica

Imagen 1: Dependencias, vice ministerios y direcciones vinculadas al MAGA.

Dependencias Despacho Superior

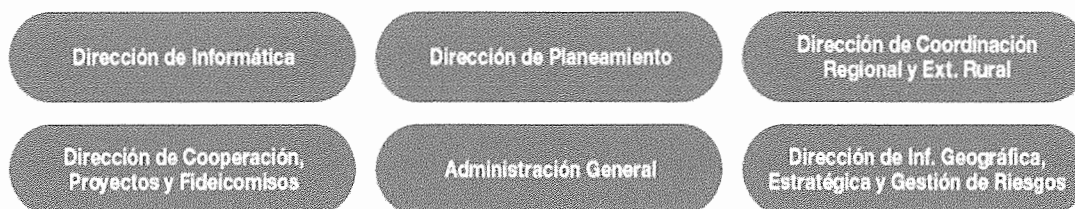
#### Ministro



#### Viceministerios



#### Direcciones



### 3.3 Departamento de Comunicación MAGA

Todos estos órganos generan una cantidad de información que la absorbe y canaliza el Departamento de Comunicación e Información Pública, que a su vez la canaliza proporcionando a los diferentes medios de comunicación que la requieran para las diferentes emisiones de sus noticieros.

En el Departamento de Comunicación e Información Pública del MAGA, tiene como función el realizar los programas de televisión “Desde el campo” y el programa de radio “Amanecer campesino” así como los diferentes boletines y actualizaciones del sitio web del ministerio y redes sociales.



**3.3.1 Fotografía 1 del primer aniversario del programa Amanecer Campesino en TGW con el Ministro de Agricultura, Ganadería y Alimentación, de izquierda a derecha Licenciado Bayron García, Elmer López Ministro de Agricultura, Licenciado Juan Pablo Guzmán Director del Departamento de Comunicación Social del MAGA y Gregorio Chávez Comunicador y locutor del programa Amanecer Campesino.**



**3.3.2 Fotografía 2 de los integrantes del Departamento de Comunicación e Información Pública del MAGA, en el primer aniversario de “Amanecer Campesino” en TGW.**

Entre los estudios del diagnóstico del EPS de Licenciatura 2014, realizado a la institución se detectó la necesidad de crear una serie de estrategias para el departamento de Comunicación del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, entre las que se propusieron: spots publicitarios, la utilización de distintos horarios para repetición de programas, vallas publicitarias del AC del MAGA, volantes, redes sociales, crear alianzas con otras radios comunitarias en el interior del país, una nueva producción radial ya que el traslado de radio es eminente, entonces se trabajaron 3 spots radiales que servirán para potenciar la nueva etapa del programa en Emisoras Unidas que se entregaron como el producto comunicacional, aparte se entregó una copia a las 22 sedes

departamentales del MAGA para que puedan reproducirlo donde encuentren espacios o en actividades relacionadas al sector agrícola nacional.

Los estudios arrojaron, la urgente necesidad de realizar una serie de spots radiales para el relanzamiento en Emisoras Unidas del programa Amanecer Campesino para los diferentes cortes comerciales que tenga en su horario.

Los temas coyunturales tratados en los spots, son las Políticas Públicas que está impulsando el Gobierno de Guatemala por medio del MAGA, que son las siguientes: El Extensionismo Rural, Los Centros de Aprendizaje para el Desarrollo Rural y la Agricultura Familiar.

### **3.4 Estrategia radial**

### **3.5 Parrilla de spots radiales del Ministerio de Agricultura**

#### **3.5.1 Parrilla de spots radiales**

**Departamento de Comunicación Social del MAGA**

**Realizados por Sergio San José**

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**11/6/2014**

#### **Spot MAGA 1, versión: Extensión Rural**

##### **Voz masculina (amigable)**

Con extensionistas ubicados en todo el país, el MAGA regresó al campo y está fortaleciendo la producción agropecuaria de más campesinos.

El cambio es una realidad, con capacitación, asistencia técnica y dotación de insumos, seguiremos transformando el área rural.

##### **Voz institucional gubernamental**

Ministerio de Agricultura

Por el país que queremos

Gobierno de Guatemala.

##### **Música instrumental del campo**

---

#### **Spot MAGA 2, versión: CADER diálogo**

##### **Voz masculina (campesina)**

¿Qué tal doña Sonia?

Como ha crecido el huerto de su patio... y sus animalitos, ya no se salen a la calle, ¡hasta sus patojos miro que están más chispudos!

¿Qué está haciendo?

**Voz femenina (campesina)**

¡Ja! ¡Viera don Chepe!, gracias a la ayuda del MAGA, todos en la comunidad hemos aprendido a utilizar bien los recursos que tenemos y así mejoramos la alimentación de los patojos... ¡Anímese!, participe en los CADER, hay más de uno en su comunidad. Busque a los extensionistas del MAGA.

**Voz institucional gubernamental**

Ministerio de Agricultura  
Por el país que queremos  
Gobierno de Guatemala.

**Música instrumental del campo**

---

**Spot MAGA 3, versión: Consejos Agrícolas****Voz masculina (amigable)**

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, recomienda:

- aprovecha cualquier espacio en tu casa para sembrar,
- produce y consume hierbas nativas como bledo o malanga,
- construye espacios adecuados para tus animales de patio,
- si produces maíz y frijol debes secarlo muy bien antes de almacenarlo.

Estas acciones fortalecerán la economía familiar y contribuyen al desarrollo rural integral.

**Voz institucional gubernamental**

Ministerio de Agricultura  
Por el país que queremos  
Gobierno de Guatemala.

**Música instrumental del campo**

---

### 3.5.2 Aprobación

Luego de tener aprobado el guión radiofónico por las autoridades de comunicación del MAGA y el Ministro de Agricultura se realizó la grabación de las voces que caracterizan a campesinos o voces formales para lograr la articulación de los spots radiales de las 3 versiones propuestas.

El proceso de grabación de los spots comunicacionales se realizó en los estudios de Central de Radio S.A. y estuvo a cargo del productor-operador Román Velásquez.



**3.5.3 Fotografía 3 Estudio de grabación**  
**3.5.4 Locutores**

Las voces utilizadas pertenecen a dos locutores que han estado en el medio radial durante años y que realizan spots a diario para las distintas radios que integran el consorcio radial.



**3.5.5 Fotografía 4 La voz y caracterización femenina fue realizada por la locutora Sigrid Vásquez en los estudios de grabación.**

Las voces masculinas caracterizaron a personajes ficticios que trabajan el campo en los diferentes cultivos o en la participación de programas y proyectos del MAGA, así mismo se utilizó la voz del locutor institucional del Gobierno de Guatemala para que estuviera dentro de los parámetros exigidos para su divulgación institucional.



**3.5.6 Fotografía 5 El locutor Carlos Rucal que le dio vida a varios personajes campesinos en los spots comunicacionales del MAGA.**



### 3.6 Portada

Está es la portada de los discos realizada para los spots del MAGA, que fue presentada a el Ministro de Agricultura, Elmer López y a los directores de las 22 sedes departamentales en la presentación del producto promocional en la Reunión Mensual de Directores del MAGA, realizada los días 26 y 27 de junio.



### 3.6.1 Imagen de portada

## 3.7 Presentación

Aprobados los audios y realizado el producto comunicacional se reprodujeron una serie de discos para que fueron presentados a el Ministro de Agricultura, Elmer López y a los directores de las 22 sedes departamentales en la presentación del producto promocional en la Reunión Mensual de Directores del MAGA, realizada los días 26 y 27 de junio.

### 3.7.1 Fotografía 6

CD que Incluye las 3 versiones:

**Versión Extensionistas**

**Versión Cader**

**Versión Consejos agrícolas**



**3.8** La estrategias comunicacionales realizada está dirigida al Programa de Agricultura Familiar que impulsa el Gobierno de Guatemala a través del MAGA y a los Centros de Aprendizaje para el Desarrollo Rural que son atendidos por el Sistema Nacional de Extensión, que es: *“El medio y el instrumento idóneo de la política agropecuaria para concretar las prioridades institucionales del sector agrícola”*.



**3.8.1** Fotografía 7 de CADER en la comunidad de Granados, Baja Verapaz realizando una capacitación de métodos y técnicas agrícolas para el cultivo de verduras y legumbres a todos los integrantes.

El Sistema de Extensión en Guatemala está dirigido a impulsar procesos de educación no formal y mejorar los sistemas económicos-productivos de campesinos de familias en subsistencia, en cuanto a sus capacidades de disponibilidad y acceso a la seguridad alimentaria y nutricional (SAN); aumentar la disponibilidad de la agricultura excedentaria, orientada a la autosuficiencia alimentaria del país; y facilitar la diversificación de oportunidades de acceso a mercados para el subsector agrícola comercial.

Hasta el año 2014, en Guatemala existen más de 9 mil Centros de Aprendizaje para el Desarrollo Rural (CADER) y se espera que en el 2015 se incrementen.



**3.8.2 Fotografía 8 de campesinos en un CADER de Tecpán, Chimaltenango en donde verifican la tecnología Riego por Goteo, implementada en sus tierras.**

### 3.9 Presentación

#### **Presentación de estrategias comunicacionales EPS Licenciatura en Reunión del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.**

Para fortalecer los lazos comunicacionales entre la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) y el MAGA por medio del Ejercicio de Práctica Supervisada de Licenciatura 2014.

Realizó la presentación de las estrategias comunicacionales de EPS 2014, en la XV Reunión General de Viceministros y Directores de Áreas del MAGA, realizada en Guastatoya, El Progreso, esto como plataforma para impulsar los Centros de Aprendizaje para el Desarrollo Rural (CADER) y El Programa Nacional de Extensionismo Rural del MAGA, basado en el marco de las Políticas de Desarrollo Rural del Gobierno de Guatemala.



**3.9.1 Fotografía 9 El Ministro de Agricultura, Elmer López, explica la proyección de las estrategias comunicacionales entregados por el EPS de Licenciatura a los 22 Delegados Departamentales del MAGA, que asistieron a la Reunión General del mes de junio.**

**Presentación de estrategias comunicacionales EPS Licenciatura en Reunión del MAGA.**



**3.9.2 F. 10 En las mesas de trabajo el personal de las diferentes unidades y delegados de las sedes departamentales del MAGA de todo el país.**

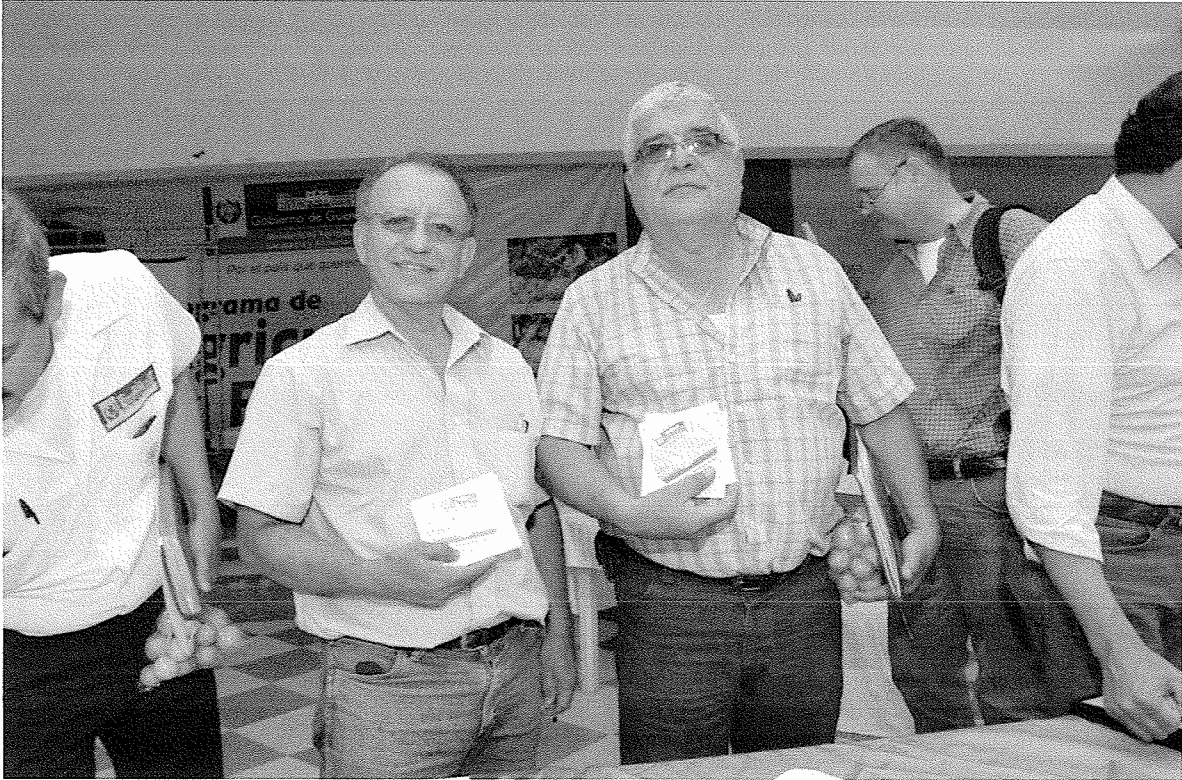


**3.9.3 F. 11 Delegados de las sedes departamentales de Baja Verapaz, recibiendo la estrategia por parte del personal del Departamento de Comunicación Social e Información pública del MAGA.**



**3.9.4 F. 12 Personal de Moscamed recibiendo los productos promocionales.**





### **3.9.5 Fotografía 13 Coordinadores departamentales recibiendo los productos promocionales.**

La verificación del alcance de nuestra estrategia comunicacional de spots institucionales, está en el proceso de verificación de metas y resultados, se dejan trazadas las estrategias que necesita el programa radial para mejorar la percepción de los programas, proyectos y políticas gubernamentales.

### **3.10 Estrategias para realización**

**Producción Radial**

**Cooperación y Alianzas**

**Redes Sociales**

**Volanteo**

**Vallas publicitarias**

**Horarios**

# Capitulo IV

## Capítulo IV

### 4. Conclusiones y Recomendaciones

#### 4.1 Conclusiones

**4.1.1** El programa Amanecer Campesino del MAGA aparece como una alternativa frente a otras formas tradicionales de comunicación en el ámbito agrícola. Aquí lo alternativo son temas tratados y el medio radial TGW que le da cobertura a los códigos de comunicacionales populares por su proximidad con la audiencia. Este programa que está diseñado para dar una respuesta a las diversas inquietudes del sector público agrícola, de un sector que nace, crece y se desarrolla constantemente.

**4.1.2** El programa Amanecer Campesino del MAGA surge como una necesidad de comunicarse, que posteriormente se convierte en un programa radial único, local e interesante. Su lógica y dinámica de trabajo es muy bueno, porque la comunicación es directa, con la presencia de un protagonista a diario. El espacio público que los congrega es cálido y compartido. Un programa de radio que es el mediador en la comunidad local agrícola, integradora del pueblo. La que les proporciona información del MAGA, entretenimiento, música, educación y compañía, posibilita la presencia pública de los pueblos de Guatemala, muchas veces olvidadas, posibilita el rescate de los sectores más necesitados del país y determina la nacionalidad cultural y educativa para los habitantes de esas comunidades. Estas poblaciones o grupos que se encuentran en el campo guatemalteco deben convertirse en una realidad presente con un desarrollo agrícola y con carácter motivacional a partir de la difusión, por lo que damos a conocer estas prácticas de comunicación popular.

**4.1.3** A las personas que son nuestro grupo objetivo y que pertenecen a las 4 regiones del país. Donde los spots se difundieron en las radios tiene la función de aumentar el efecto educativo cultural que se produce en el campesino en el proceso de integración y asociatividad que debe tener, convirtiéndose en colectivo, que relaciona al ente rector tal es el caso del MAGA con campesino y lo convoca a la acción, lo reúne, instruye, capacita, posibilitando el empoderamiento económico para beneficio de su familia y de la comunidad a la que pertenece.

**4.1.4** El programa Amanecer Campesino y los spots transmitidos por la emisora TGW, articula a productores, campesinos, hijos de campesinos, de cualquier zona agrícola del país. Convirtiéndose en agentes de cambio con convocatoria posibilitando las acciones de ayuda mutua, la cooperación, el entendimiento y el intercambio de tecnología con costumbres milenarias sobre la agricultura.

**4.1.5** Los productores, trabajadores de las diferentes sedes departamentales y los extensionistas que visitan las parcelas y hacen uso del medio radial que

encuentran a su disposición los utilizan como una herramienta canalizadora de información concisa, práctica y con el gusto y temática que caracteriza un mensaje comunicacional.

**4.1.6** Son los productores y campesinos los buscan alcanzar mejores niveles económicos y de sobrevivencia y son los principales actores sociales junto con el ente gubernamental.

Entre los dos sectores se vinculan mecanismos articulados que permiten realizar acciones para una mejora social de sus comunidades. Paralelamente tratan de encontrar vías funcionales para producir más y de mejor calidad. Se juntan se agrupan en los Caderes, cooperativas, asociaciones, para trabajar la tierra buscando unas buenas cosechas en sus cultivos que pertenecen al programa de Agricultura Familiar, así como prácticas de acequias, reservorios, cercas vivas y cercas muertas, proyectos y planes que pone en marcha el MAGA en beneficio de los campesinos.

**4.1.7** El programa Amanecer Campesino y los spots radiales producidos son canales y espacios que contribuyen eficazmente al desarrollo de nuestra sociedad. Hay más autenticidad en la comunicación, ya que se logra horizontalidad y lo más importante la práctica da el derecho a ser informados. El público rural es homogéneo, amas de casa, padres de familia, hijos, nietos son aquellas personas que se dedican completamente a la agricultura básica, y la audiencia también esta conformada por productores, técnicos, ingenieros agrónomos y dueños de empresas de venta de productos agrícolas que son los invitados del programa. La que media en su proceso de desarrollo con la difusión de los diferentes programas, proyectos, planes, etcétera.

**4.1.8** El programa Amanecer Campesino es necesario para desarrollar el campo y a las comunidades rurales, y así promover la participación de todas las personas, en las radios rurales se necesita que transmitan o expresen las inquietudes en cuanto a procesos agropecuarios. Es así que el programa radial Amanecer Campesino tiene la misión de cumplir esa tarea.

**4.1.9** En Guatemala las personas que viven de la tierra siempre han sabido sobrevivir a través de la agricultura, de igual forma se han transmitido de generación en generación los procesos de cultivo tradicionales como el maíz, frijol, papa, cebolla, etcétera.

**4.1.10** Concluyo afirmando que en pleno siglo XXI los programas especializados en agricultura son necesarios y no dejaran de ser importantes en este país y necesarios como canales de comunicación para el sistema público agrícola; su utilización irá en aumento.

## **5. Recomendaciones**

**5.1** Los programas o spots radiales transmitidos de temas sobre la agricultura son una alternativa de comunicación y desarrollo que tiene un avance considerable, pero sin embargo es necesario dar algunas recomendaciones para mejorar su calidad.

**5.1.1** El programa radial Amanecer Campesino del MAGA, debe generar mayor participación crítica, sistemática y de conciencia que promueva una mejora social. Se debe constituir en un actor social que tenga opinión y capacidad para promover un escenario comunicativo.

**5.1.2** Los espacios radiales donde se podría replicar el programa necesitan una capacitación específica tendiente a su profesionalización, lo que permitirá mejorar niveles de audiencia y capacidad de gestión. Deben conocer a su público, a su audiencia para saber como se esta llegando, si los programas, planes o proyectos que se desarrollan son los que gustan a la gente o no. Muchos lo conocen en las cabeceras departamentales, pero es necesario que se trabajen con la responsabilidad profesional para que la comunicación sea eficaz y eficiente.

**5.1.3** El Gobierno de turno debiera tomar en cuenta en su política de desarrollo rural continuar los lineamientos necesarios para el apoyo a estos medios y canales de comunicación para que tengan mayor presencia en la sociedad guatemalteca agrícola.

**5.1.4** Se recomienda tecnificar más las radios comunitarias apoyadas por comunicadores profesionales para elaborar planes, parrillas o plataformas radiales que mejoren y potencien su producción y locución, ya que es un medio potencialmente desarrollable y de mucho alcance para nuestro grupo objetivo.

**5.1.5** Se necesita lograr mayor participación de la ciudadanía para poder integrar el binomio emisor - receptor que permitirá un mayor desarrollo de este programa radial, se podría proponer reuniones, capacitaciones y trabajos en conjunto con los Centros de Aprendizaje Rural, asociaciones, cooperativas u otras formas de organización social y rural, que permitan mostrar los aprendizajes de una opción radial agrícola como medio de desarrollo de la localidad.

## 6. E-grafía

Modelo de **encuesta** | CreceNegocios.com  
[www.crecenegocios.com/modelo-de-encuesta/](http://www.crecenegocios.com/modelo-de-encuesta/)  
Por Crece Negocios

**Ministerio de Agricultura** Ganadería y Alimentación  
[www.maga.gob.gt/](http://www.maga.gob.gt/)

### **EHow en español**

[http://www.ehowenespanol.com/diferentes-tipos-metodologias-lista\\_102083/](http://www.ehowenespanol.com/diferentes-tipos-metodologias-lista_102083/)

\*Depósito de Documentos de la FAO, la mujer en la agricultura, medio ambiente y la producción rural. 2000

<http://www.fao.org/docrep/007/ad930s/ad930s01.htm>

\*\*Producción De Guatemala, ensayos y trabajos.  
2010<http://www.buenastareas.com/ensayos/Produccion-De-Guatemala/276540.html>

\*\*\*Economía de Guatemala, Enciclopedia, Informe económico y comercial de Guatemala. Embajada de España en Guatemala. 2011

[http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Guatemala](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Guatemala)

\*\*\*\*Bloques temáticos Media radio Gobierno de España  
<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque5/pag6.html>

Puro marketing publicidad en Español  
<http://www.puromarketing.com/9/10299/mejores-creativas-vallas-publicitarias-mundo.html>

\*\*\*\*\* Cifras citadas del Instituto Nacional de Estadística Instituto Nacional de Estadística INE. Dirección de Metodología y Producción. Estadística. DIMPE 2011. resultados Encuesta Nacional Agropecuaria.