



**FACULTAD DE POSTGRADO
TESIS DE POSTGRADO**

**PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN AGRÍCOLA
PARA ORIENTAR A LOS PRODUCTORES DE GRANOS
BASICOS A NIVEL NACIONAL**

SUSTENTADO POR:

LOURDES YOHANA BURGOS MALDONADO

ITALIA CHAVEZ MARINI

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MASTER EN DIRECCIÓN
EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, F. M., HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2017

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON BREVE REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN AGRÍCOLA
PARA ORIENTAR A LOS PRODUCTORES DE GRANOS
BÁSICOS A NIVEL NACIONAL**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO
BERLÍN CÁCERES**

LOURDES YOHANA BURGOS MALDONADO

ITALIA CHÁVEZ MARINI



FACULTAD DE POSTGRADO

PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN AGRÍCOLA PARA ORIENTAR A LOS PRODUCTORES DE GRANOS BÁSICOS A NIVEL NACIONAL

AUTORES:

LOURDES YOHANA BURGOS MALDONADO

ITALIA CHÁVEZ MARINI

RESUMEN

El presente proyecto de investigación trata sobre el problema organizacional de comunicación que hay entre los productores y la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta), dependencia de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG). Se inicia presentando el quehacer de la institución enfocado en brindar asistencia técnica a los productores de granos básicos en el país. La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Tegucigalpa, realizando encuestas a los productores del país mediante visitas que ellos realizaron a la institución y a través de llamadas telefónicas a los líderes de la Asociación de los Productores por departamento. Además se efectuaron entrevistas en profundidad a técnicos encargados de orientar a los productores mediante asistencias técnicas. La metodología de investigación aplicada fue un enfoque mixto, estudio experimental y una revisión documental de las publicaciones editadas con la finalidad de conocer si el material impreso es el requerido por los productores. De acuerdo a los resultados los medios de comunicación que se recomiendan es la televisión, radio, charlas técnicas y trifolios de fácil entendimiento por ser los de preferencia por los productores.

Palabras Claves: Agricultores, Comunicación, Cosechas, Técnicos, Tecnologías Agrícolas.



GRADUATE SCHOOL

AUTHORS:

Lourdes Yohana Burgos Maldonado e Italia Chávez Marini.

ABSTRACT

The present research project deals with the organizational problem of communication between producers and the Directorate of Agricultural Science and Technology (Dicta), a unit of the Ministry of Agriculture and Livestock (SAG). It begins by presenting the work of the institution focused on providing technical assistance to producers of basic grains in the country. The research was carried out in the city of Tegucigalpa, conducting surveys to the producers of the country through visits that they made to the institution and through telephone calls to the leaders of the Association of Producers by department. In addition, in-depth interviews were conducted with technicians responsible for guiding producers through technical assistance. The applied research methodology was a mixed approach, an experimental study and a documentary revision of the published publications in order to know if the printed material is the one required by the producers. According to the results, the recommended media are television, radio, technical talks and trefoils that are easy to understand because they are preferred by producers.

Key Words: Farmers, Communication, Crops, Technicians, Agricultural Technologies.

DEDICATORIA

A mi hijo Diego, por su afecto y su cariño que son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti. Fuiste mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de tesis. A mis queridos Padres y hermanas, por todo el deseo de superación y amor que me brindad cada día.

Lourdes Burgos Maldonado

En primer lugar a mis padres, por siempre darme su apoyo y creer en mí, a mi mejor amiga Gabriela Tabora, a mi familia y amigos por animarme a luchar a cumplir todos mis sueños.

Italia Chávez Marini

AGRADECIMIENTO

Dirigido a quien ha forjado mí camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a mi padre celestial. De igual manera a mi amada familia por su amor incondicional y apoyo constante en mi proyecto. A mi compañera Italia Chávez, por toda su colaboración y dedicación para culminar nuestra meta.

Lourdes Burgos Maldonado

En primer lugar a Dios por darme la oportunidad de llegar hasta aquí a pesar de todos los retos, a la Dra. Berlín Cáceres por sus valiosas enseñanzas, a mis catedráticos por compartir su conocimiento. Por último a Lourdes Burgos, por ser una gran compañera y amiga. A mi familia y amigos por su gran paciencia y entendimiento.

Italia Chávez Marini

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	4
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	5
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	6
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	7
2.1.1 MACRO ENTORNO	8
2.1.2 ENTORNO ECONÓMICO.....	9
2.1.3 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	12
2.1.4 ENTORNO POLÍTICO.....	12
2.1.5 ENTORNO SOCIOCULTURAL.....	13
2.1.6 MICRO ENTORNO.....	14
2.1.7 PRODUCTORES	19
2.1.8 PROVEEDORES	20

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	21
2.2.1 ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS	21
¿CÓMO FUNCIONA EL PROCESO DE COMUNICACIÓN?	22
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL	24
2- CULTURA ORGANIZACIONAL	25
MOTIVAR A LOS EMPLEADOS	28
USAR UN ANÁLISIS FODA PARA FORMULAR LA ESTRATEGIA	29
DIRIGIR LA INNOVACIÓN	29
2.2.2 ANTECEDENTES DE LAS METODOLOGÍAS PREVIAS	31
COMUNICACIÓN	31
CULTURA ORGANIZACIONAL	34
2.2.3 ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS	36
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN	38
2.5 MARCO LEGAL	40
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA	40
3.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	42
3.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.4 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	45
3.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	45
3.5.1. POBLACIÓN	46
3.5.2. MUESTRA	46
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	48
3.6.1. CUESTIONARIO	49

3.6.1. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD	49
3.7 FUENTES DE INFORMACIÓN	50
3.7.1 FUENTES PRIMARIAS	50
3.7.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	51
CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	51
4.1 ENCUESTA	52
4.2 ENTREVISTA	62
4.3 REVISIÓN DOCUMENTAL	66
CAPITULO V. PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA	69
5.1 DISEÑO DE UNA PROPUESTA ÓPTIMA	69
5.2 DESCRIPCIÓN DE MODELO PLAN DE COMUNICACIÓN AGRÍCOLA	69
5.3 APLICABILIDAD	71
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
6.1 CONCLUSIONES.....	79
6.2 RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA.....	81
ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz Metodológica.....	41
Tabla 2. Operacionalización de las variables.....	42
Tabla 3. Variables Independientes.....	43
Tabla 4. Cruce de Variables sobre el sexo y edad de los productores.....	60
Tabla 5. Puntos clave a desarrollar:	72
Tabla 6. Actividad, procedimiento y ejecución.....	73
Tabla 7. Comunicación Externa.....	74
Tabla 8. Ejecución del Taller.....	74
Tabla 9. Obras potencias y plan de acción.....	76
Tabla 10. Radio Conocimiento.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Aportaciones al PIB del Sector Agroalimentario	10
Figura 9. Conocimiento de Dicta por los productores	52
Figura 10. Medios de comunicación, mediante los cuales se han informado los productores.....	54
Figura 11. Medios de comunicación de preferencia por los productores	55
Figura 12. Actividades que desarrolla Dicta y que los productores identifican.....	56
Figura 13. Nivel de importancia para los productores recibir información técnica	57
Figura 14. Información que el productor necesita recibir de acuerdo a su cultivo	58
Figura 15. Cultivos de mayor producción.....	61
Figura 16. Departamentos con mayor producción de granos.....	62
Figura 17. Publicaciones de la Unidad de Comunicación Dicta.....	68

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Introducción

El presente informe de investigación, tiene como propósito diseñar un Plan de Comunicación para la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta), de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), considerando para ello la estrategia de comunicación a utilizar para orientar a los productores de granos básicos de Honduras, y de esa manera obtener una mayor producción y productividad de alimentos mediante la asistencia técnica ejecutada por los especialistas en el sector agroalimentario.

Para efecto de nuestro proyecto de investigación, se diseñará una estrategia diferente para orientar a los productores con la información en tiempo y forma sobre los ciclos de producción, variedades de granos básicos, hortalizas y legumbres, con la finalidad de abastecer el mercado nacional.

De inicio se plantean los antecedentes de la Unidad de Comunicación Agrícola con la estrategia por la cual fue creada, destacando ser un medio de comunicación entre los productores del sector agroalimentario en el país.

La importancia del estudio definirá el avance al objetivo organizacional, para la implementación del desarrollo de los programas de transferencia y generación de procesos para siembra de granos básicos, mediante el plan de comunicación a través de la difusión de material informativo dado a conocer en charlas técnicas, trifolios y cuñas de radio y spots de televisión.

Se utiliza como instrumentos de investigación cualitativa la entrevista en profundidad a los técnicos que se encargan de orientar a los pequeños, medianos y grandes productores del sector

agroalimentario del país, y la aplicación de un cuestionario a los productores para la recolección de información de acuerdo a las necesidades por departamento y el uso de mediciones en base al tipo de suelo y condiciones climáticas de cada zona, para brindar una asesoría en pre cosecha, cosecha y post cosecha de granos básicos.

1.1 Antecedentes del Problema

La Unidad de Comunicación Agrícola de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta), una dependencia de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), creada con la Ley de Modernización y Desarrollo del Sector Agrícola (Decreto No. 31-92, art. 35 del 5 de marzo de 1992) inició operaciones el 5 de marzo de 1995.

“La Unidad se fundó con dos personas, un jefe que se encargaba de dirigir la producción comunicativa para cumplir con las metas que se definieron al momento de la creación y un diseñador gráfico que daba el aporte técnico a la producción de materiales informativos Memoria institucional de Dicta” (p.3).

De esa forma estaba conformada la unidad de Comunicación Agrícola para el año 1995. El término de comunicación agrícola ha pasado por diferentes conceptos con diferentes finalidades.

La comunicación agrícola comenzó llamándose información agrícola y su finalidad era producir y entregar a los agricultores informaciones y argumentos persuasivos para que adoptasen las prácticas que el sistema de Extensión Agrícola recomendaba” Cimadevilla, G. y Carniglia, E. 2010, (p. 267).

La finalidad de nuestro estudio es diseñar una estrategia organizacional para la ejecución de un Plan de Comunicación Agrícola de Dicta con el objetivo de producir materiales de orientación hacia los campesinos para que mejoren sus procesos de producción e informar a través de medios que los productores consideren más efectivos para hacerles llegar la información.

Las unidades de Comunicación Agrícola en Honduras, involucradas en el sector agropecuario, tienen como función primordial orientar a los productores sobre las siembras,

recomendar el tipo de semilla que resulte tolerante a los efectos del cambio climático, plagas y enfermedades en los cultivos, con la finalidad de facilitar las herramientas que contribuyan a una mayor producción y productividad en sus cosechas.

Los primeros esfuerzos de comunicación agrícola en Honduras los hizo el “Instituto Nacional Agrario (INA), conforme a la Ley de Reforma Agraria, decreto 170 del 30 de diciembre de 1974, que había resultado exitosa con las organizaciones campesinos que se integraron en Isleta, El Aguán, en el departamento de Colón”

El INA igual que Dicta tienen como finalidad el apoyo a pequeños productores y ambas disponen de una unidad de comunicación agrícola. También el Centro de Comunicación Agrícola de la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA) lo tiene.

La FHIA, dispone de una oficina encargada de coordinar todo el funcionamiento operativo de esa Fundación haciendo que todas sus unidades trabajen en estrecha coordinación para ofrecer servicios de mayor calidad a los pequeños productores.

La Unidad de Comunicación de Dicta hizo la primera producción de un tríptico sobre el cultivo de arroz en el año 1996 que consistió en la edición sobre condiciones de suelo para siembra.

“Los temas para la elaboración del material informativo fueron seleccionados por los técnicos en conjunto con la jefe de la Unidad para orientar a los campesinos sobre los cultivos de granos básicos de las variedades de los productos que serían más convenientes cultivar de acuerdo a las características del suelo y regímenes de lluvia o sequía, así como en el combate de plagas que afectan los cultivos” Villeda, Miriam, (2013).

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Enunciado del Problema

La Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta), es una dependencia de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), que tiene como propósito ejecutar y diseñar los programas para orientar a los pequeños productores del país para que mejoren sus condiciones de vida a través del aumento en la producción de granos básicos, hortalizas y frutas.

Para llevar a cabo su labor, Dicta dispone de técnicos que realizan experimentos con semillas, suelo, humedad, agua y agroquímicos en estaciones especializadas que permitan mejorar el rendimiento por hectárea de los diferentes cultivos.

Desde su creación, la Unidad de Comunicación Agrícola ha editado materiales conforme las orientaciones de los técnicos, dirigidos a los productores, para que adopten esas nuevas tecnologías. Sin embargo, la información no ha sido adoptada por los productores dejando pasar por desapercibidas las recomendaciones brindadas a través de la información técnica que les permitiría mayores rendimientos en sus cosechas.

A diario se conocen las denuncias de los productores a nivel nacional, por no disponer de la información sobre las condiciones climáticas, variedades de semilla de granos básicos y pérdidas de cosechas por la falta de asesoría técnica.

Es necesaria la gestión de una estructura organizacional para conocer quienes deben ser los responsables de impartir la información oportuna a los productores mediante el Plan de Comunicación diseñado.

1.3.2 Formulación del Problema

Para informar a los pequeños productores agrícolas, Honduras ha obtenido cooperación de muchas naciones; sin embargo, el perfil de esos proyectos no se considera el uso de las Tecnologías de la Información en las zonas rurales del país, específicamente en los productores dedicados hacer producir la tierra como componente del mismo, ni se ha explotado su potencial para el logro más efectivo de los resultados.

A tales efectos, es necesario impulsar una estrategia de incorporación sobre informe mensual o de acuerdo a los ciclos de siembra de granos básicos, que facilite el flujo de información para una coordinación más eficaz a los productores a nivel nacional.

En consecuencia de lo anterior, es importante diseñar un Plan de Comunicación que ayude a establecer la metodología a ejecutar iniciando la comunicación interna y organizacional entre el personal técnico especializado en la elaboración de manuales didácticos, para cada tipo de semillas de granos a la disposición de los productores.

1.3.3 Preguntas de Investigación

1.- ¿Qué estrategia de comunicación se debe implementar para que los productores reciban en tiempo y forma la información técnica a aplicar en la siembras de sus cultivos?

2.- ¿Qué factores respaldan para que la información tenga credibilidad ante los productores?

3.- ¿Qué información requieren los productores para el mejoramiento de sus cosechas?

4.- ¿Cuál es la metodología para mostrar a los productores los lineamientos a seguir en tiempo y forma para lograr mayor producción en sus cosechas?

5. - ¿Cuál es el nivel de motivación de los técnicos para realizar su trabajo?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 Objetivo General

Proponer un Plan de Comunicación Agrícola de Dicta para orientar a los productores del sector agropecuario en el país, sobre el tiempo de siembra y características de variedades de granos básicos de acuerdo a tipo de suelo, altura y ciclo de producción.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Determinar cuáles son los medios de comunicación más utilizados por los campesinos para poder informar sobre el quehacer de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta).

2. Analizar cuáles fueron los materiales que más se editaron en la Unidad de Comunicación Agrícola de Dicta, para el mejoramiento de las nuevas ediciones.

3. Identificar cuáles son los temas que tratan los diferentes productos de la Unidad de Comunicación Agrícola de Dicta.

4. Desarrollar un Plan de Comunicación para mantener orientado a los productores.

5. Desarrollar un Plan de Clima Organizacional grato para los técnicos.

1.5 Justificación

Dicta cuenta con 60 ingenieros agrónomos y especialistas en gestión de proyectos que atienden a 7,500 productores agrícolas que poseen menos de cinco manzanas en los departamentos de Cortés, Copán, Santa Bárbara, Ocotepeque, Lempira, Intibucá, La Paz, Comayagua, El Paraíso, Olancho, Gracias a Dios, Choluteca y Valle.

Mediante el abastecimiento de granos básicos en el mercado nacional, se reducen las fugas de divisas a través de las importaciones, debido a la baja producción por diversos factores entre ellos; plagas y enfermedades en el cultivo, variedades de semilla de baja calidad y falta de conocimiento de mejores prácticas de los productores.

Se busca que con este estudio, se aporten resultados que ayuden a lograr la identificación de la institución, a través de una comunicación más inmediata y fluida entre la institución y los productores.

El propósito es consolidar una herramienta y una metodología de acción, como parte fundamental para la institución y de mayor importancia para los productores, que día a día se esmeran por obtener una buena producción de alimentos que garantice una seguridad alimentaria nutricional en sus familias y contribuir al abastecimiento de granos en Honduras.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Análisis de la Situación Actual

La Unidad de Comunicación Agrícola de Dicta, atiende a las necesidades que en las áreas de promoción, publicidad y comunicación realiza la institución, para informar, publicitar y fortalecer las acciones en pro del desarrollo agrícola a nivel nacional.

Apoya a todos los programas, proyectos regionales, mediante la formulación de estrategias de comunicación, promoviendo la visibilidad de la institución a nivel interno y externo, utilizando los diferentes medios de comunicación masiva y directa, en consecución de la misión y visión de la institución.

Sin embargo, la información no ha sido utilizada por el mercado meta que son los productores, por utilizar medios de información inadecuados por no ser captados por los productores quienes residen en zonas de menor cobertura satelital en el país.

2.1.1 Macro Entorno

Calderón, Melgar (2012), detalle que: “El macro entorno de una empresa se utiliza para englobar a todas aquellas variables externas que afectan a la actividad empresarial. Estas variables generalmente no solo afectan a la empresa, sino al conjunto de la sociedad y de sus actividades que engloban materias relativas a la población, cuestiones legales o tecnológicas (p. 312).

Entre los factores que son favorables para que este año se incremente la cantidad de granos básicos, en relación con el año anterior, están las condiciones climáticas, ya que el invierno que ha transcurrido ha sido de los mejores en los últimos meses.

Para enfrentar los efectos del cambio climático, el Gobierno de la República mediante Dicta, tiene a la disposición variedades de semillas de granos básicos que son tolerantes a virus, enfermedades y a la sequía.

“Durante la siembra de primera, este año se han distribuido 4,600 quintales de semillas de las categorías básicas, registradas y certificadas para la producción nacional, las que han sido entregadas a grupos organizadores, por medio del Bono de Solidaridad Productiva” (Revista Dicta).

Actualmente, la SAG Dicta está en proceso de liberación de una semilla de maíz híbrida, la que será tolerante a la enfermedad conocida como “Mancha de Asfalto” que causa daños en los cultivos de los agricultores.

Según la SAG, en el 2012, había en el mundo más de 900 millones de personas subnutridas, las que hoy podrían superar los mil millones, lo que indica que hay que aumentar la producción de alimentos con nuevas tecnologías de producción.

“La Federación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA), realiza una amplia gama de actividades de investigación y de transferencia de tecnología al sector agrícola nacional y de otros países, promoviendo la producción de cultivos tradicionales y no tradicionales de alta rentabilidad y con tecnología moderna el mercado interno, con lo cual contribuye a la reducción de la pobreza y al desarrollo competitivo del sector agrícola” FHIA, (2012).

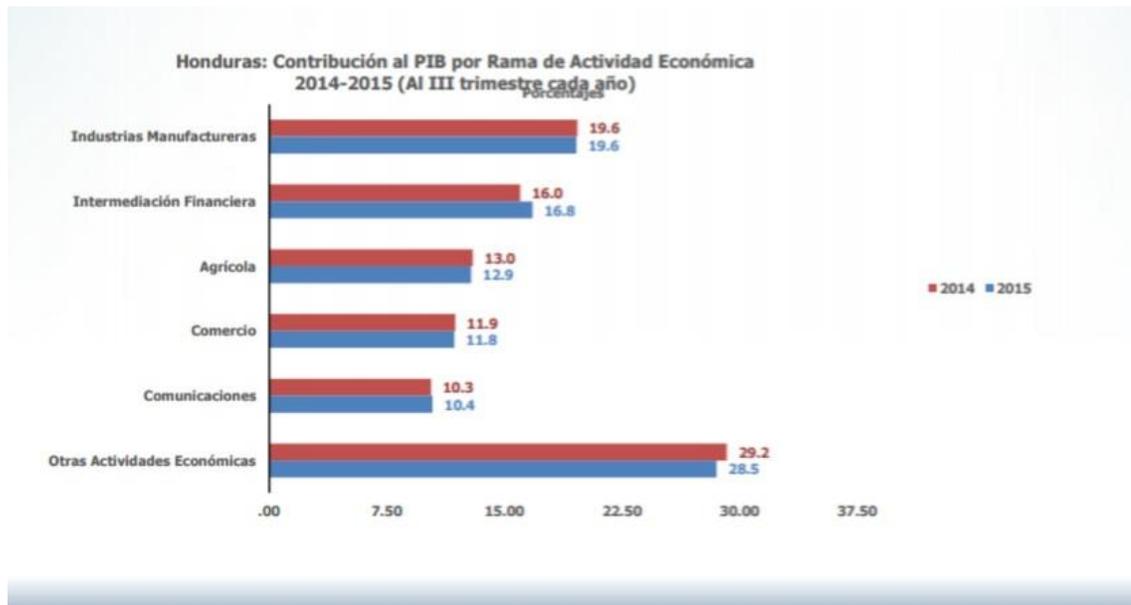
En el informe la FHIA,(2012), Detalla que “A través de sus unidades operativas, el Centro de Comunicación Agrícola ofrece servicios de apoyo a los diferentes Programas, Departamentos y Proyectos para facilitar las actividades de investigación y transferencia de tecnología. Estos servicios incluyen apoyo en suministro de información técnico científica, logística, aspectos metodológicos y en la elaboración de materiales impresos y digitales de comunicación agrícola”(p.2).

2.1.2 Entorno Económico

El Producto Interno Bruto Trimestral (PIBT) a precios constantes, se incrementó en 3.6 por ciento comparado con el trimestre del año anterior (2016); reflejando una aceleración en la producción de bienes y servicios con relación a todos los trimestre previos de este año.

“De forma interanual, se observó una variación de 4.0 por ciento (%) del cuarto trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior, con lo cual la economía hondureña alcanzó un crecimiento anual de 3.6%. La evolución del PIBT por el enfoque de la producción fue impulsado principalmente por: Intermediación Financiera, Seguros y Fondos de Pensiones (6.9%); Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca (2.4%); Electricidad y Distribución de Agua (9.7%); Industrias Manufactureras (0.9%); Comercio, Hoteles y Restaurantes (1.5%); y Construcción (1.0%)” América, (2017).

Figura 1. Aportaciones al PIB del Sector Agroalimentario



Fuente: Comunicación SAG 2015

Honduras en las décadas de los 80's era reconocido como el "Granero de Centro América", por la gran cantidad de quintales de granos básicos que exportaba a la región centroamericana.

Según registros de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), por sus siglas en inglés, en Honduras la producción de maíz fue de 258.4 millones de quintales de maíz. Sin embargo, a la fecha autoridades de Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta), reportan una producción de 14 millones de quintales de maíz.

"La cosecha de maíz y frijoles que se proyecta para este año 2017 parece ser prometedora, ya que de acuerdo con las proyecciones, y tomando en cuenta las manzanas de tierra que se han sembrado, se estima que en la cosecha de primera se van a producir 14 millones de quintales de maíz y 1.2 millones de quintales de frijoles a nivel nacional" América, (2017).

El Gobierno de la República de Honduras, para reactivar el agro tiene a la disposición de los productores L. 1,500 millones anuales provenientes de los recursos que capta por el incremento del tres por ciento del impuesto sobre la renta.

Memoria Institucional SAG (2016), señala que “Los fondos están disponibles para todos los sectores a una tasa del 7.25 por ciento anual, a diez año plazo y con un periodo de gracia que oscila entre uno y tres años”.

Adicionalmente, se detalla que la tasa de interés que el gobierno otorga a estos productores es baja cuando normalmente pagaban un interés del 18 por ciento. Por ejemplo ahora el productor paga de 300 a 350 lempiras en 6 meses al adquirir un paquete tecnológico, que lo beneficiara en la productividad de la cosecha.

AHIBA (2016) informa que “El Fideicomiso Fondo Crediticio para la Producción Agropecuaria fue aprobado en enero de este año y cuenta con el respaldo de todos los Bancos Asociados a AHIBA, de los cuales provienen los L. 50,000,000.00 (Cincuenta Millones de Lempiras), que serán utilizados para abrirle nuevas oportunidades al Pequeño Productor Hondureño, que cuenten con 1 a 5 manzanas de producción agropecuaria.

Con una proyección climática favorable, sumada a precios de venta garantizados, tasas de interés bajas y la implementación de mecanismos que contrarrestan los efectos del cambio climático, los productores hondureños esperan que este 2017 sea uno de los años más rentables para las cosechas de granos básicos.

El Herald, (2017) detalla que: “Para las autoridades de la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), “el reto principal es producir lo que nosotros consumimos para eliminar la importación de productos en los que sé es deficitario y luego ver como tenemos excedentes, así como darle valor agregado” (párr.3).

2.1.3 Entorno Tecnológico

Los técnicos especialistas en realizar las recomendaciones de acuerdo a variedades de granos básicos, tipos de suelo y ciclos de producción, lo realizan de acuerdo a estudios científicos rigurosos elaborados para validar, registrar y certificar una semilla. Toma aproximadamente de 10 a 20 años de investigación para garantizar que es semilla de alto valor genético.

“Dicta también está trabajando en variedades resistentes a la sequía de maíz y sorgo y actualmente están próximos a liberar nueve variedades de ajonjolí para la zona sur, como parte de las acciones del gobierno para mejorar la seguridad alimentaria” Villeda, Miriam (2013).

Dicta con el apoyo de organismos internacionales ha fortalecido a los productores a nivel nacional con tecnologías a bajo costo que han sido favorables para incrementar los rendimientos en su producción.

Villeda, Miriam (2013), La Red SICTA desarrolla procesos de captura y sistematización de nuevas tecnologías de bajo costo, accesibles a las condiciones de los productores, con relación costo-beneficio, y con resultados ya validados en la mejora de la producción de maíz y frijol.

Los productores de Honduras, asistidos por Dicta, con apoyo de la Red SICTA, han recibido capacitaciones sobre tecnologías a bajo costo como; inoculante de frijol, densidad de siembra y pre secado de cultivos con plástico.

2.1.4 Entorno Político

La Gaceta, (2014) Afirma que “La Reforma Agraria es un proceso integral y un instrumento de transformación de la estructura agraria del país, destinado a sustituir el latifundio y el minifundio por un sistema de propiedad, tenencia y explotación de la tierra que garantice la justicia social en el campo y aumente la producción y la productividad del sector agropecuario”(p.2).

En Honduras los representantes de la agroindustria han demandado explorar nuevos mercados y promover un Diálogo Agrícola basado en la adopción de una política que contribuya a potenciar el aparato productivo nacional.

La SAG Dicta es un ente del Gobierno de la República, por ende el seguimiento de nuevas normas, diseños de proyectos y ejecución de los mismos pueden variar en base al nuevo personal político.

2.1.5 Entrono Sociocultural

La población actual de los productores asistidos por Dicta, el 70 por ciento son hombres que se dedican a la producción en las zonas rurales del país, y el 30 por ciento lo comprenden mujeres que se han ido incorporando a las cadenas alimentarias para darles el valor agregado a cada cultivo.

“Las mujeres representan 51.5% de la población total del país, el 53.5% de la población urbana y 49.8% de la rural de las cuales 1.7 millones de mujeres tienen edades comprendidas entre 15 y 49 años lo que representa un gran desafío en materia de salud sexual y reproductiva (Situación de las mujeres en Honduras" s. f, (p. 1).

En el caso de la producción de frutas realizan envasados; como ser mermeladas, jaleas, dulces, y la preparación de alimentos derivados del maíz, frijol; para comercializar el producto en sus comunidades y de esa manera contribuir a la seguridad alimentaria nutricional en sus hogares.

“La mayor parte de las mujeres en la zona rural trabajan en labores de post cosecha y comercialización de maíz y frijol, siendo las más comunes las actividades asociadas al secado, desgrane, soplado y ensacado”, Zúñiga (s.f).

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), es un aliado estratégico para brindar asesoría técnica y gestionando equidad de género en las familias rurales.

Terry & Lowder, (2011) manifiesta que; “Las mujeres rurales administran a menudo hogares complejos y adoptan múltiples estrategias de subsistencia. Sus actividades incluyen normalmente la producción de cultivos agrícolas, el cuidado de los animales, la elaboración y preparación de alimentos, el trabajo asalariado en agro empresas u otras empresas rurales, la recolección de combustible y agua, la participación en el comercio y la comercialización, el cuidado de los miembros de la familia y el mantenimiento de sus hogares”.

2.1.6 Micro Entorno

Está formado por todas aquellas variables sobre las que la organización puede influir o actuar de algún modo. El entorno específico, sin embargo, se refiere a la parte del entorno más próxima a la actividad habitual de la empresa, es decir, al sector o industria en el que la organización desarrolla su actividad.

Según, Libaert, (2012), detalle que “el Micro entorno consta de una serie de factores que afectan de forma específica a las empresas pertenecientes a un mismo sector, y sobre los que la organización tiene cierta capacidad de control. Estos factores son: los clientes, los proveedores, los actuales competidores, los competidores potenciales y los productos sustitutivos”.

Para orientar a los productores nacionales Dicta, tienen como finalidad ejecutar proyectos y capacitaciones que beneficien y oriente al productor nacional.

La Dirección de Ciencia y Tecnologías Agropecuaria (Dicta), es una institución que está organizada por varias unidades de trabajo, como ser la unidad de Administración y Finanzas, Contabilidad, Planificación y Presupuesto, Semilla, Ganadería, Capacitación, Generación de Tecnología, Transferencia de Tecnología, Estaciones Experimentales, Gestión Empresarial, Recursos Humanos, Proyectos Especiales, Informática, Comunicación Agrícola, Auditoría Interna y Asesoría Legal. Revista Dicta (2012).

Figura 2. Logotipo de la Institución



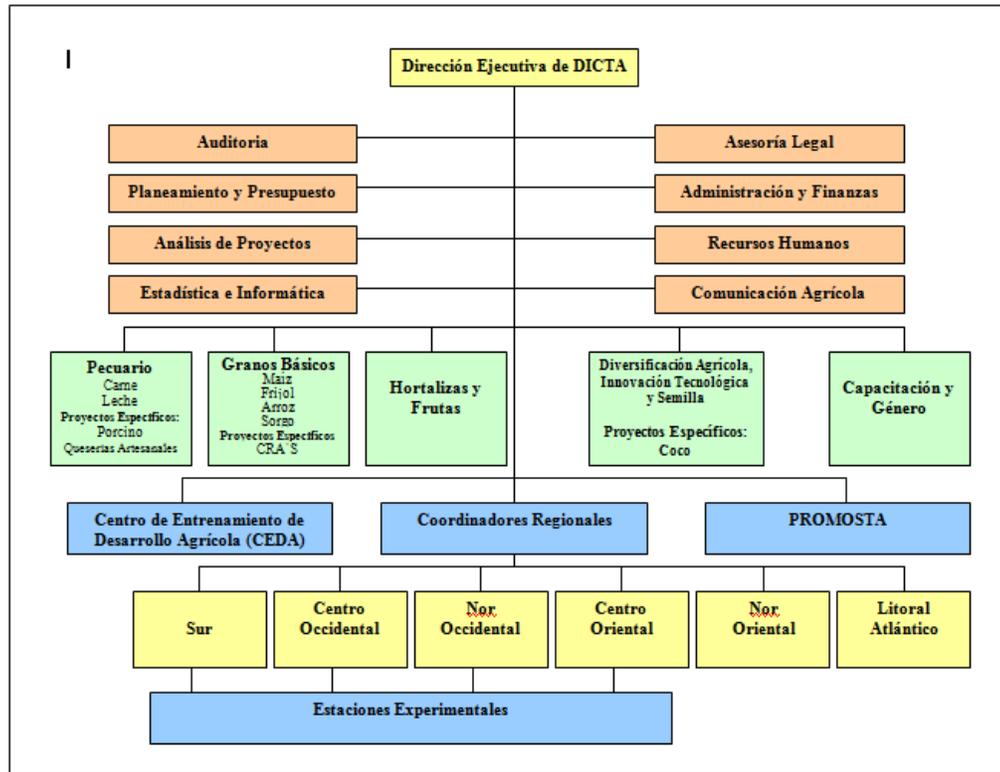
Fuente: Unidad de Comunicación Dicta 2017

También Dicta tiene el proyecto de Tecnologías Apropriadas que ayuda a la fabricación y comercialización de herramientas agropecuarias, como arados, sembradoras, fertilizadoras, cultivadoras, cosechadoras y sistemas de riego por goteo utilizando energía solar.

La Dirección, además, se encarga de capacitar a los campesinos para el uso apropiado de las semillas y de las tecnologías agropecuarias.

La asistencia es dirigida productores que disponen menos de cinco manzanas para realizar sus cultivos de granos básicos, hortalizas y vegetales.

Figura 3. Organigrama Operativo Dicta



Fuente SAG Dicta, 2012

DICTA, ejecuta el programa de Generación de Tecnología mediante la realización de investigación en granos básicos, ganadería, frutales y hortalizas en sus 11 estaciones experimentales a nivel nacional. Las estaciones experimentales son predios destinados a desarrollar actividades de investigación para la producción agrícola en rubros potenciales en sus respectivas áreas de influencia, localizadas en la mayoría de los valles productivos del país

También, cuenta con las estaciones de La Lujosa en Choluteca; Las Acacias en el Paraíso; El Guanacaste, Playitas, El CEDA y La Tabacalera en Comayagua; Omonita, en Cortés; Santa Catarina en Intibucá; Concepción en Olancho; y Ramón Villeda Morales en Ocotepeque.

Figura 4. Estaciones Experimentales



Fuente: Unidad de Comunicaciones de Dicta 2017

La Dirección tiene como objetivo garantizar el acceso del productor a los servicios de generación y transferencia de tecnología para que desarrollen sus capacidades de innovación en la producción de granos básicos (frijoles, maíz, arroz y sorgo) en todo el país.

A través del Departamento de Gestión Empresarial se capacita a los productores sobre la comercialización de sus productos tanto en el mercado interno y externo.

“La institución establece alianza con empresas privadas distribuidoras de semillas híbridas de granos básicos para crear variedades que permitan el mayor rendimiento en la producción y sean más resistentes a las plagas y enfermedades que impone el cambio climático” (Revista, Volvamos al Campo, dicta 2012).

El 30 por ciento de la semilla de granos básicos en Honduras es producida por Dicta y el resto se obtiene bajo licitaciones de las empresas privadas para suplirlas a los productores.

“Dicta entrega semilla de granos básicos a productores gratuitamente mediante el Bono de solidaridad productiva, es un proyecto que ejecuta Dicta desde el año 2006 con el apoyo del gobierno central con el objetivo de beneficiar a los pequeños productores con semilla de granos básicos y fertilizantes para aumentar la productividad en sus cosechas” Dicta, (2012).

Dentro de los objetivos estratégicos institucionales manifiestan garantizar el acceso del productor a los servicios de generación y transferencia de tecnología efectivos que propicien el desarrollo de las capacidades de innovación de la comunidad rural, la generación de empleo agrícola, mayor disponibilidad de alimentos y competitividad en un ámbito de equidad social y de sustentabilidad ambiental.

“La finalidad de orientar a pequeños y medianos productores sobre la generación y transferencia de tecnologías para mejorar y aumentar los rendimientos de sus cultivos, promover y fortalecer la imagen institucional, mediante la divulgación de los logros usando los diferentes medios de comunicación disponible” Dicta, (2013).

Desde entonces la unidad elabora materiales con aportes de los técnicos para informar a los productores sobre los avances tecnológicos de diferentes cultivos.

Figura 5. Publicaciones de la Unidad de Comunicación



Fuente: DICTA, 2013.

Actualmente, la Unidad de Comunicación Agrícola está integrada por la Jefe de la Unidad, que se encarga de dirigir la producción comunicativa para cumplir con la meta de informar a los productores y al público en general sobre las actividades y nuevos proyectos de la institución, también la conforma una periodista que se encarga de recopilar información y elaborar

comunicados de prensa y un camarógrafo que da el aporte técnico a la producción de entrevistas y videos para elaborar documentales, reportajes del acontecer de Dicta.

La ejecución del Plan de Comunicación Agrícola Dicta se escogió para evaluar cuáles son los productos y medios comunicativos que puede utilizar la institución con el propósito de que los productores tengan acceso a las orientaciones de los técnicos, agrónomos y especialistas en la gestión de proyectos.

Libaert, (2012), expresa que “Sea por tendencias impuestas por las circunstancias o porque las empresas disponen de mejores medios técnicos, la comunicación está en plena evolución. Hoy en día, un plan cuidadosamente elaborado y estructurado constituye la base indispensable de toda comunicación eficaz” (p 26).

2.1.7 Productores

Los productores agrícolas son los clientes directos de Dicta, la institución busca incidir en la aplicación de políticas públicas a nivel nacional para prestar los servicios que ellos requieren, de manera eficaz, eficiente y con alto grado de responsabilidad y calidad para contribuir al abastecimiento de granos básicos en el país.

Hasta la fecha, Dicta asiste a 7,500 productores de menor escala en producción, es decir, aquellos que disponen de menos de 5 manzanas para realizar las siembras de sus cultivos.

Se conoce que a través de todos los países centroamericanos se encuentran 2 millones de familias productoras de granos básicos que carecen de acceso al insumo principal para la producción de granos básicos como es la semilla; actualmente, en el mercado nacional existen variedad de semillas de los diferentes granos básicos pero los precios en algunos casos sale del alcance de estos productores, de igual manera existe venta de semilla artesanal pero no le garantiza

un buen rendimiento al momento de la cosecha generando muchas veces pérdidas que han puesto en riesgo la seguridad alimentaria.

Revista Agropecuaria, Dicta (2013), informa que “el Sector Agrícola de Honduras constituye el sustento principal de la economía y es fuente de bienestar para la población que en su mayoría vive en el campo. El sector productor contribuye de manera significativa a la seguridad alimentaria, sustentando la mayor ocupación e ingresos de la fuerza de trabajo y generando una proporción significativa de las divisas”.

Sin embargo, este potencial del sector no ha sido aprovechado plenamente debido a que las políticas públicas aplicadas no han dado respuesta a las necesidades de crecimiento, por lo que se encuentra deprimido y con limitada capacidad de resolver las necesidades básicas de la población y aprovechar eficientemente el potencial agroexportador.

Según, el Instituto Nacional de Estadística (INE), para el año 2012 se registraba 248,476 productores de granos básicos. En el censo de 2010 mostró la cantidad de 215,571 productores de granos; en el año 2003 solo para la producción de arroz se podía contar con 8,234 productores de este grano, y en el 2012 apenas se contabilizaban 1,143. Esto ha llevado a un desabastecimiento interno de este producto y por ende la importación del grano para satisfacer la demanda en el país.

En el país existen siete asociaciones de productores dedicadas a la producción e importación de semilla mejorada, pertenecientes en su totalidad al sector privado. Las empresas Hondugenet y Zamorano realizan la producción nacional de semilla mejorada de maíz, frijol, sorgo y arroz, mientras que Bayer, Cadelga, Duwest, Monsanto y Cristiani realizan importaciones de maíz y sorgo.

2.1.8 Proveedores

SAG Dicta, es una institución que carece de recursos económicos para potenciar el desarrollo agrícola, sin embargo, establece alianzas estratégicas con organismos internacionales involucrados en el sector para brindar apoyo a los pequeños productores de granos básicos en el país.

Actualmente, ejecuta proyectos de cooperación técnica con Corea, a través de KoLFACI, la cual es una iniciativa de cooperación multilateral que se centra en compartir conocimientos y experiencias en tecnología agrícola y servicios de extensión para promover el desarrollo agrícola sostenible en los países de América Latina y el Caribe.

“Los proyectos ejecutados por KoLFACI aporta al incremento de la productividad del Arroz, mediante la administración eficiente del agua para Riego dentro de la segunda fase y Mejoramiento del Ambiente del Cultivo en Tierra a través de la utilización eficiente de los Abonos Orgánicos y Biológicos como primera fase, ambos fundamentales para el desarrollo agrícola del país” Dicta (2013).

De igual manera, se ejecutan proyectos con Technoserve de la Universidad Estatal de Michigan de Estados Unidos de América, donde se busca mejorar la productividad de frijol, mediante la dotación de semillas de calidad a los productores.

Asimismo, con el Programa Mundial de Alimentos (PMA), el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura(FAO), con la finalidad de ejecutar nuevos proyectos que beneficie a diferentes familias productoras de granos básicos a nivel nacional.

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

2.2.1 Análisis de las metodologías

1- Plan de Comunicación Agrícola

Camargo, (2012), afirma que “Planificar las comunicaciones es el proceso para determinar las necesidades de información de los interesados en el proyecto y para definir cómo abordar las comunicaciones” (párr.2).

Con la finalidad de lograr una comunicación efectiva entre Dicta y los productores se diseñará el Plan de Comunicación Agrícola que constará de información técnica del sector agropecuario, a través de medios adaptables a los campesinos.

Además, el Plan de Comunicación será el instructivo para los empleados de Dicta que están en contacto permanente con los campesinos.

El proceso de comunicación se basa en Emisión de mensajes, canal, recepción de mensajes, receptor, retroalimentación y emisor. (Fiallos, Reina, (2017).

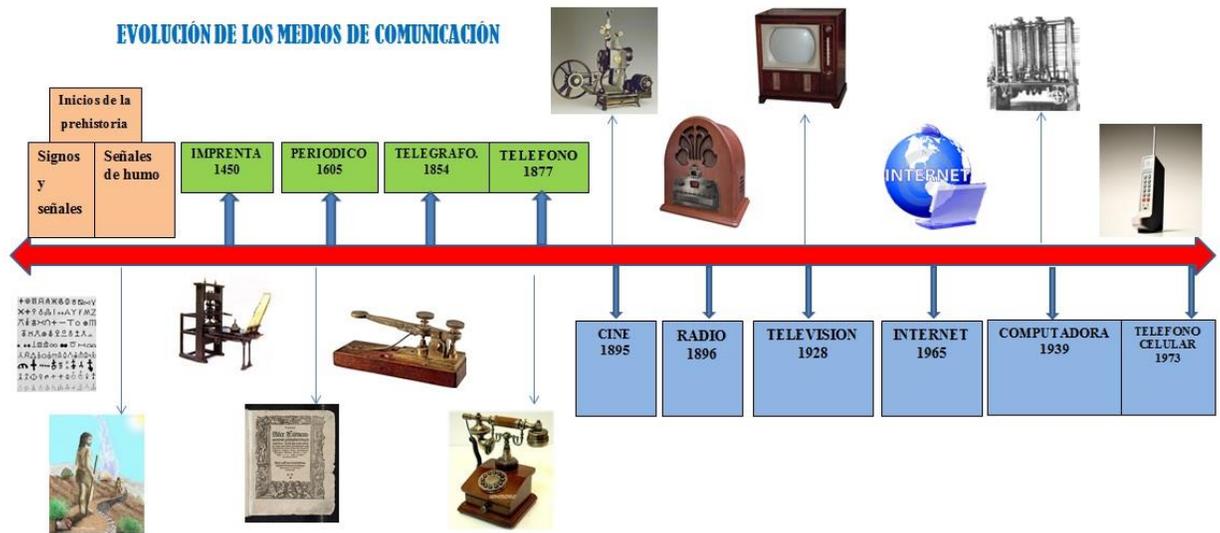
La administración de las comunicaciones incluye los procesos requeridos para garantizar que la generación, la recopilación, la distribución, el almacenamiento, la recuperación y la disposición final de la información del proyecto sean adecuados y oportunos. Camargo, (2012).

¿Cómo funciona el proceso de comunicación?

“Para comprender lo que significa la comunicación masiva en la era digital, es importante entender primero el proceso de comunicación. La comunicación es el acto de enviar mensajes, ideas y opiniones de una persona a otra. Escribir y hablar unos con otros son dos formas humanas de comunicarse. También nos comunicamos cuando gesticulamos, movemos el cuerpo o movemos los ojos” Biagi, s.f. (p.7).

Biagi, (s.f), manifiesta que “Durante la década 1930, para escuchar la radio se necesitaban que las casas tuvieran instalación eléctrica. Se colocaba un aparato de radio cerca de un contacto eléctrico y acomodaba el mobiliario para que la familia pudiera escuchar adecuadamente los programas” (p.7).

Figura 6. Evolución de los Medios de Comunicación



Fuente: Lengua Castellana en línea

Además, nos menciona que: “El término industrias de los medios masivos de comunicación comprende ocho tipos de empresas de medios masivos. La palabra industrias, cuando se utiliza para describir a las empresas de medios, por énfasis en el principal objetivo de los medios masivos a nivel global es generar dinero. Las ocho industrias de medios son: Libros, Periódicos, Revistas, Radio, Cine, Discos, Televisión e Internet”.

“La televisión comunitaria se nutrió del experimento de la radio comunitaria a tal punto que hoy los fundamentos de este tipo de televisión son prácticamente calcados de lo que representó y representa la radio para cimentar las bases del progreso de las gentes, cuando se utiliza con carácter participativo, autogestionario, liberador, activista y como motor de las transformaciones sociales” (Rincón, 2017, p. 129).

Rincón (2017) expresa que “Hace 50 años la radio se constituyó en la pionera del concepto moderno de la comunicación para el desarrollo, gracias a sus facilidades técnicas y baja inversión, así como a la familiaridad y complicidad que tiene con el oyente” (p.129).

Comunicación para el Desarrollo Rural

Rincón, (2017), manifiesta “La UNESCO, es una institución que en las dos últimas décadas le apuesta a la comunicación como elemento que puede contribuir al desarrollo rural, especialmente en los países de América Latina. El esfuerzo se centra en construir ciudades que los ciudadanos de cualquier origen las sientan como propias y aprendan a convivir armónicamente, pese a las dificultades propias de grandes urbes cuyo crecimiento ha sido desmesurado” (p.123).

Para promover el Plan de Comunicación Agrícola se revisará la visión instrumental de la comunicación y los medios de diseminación, es decir, definir aquella que privilegia los mensajes o la información a los productores, por otra que promueva un enfoque participativo en la aportación de transferencias y generación de tecnologías agrícolas.

Rincón, (2017) afirma; “La comunicación tiene una injerencia importante en estos procesos, toda vez que puede fomentar la democracia para la concertación de diversos actores en la formulación de los planes de desarrollo, e intervenir en la creación de una cultura cívica y acercar a los ciudadanos con sus gobernantes en términos de mayor compromiso y diálogo social mediante información útil, clara y oportuna” (p.127).

La Tecnología cambia el consumo de la comunicación masiva

“A través, de los siglos, los canales de comunicación han cambiado en forma impresionante; pero la idea de que una sociedad pagará por estar informada y entretenida no es nueva. En el imperio Romano, la gente que deseaba enterarse acerca de lo que acontecía le pagaba a oradores profesionales una moneda (gaceta) por el privilegio de escucharles relatar los acontecimientos del día” Biagi, s.f, (p.16).

En el mundo han existido varias formas de comunicarse tanto como por señas, cartas, a larga distancia, en la actualidad se realiza por medio de dispositivos tecnológicos como el uso del internet mediante correos electrónicos, redes sociales, que han logrado a través del tiempo un aporte de gran ayuda e importancia en las comunicaciones, ya que han permitido que el ser humano se desempeñe de una manera mucho más eficiente.

Libaert, (2012), menciona que “Debido a su gran avance, se podría decir que el internet no sería solo un simple medio de comunicación más en el mundo, sino toda una red capaz de transmitir todo tipo de información que además abarca a la televisión, la radio y la telefonía celular, lo que lo constituye un medio de comunicación versátil y múltiple, de hecho, hoy en día el internet trasporta vídeo, telefonía y otras formas de información como el sonido” (p.45).

En la actualidad, los avances tecnológicos y la creciente disponibilidad de Internet han acelerado el proceso informativo de toda empresa. A medias van surgiendo nuevas tecnologías de información, resulta más accesible transmitir un mensaje por diversos medios de comunicación de manera inmediata.

“Los países del Tercer Mundo suelen pensar que la tecnología son instrumentos a los que sólo pueden acceder y usufructuar las capas de la sociedad con recursos económicos suficientes, pero no en que deberían ser de utilidad para la mayoría de la gente. Desde la perspectiva del desarrollo humano lo que se pretende es conciliar la práctica y la teoría, para que los adelantos tecnológicos sirvan para disminuir la desigualdad y reducir la brecha digital, esto es, la de una minoría que disfruta de sus beneficios y la de gran parte de la población que resulta marginada” (Rincón, 2017, p. 129).

La nueva red de comunicaciones exige que todo el mundo tenga acceso a la tecnología digitalizada. En la actualidad las empresas de transmisión electrónica y los operadores de cable tienen acceso a la programación y a los servicios, pero muchas de estas tecnologías aún no son adoptadas en las zonas rurales de Honduras.

2- Cultura Organizacional

Para cualquier organización, una estructura adecuada facilita las respuestas eficaces a los problemas de coordinación y motivación, es decir, problemas que pueden surgir por un sinnúmero de razones ambientales, tecnológicas y humanas.

Jones, (s. f.), expresa que “La teoría organizacional es el estudio de cómo funcionan las organizaciones y como afectan y se ven afectadas por el ambiente en el que operan” (p.8).

Jones, (s. f.), manifiesta que “La estructura organizacional es el sistema formal de las relaciones entre tarea y autoridad, que controla como la gente coordina sus acciones y utiliza los recursos para alcanzar las metas organizacionales” (p.9).

“La cultura organizacional es el conjunto de valores y normas compartidos que controla las interacciones entre los integrantes de la organización y con los proveedores, clientes y otras personas externas a la misma”. (Jones, s. f., p. 214).

Los técnicos son quienes llevan a cabo el valor principal de DICTA, ya que trabajan buscando nuevas formas de mejorar la agricultura para compartirla con los campesinos, y de esta forma poder tener la cosecha y post cosecha a tiempo, para ello es necesario controlar las actividades que se llevan a cabo con los productores, así como poder elegir los medios del Plan de Comunicación que emplearan dependiendo la zona en la cual se desempeñan.

Según, Robbins & Judge, (2013), menciona que: Existen siete características fundamentales de la cultura de la organización:

- Innovación y toma de riesgos: grado en que se estimula a los trabajadores a que sean innovadores.
- Atención a detalles: Grado en que se espera que los individuos muestren precisión, análisis y atención por los detalles
- Orientación a los resultados: La gerencia se centra en los resultados o eventos, y no en las técnicas y procesos utilizados para lograrlos..
- Orientación a los equipos: Grado en que las actividades laborales están organizadas por equipos en vez de individuos.
- Dinamismo: Grado en que las personas son dinámicas y competitivas.
- Estabilidad: Grado en que las actividades organizacionales hacen énfasis en mantener el statu quo y no en el crecimiento.

En nuestro caso aplicaremos el uso de una cultura organizacional positiva con los técnicos, haciendo énfasis en el desarrollo de las fortalezas de los empleados, recompensa en vez de sanción, y destaca la vitalidad y crecimiento individuales.

Robbins & Judge, (2013), manifiesta que: “El Desarrollo de las fortalezas de los empleados: aunque una cultura organizacional positiva no ignora los problemas, hace énfasis en mostrar a los trabajadores como pueden aprovechar sus fortalezas” (p. 527).

Muchos gerentes evitan los elogios ya sea porque temen que los trabajadores reduzcan su desempeño o porque no valoren los elogios.

Robbins & Judge, (2013), expresa que: “Recompensar más que castigar: la mayoría de las organizaciones se enfocan más en recompensas extrínsecas como el salario y los ascensos, a menudo se olvidan del poder de las recompensas más pequeñas y menos costosas, como los elogios. En parte, crear una cultura organizacional positiva implica “atrapar a los trabajadores haciendo algo bueno” (p. 527).

Sobre el énfasis en la vitalidad y el crecimiento, el autor nos menciona que “Ninguna organización obtendrá lo mejor de una fuerza laboral que se considera a sí misma como el simple engrane de una máquina. Una cultura positiva reconoce la diferencia entre un trabajo y una carrera, y no únicamente reconoce la forma en que el empleado contribuye a la eficacia de la organización, sino también lo que la compañía puede hacer para que el empleado logre mayor eficacia, tanto a nivel personal como profesional”. (p. 528).

En la década de los sesenta, Henry Mintzberg surge con un estudio cuidadoso, en un momento en que se siente necesario dar cuenta de fenómenos globales que tienen lugar en organizaciones.

“Henry Mintzberg emprendió un estudio cuidadoso de cinco ejecutivos con la finalidad de determinar lo que hacían en sus trabajos y de esta forma se comienza a estudiar y analizar lo que es el clima organizacional para paralelo descubrir y comenzar analizar la cultura organizacional desde el año 1960”(Robbins & Judge, s. f., (párr. 2).

De acuerdo a los aportes de los diversos autores el clima organizacional son las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da y las diversas regulaciones formales que afectan a dicho trabajo.

Robbins & Judgep “El clima organizacional es afectado por el comportamiento de sus miembros y por variables. Cuando el clima es grato, el individuo sin darse cuenta contribuye con su comportamiento a que este clima sea agradable. Entre las variables que lo afectan están los estilos de dirección, políticas, despidos, contratación; que a su vez pueden ser afectadas por el clima” (p.557).

Motivar a los Empleados

Griffin & Van Fleet, (2016), menciona que; “Una de las funciones básicas de la dirección es motivar a los empleados. Este proceso depende mucho de las habilidades interpersonales en la institución. La motivación se refiere al conjunto de fuerzas que hacen que los individuos se comporten de determinadas maneras” (p.127).

En toda empresa el desempeño individual suele ser determinado por tres factores: la motivación (el desempeño de desempeñar el trabajo), la capacidad y la destreza de llevarlo a cabo, y el entorno laboral.

“Si un empleado no tiene las habilidades necesarias, el director puede capacitarle o reemplazarle. Si existe un problema de recursos, esto lo puede corregir. Pero si la motivación es el inconveniente, la tarea del director es un gran desafío. La conducta del individuo es un fenómeno muy complejo, y aquel podría tener una dificultad para determinar con precisión. (Griffin & Van Fleet, 2016, p. 127).

Es oportuno conocer la motivación con la que disponen los técnicos agropecuarios de Dicta, para impartir las tecnologías agrícolas que son diseminadas mediante diversos de comunicación a los productores nacionales.

Usar un análisis FODA para formular la estrategia

Para ejecutar la información precisa e inmediata a los productores agrícolas, es necesario disponer de una estrategia basada en segmentos que se requieren de tiempo y forma para que el productor los aplique en sus parcelas.

Griffin & Van Fleet, (2016), afirma que “Efectuar un análisis FODA es uno de los pasos más importantes para formular estrategias. Con la misión de la organización como contexto, los directores evalúan sus fortalezas (competencias distintas) y debilidades internas, así como las oportunidades y las amenazas externas. A partir de ahí la meta es crear estrategias idóneas que exploten las oportunidades y las fortalezas, que neutralicen las amenazas y que eviten las debilidades” (p.157).

Dirigir La Innovación

Como pilar fundamental para ejecutar la innovación en semillas tolerantes al efecto del cambio climático, Dicta ejecuta los programas de transferencia y generación de tecnología que consisten en realizar estudios de tecnologías para disponer semillas de granos básicos a los productores.

“La innovación se refiere a las actividades que dirige y administra una compañía para desarrollar productos o servicios nuevos o usos nuevos para existente. Es importante porque sin bienes o servicios de nueva creación una organización se quedará a la zaga de sus competidores” Griffin & Van Fleet, (2016).

Figura 7. Semillas de granos básicos



Fuente: SAG Dicta 2014

Griffin & Van Fleet, (2016), expresa que “El proceso de innovación en las compañías consiste en desarrollar, aplicar, lanzar, aumentar y dirigir la madurez en acciones creativas. Implica evaluar modificar y perfeccionar ideas creativas. Pueden transformar un producto o servicio de gran potencial” (p.180).

Mediante esta metodología de cultura organizacional positiva a implementar en los técnicos, conoceremos el nivel de satisfacción, compromiso con el que realizan su trabajo y muestran las tecnologías agrícolas a los productores.

Dirección de Mercadotecnia: Es fundamental para tomar las decisiones y resolver las necesidades que enfrentan los productores al momento de realizar sus cultivos.

Con el objetivo de obtener la información sobre el tipo de material de mayor beneficio para los productores, así como el medio de comunicación favorito por ellos, se desarrollará la encuesta oportuna que se aplicará a grupos de Asociaciones de Productores de diferentes departamentos del país.

2.2.2 Antecedentes de las metodologías previas

Comunicación

La comunicación a lo largo del tiempo ha ido evolucionando y mejorando para que las personas tengan de una manera simple y fácil la información que requieren. Para hacer balance de cómo se ha ido desarrollando a lo largo de la historia se muestra a continuación un pequeño resumen de los medios comunicativos antes utilizados.

Los egipcios fueron los primeros que plasmaban sobre piedra o pared mediante unas figuras llamadas jeroglíficos las actividades que realizaban para evitar que se les olvidara. Ellos fueron los primeros en introducir la escritura.

Los romanos en su caso utilizaban a personas para que llevaran una noticia de un lugar a otro mientras que los indios americanos se bastaban de fogatas para identificar donde se encontraban o para comunicarse con otra aldea.

En la evolución de la comunicación también encontramos el telégrafo que fue un medio de comunicación a distancia el cual se transmitían los mensajes con un código llamado clave Morse. El primer mensaje, dio inicio a una nueva forma de redes de comunicación.

“El telégrafo fue uno de los mejores acontecimientos en aquella época a pesar de que fue sometido a muchos cambios que a diferencia del original brindaba un mejor servicio” Fernández, (2012).

Tal fue la evolución del telégrafo que se le dio paso al teléfono siendo hasta ahora una de las mejores herramientas de la comunicación ya que convierte el habla en impulso que viaja por la línea telefónica hasta llegar a su destino donde es nuevamente transformado.

Luego del telégrafo se menciona la aparición de la radio que es uno de los sistemas de comunicación que se ha desarrollado de tal manera que han creado un medio bastante agradable y creativo dentro de la comunidad por ser uno de los mejores, ya que por este medio se pueden expresar muchas cosas como arte, noticias, entre otros.

La radio es un medio esencialmente auditivo, sus características la hacen muy versátil y un importante medio para la difusión de información y educación, pese a que es un medio fugaz por su elocuencia de transmitir las noticias, es de lo más utilizados en el país.

Según los estudios realizados por la UNESCO y que recoge Francisco de Paula, en la que llega a la conclusión que en Latinoamérica 5 de cada 10 personas hace uso de la radio; con esto nos damos cuenta de la importancia de la radio para el desarrollo social, su gran audiencia, a pesar del bajo nivel de desarrollo económico, en los pueblos de hispanoamericanos, la radiodifusión, está relativamente avanzada. Se nota la tendencia a utilizar la radio para la educación.

Seguidamente de la Radio, evoluciona la Televisión que además de permitir escuchar un sonido permite proyectar una imagen de un suceso que esté ocurriendo en el momento de forma instantánea.

Fernández, (2012), afirma que: “La televisión comenzó siendo de blanco y negro evolucionando años más tarde a televisión en color. Pero no sólo se ha mejorado de la televisión el color sino que se ha dejado atrás esas imágenes, dando paso a las televisiones ‘planas’ como las LCD o Plasma”.

Además, nos detalla que el surgimiento de los ordenadores han hecho que la mayoría de las personas puedan acceder mediante internet a la información que ellos precisen es decir, que puedan recibir, almacenar e incluso enviar información.

Por otro lado, encontramos el teléfono móvil. Esta máquina ha conseguido que en poco tiempo se haya convertido en un aparato imprescindible en la vida de las personas. Se ha pasado de aquellos teléfonos grandes sólo capaces de llamar y mandar mensajes cortos a los teléfonos de pequeñas dimensiones con capacidad para enviar SMS, MMS, conexión a internet, videoconferencias, etc.

Los medios de comunicación han sufrido algunas transformaciones a lo largo del tiempo, estas transformaciones les permite seguir siendo una gran alternativa de consumo, puesto que las audiencias y sus preferencias también se van transformando.

Bruni & Calabrese, (2012), detalla que: “Una serie de estrategias de comunicación dirigidas a diferentes grupos de interés en el desarrollo rural (políticos, sindicatos o gremios, investigadores y científicos, familias rurales, líderes de opinión y líderes en los medios rural y urbano) pueden servir de puente entre las exigencias de los agricultores, del mercado y de quienes toman las decisiones de las políticas públicas en el país” (P.6).

La manera de informar a los productores sobre el acontecer agropecuario, lo realizan mediante notas publicadas en los periódicos de mayor circulación en el país, desconociendo el nivel educativo de la población rural dedicada a hacer producir la tierra.

Bruni & Calabrese, (2012), manifiesta que: “Una de las principales dificultades para detectar y controlar los puntos críticos de los procesos de desarrollo agrícola y rural, sobre todo en los países más pobres, reside en la capacidad de compromiso, decisión y acción de la clase política y de los dirigentes. En este contexto, la comunicación agrícola y rural puede contribuir a abordar este reto” (p.6).

La utilización coordinada de los enfoques tradicionales y modernos de comunicación como herramienta técnica de apoyo en los programas agrícolas permite, con una perspectiva estratégica, realizar programas que involucran a distintos grupos sociales a través de métodos y medios que optimizan los resultados e impactan en sus condiciones socio-económicas y estilos de vida.

Para efectos del diseño del Plan de Comunicación Agrícola se revisará cada una de las publicaciones más recientes para ver qué tipo de publicación era y a qué mes correspondían para poder tener un registro de qué clase de productos comunicativos se editaron en la Unidad de Comunicación Agrícola de Dicta para orientar a los productores.

A medida se van desarrollando nuevas tecnologías en el sector agropecuario, se conocen las diversas necesidades que requieren los agricultores para llevar a cabo su día a día, mediante el uso de nuevos medios de comunicación y de esa manera lograr los rendimientos esperados en su cosecha.

Cada año se van incorporando nuevos aliados estratégicos para brindar un apoyo económico en el sector rural, como ser la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (IICA) entre otros.

Cultura Organizacional

Robbins & Judge, (2013), afirma que: “La cultura organizacional se ha descrito como los valores principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la manera en que actúan los miembros en una empresa”. (p.530).

En la mayoría de las organizaciones, estos valores y prácticas compartidas han evolucionado con el tiempo y determinan en gran medida como se hacen las actividades en la organización.

Figura 8. Evolución de Cultura Organizacional



Fuente: Vertel (2013)

Los enfoques sobre cultura organizacional varían desde las diferentes manifestaciones culturales: valores, creencias, ritos, historias, etc., hasta el rol del gerente como emisor de la cultura de las organizaciones.

Con el paso de los años, han sido muchos los intentos del hombre por elevar la productividad en todos los campos laborales, y de esta necesidad tan apremiante es como fueron surgiendo progresivamente distintas escuelas que con ideas y filosofías diferentes buscaban una respuesta acerca de esta problemática.

Vertel, (2013) indica que: “El concepto de cultura organizacional influye en la productividad, por eso ha adquirido gran importancia dentro de las organizaciones y se ha vuelto objeto de estudio de diversos autores”.

Conocer tales comportamientos revelará por qué algunos cambios y estrategias que se ejecutan en las organizaciones no son efectivos.

Las grandes empresas y sobre todo aquellas que tienen culturas arraigadas y sólidas hoy se enfrentan al desafío de lograr que su cultura evolucione con los nuevos valores de su capital humano.

Sonromán, (2017) indica que: “Los valores tanto de una organización como de un individuo eran operativos, es decir pautas de comportamiento reforzados con sus propias creencias, sin embargo producto del paradigma inverso, los valores de hoy son dinámicos, se enfrentan cotidianamente a la situación que se presenta y existe una mayor flexibilidad para adaptarlos”

El mecanismo que estamos proponiendo para lograr este reto, es la definición muy específica y concreta de los comportamientos esperados de acuerdo a los valores de la empresa. Es decir, las sesiones de capacitación y alineación estratégica han de centrarse en proporcionar las habilidades necesarias para que el capital humano pueda desarrollar comportamientos medibles y observables que estén alineados a los valores corporativos en beneficio de los productores.

2.2.3 Análisis crítico de las metodologías

Diseñar el Plan de Comunicación Agrícola servirá como un instrumento para la institución con la metodología implementada para orientar a los productores en tiempo y forma sobre las buenas prácticas agrícolas.

Bruni & Calabrese, (2012), menciona que “La posibilidad de utilizar medios de comunicación de masas como la radio y la televisión así como, medios de comunicación alternativa radios locales por ejemplo e interpersonal, permite no sólo conectar mejor a las ciudades y el campo; permite también generar o fortalecer situaciones de credibilidad y confianza entre los actores involucrados en un proceso de desarrollo” (p.6).

Analizando cada uno de los productos comunicativos para evaluar los contenidos, examinar los temas que tratan, cuáles son las orientaciones técnicas más frecuentes que se exponen a los productores y los medios de comunicación esenciales.

En esta etapa se identificarán cuáles son las necesidades que requiere el personal de técnicos especialistas en el sector agropecuario, para orientar a los productores, así como conocer los temas de mayor interés para los mismos y los medios de comunicación.

Se mencionan algunas ventajas así como desventajas al implantar el Plan de Comunicación Agrícola de Dicta.

Ventajas

- Productores informados con los temas actuales sobre cosecha de granos.
- Asesoría técnica en plagas y enfermedades sobre medidas para erradicar las mismas.
- Medios de comunicación factibles para los productores
- Credibilidad de Dicta ante los productores
- Visión y Misión cumplida por la institución
- Abastecimiento de granos básicos en el país.

Desventajas

- ¿Qué la información no sea comprendida por los agricultores?
- Falta de ejecución del Plan de Comunicación Agrícola por la institución
- Falta de compromiso por parte de los productores para llevar a cabo la práctica de lo instruido.

Por falta de visibilidad de algunos medios de comunicación en zonas rurales, los productores no hacen uso de las redes sociales, televisión, radio, etc., para recibir la información con inmediatez que aportaría de gran manera enriquecer sus conocimientos para llevarlo a la práctica y lograr incrementar la producción de sus cultivos.

Cultura Organizacional: Es el valor fundamental que aprecian los empleados, generando un impacto en la moral, la motivación, satisfacción y productividad en la compañía.

También, planteamos las ventajas y desventajas de la cultura organizacional al proponer el plan de comunicación.

Ventajas

- Planificación de actividades por los técnicos especialistas
- Información sobre tecnologías agrícolas disponibles para los productores
- Asistencia técnica oportuna sobre los diversos ciclos de producción
- Manual de metodologías impartidas para los nuevos técnicos
- Más productores capacitados a nivel nacional
- Motivación de los empleados en la empresa

Desventajas

- Falta de planificación de actividades
- Desacuerdos entre el personal técnico
- Falta de identificación con los productores

Para efectuar un mayor compromiso entre los técnicos es fundamental conocer el nivel de compromiso para orientar a los productores.

2.3 Conceptualización

En la actualidad un Plan de Comunicación es indispensable en cualquier área para disponer de herramientas idóneas que nos lleven a lograr nuestro objetivo final.

El Plan de Comunicación: “ No debe diseñarse de la nada, tiene que elaborarse con base en el conocimiento de modelos estratégicos que podrían parecer sin relación directa, pero cuya estructuración opera con un método similar” Señala, Libaert, (2012).

Comunicación: “Transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor. Puede ser de manera directa o indirecta a través de los medios de Prensa Escrita, Cine, Radio, Televisión y también puede ser unilateral de orden verbal o recíproca vía teléfono” Thompson, Iván, (2012).

“Factores económicos: Son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa” Gómez, 2012, (p. 23).

Semillas Híbridas: Este tipo de semillas proviene del cruzamiento de diferentes líneas, por lo tanto su potencial de rendimiento se expresa en una sola generación, no pudiendo volver a resembrarse.

Transferencia de Tecnologías: Es un mecanismo de propagación de capacidades, normalmente entre países con diferente nivel de desarrollo. La transferencia puede ser de objetos técnicos y artefactos, como de conocimientos, Dicta (2013).

Campesino: Es tradicionalmente definido como el miembro de una comunidad en una sociedad agraria o rural. (Edición 2012, Diccionario Esencial de la Lengua Española)

Panfletos: El panfleto a diferencia de un folleto no da información prolongada ni detallada sobre algún producto o servicio, su contenido es más bien "político" o de carácter más agresivo o difamatorio. Aunque no se descarta que por su carácter económico muchas personas lo utilizan con un fin publicitario también.

Bruni & Calabrese, (2012), Comunicación corporativa: encargada de explicar lo que es una organización y lo que hace. Esta comunicación construye las bases de la confianza, al permitir que la institución se comprometa en un diálogo y fortalezca la confianza en su trabajo.

2.5 Marco Legal

"Ley para la Modernización y Desarrollo del Sector Agrícola (LMDSA)". Fue emitida el 5 de marzo de 1992, en el gobierno del presidente Rafael Leonardo Callejas, ésta Ley es un instrumento sectorial del ajuste estructural de la economía hondureña, puesto en marcha en el año de 1990.

Decreto No.31- 92 Menciona "La modernización de la producción agrícola forma parte principal de la estrategia general de desarrollo del país y una manera de satisfacer las necesidades básicas de la población, especialmente en lo que se refiere a la seguridad alimentaria" (p.10).

A través de esta Ley se reformó la Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG) y por ende sus direcciones descentralizadas como la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta).

CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Congruencia Metodológica

En este capítulo se describe la congruencia metodológica de la investigación en donde se corrobora el planteamiento y la metodología utilizada y se brinda una definición sobre la operacionalización de las variables, para determinar la relación entre ellas.

Seguidamente, se describe el enfoque y método utilizado en la investigación, así como su diseño, detallando la población, muestra y unidad de análisis la cual será objeto de estudio.

Asimismo, se detallan las técnicas, instrumentos y procedimientos utilizados para la recolección de datos, en base al enfoque utilizado y las fuentes de informaciones tanto primarias como secundarias a las que se tuvieron acceso.

Tabla 1. Matriz Metodológica

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION	OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION	PREGUNTAS DE INVESTIGACION
<p>Propuesta del plan de Comunicación agrícola para orientar a los productores de granos básicos a nivel nacional</p>	<p>Proponer un Plan de Comunicación Agrícola para que brinde mayor orientación a los productores del sector agropecuario en el país, sobre el tiempo de siembra y características de variedades de granos básicos de acuerdo a tipo de suelo, altura y ciclo de producción.</p>	<p>-1. Determinar cuáles son los medios de comunicación más utilizados por los campesinos para poder informar sobre el quehacer de la Dicta.</p> <p>2. Analizar cuáles fueron los materiales que más se editaron en la Unidad de Comunicación Agrícola de Dicta, para el mejoramiento de las nuevas ediciones.</p> <p>-3. Identificar cuáles son los temas que tratan los diferentes</p>	<p>1.- ¿Qué factores influyen para que la información llegue a los productores?</p> <p>2. ¿Cuáles son los materiales de utilidad para que los productores adopten la información técnica para las siembras de sus cultivos?</p> <p>3- ¿Qué información requieren los productores para el</p>

		productos de la Unidad de Comunicación Agrícola de Dicta. 4- Desarrollar un Plan de Comunicación para mantener orientado a los productores.	mejoramiento de sus cosechas? 4. ¿Cuál es la metodología para mostrar a los productores los lineamientos a seguir en tiempo y forma y, lograr mayor producción en sus cosechas?
--	--	---	---

3.2 Definición operacional de las Variables

A través de este proceso se pretende realizar una definición conceptual de las variables involucradas para la mejor comprensión de las mismas dentro del estudio de investigación. Seguidamente, en base a ello, se proporciona una definición operacional para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de una forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente.

Tabla 2. Operacionalización de las Variables

VARIABLE DEPENDIENTES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM
--------------------------	--------------------------	---------------------------	-----------	-------------	------

Comunicación efectiva entre productores y Dicta	Es efectiva la comunicación cuando el mensaje que se pretende enviar llega al receptor de la manera más similar posible a la idea que quiso expresarse. Ribeiro, (2015).	Conocer las características de la personalidad y de la cultura del receptor, ayudan mucho en este sentido	Nivel educativo	Ninguno Primaria Secundaria	Encuesta 7-8
Cultura Organizacional	Es el conjunto de valores y normas compartidos que controla las interacciones entre los integrantes de la organización y personas externas Jones, (s.f).	El estudio de cómo funcionan las organizaciones y como afectan y se ven afectadas por el ambiente en que operan.	Planificación Logística Distribución de semillas	Información a tiempo Productores beneficiados	Entrevista

Tabla 3. Variables Independientes

VARIABLES INDEPENDIENTES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM
Factores de Motivación	Se caracteriza como un rasgo personal, sino por la interacción de las personas con la situación, por ello la motivación varía de una persona a otra y en una misma persona puede variar en diferentes	Indican los métodos que contribuyen a la motivación en la institución	Incentivos Seguridad	Información precisa Reconocimientos (distintos tipos) Estabilidad laboral	Entrevista

	momentos y situaciones.				
Tecnologías Agrícolas	Son los conocimientos, las técnicas y los artefactos que permiten la utilización de elementos tecnológicos en las tareas ganaderas y agrícolas.	Es la seguridad que tienen los productores para aplicar las tecnologías que ofrece Dicta.	Información recibida y aplicada	Manuales técnicos - Trifolios - Charlas	Encuesta 2
Factores Educativos	Comprende la relación que existe entre los contenidos y los métodos con los que se educan a las nuevas generaciones y su entorno natural. Ribeiro (2014).	Establecen las normas y procedimientos que seguirán para medir las variables.	Nivel educativo	Ninguno Primaria Secundario	Datos demográficos

A través de este proceso se pretende realizar una definición conceptual de las variables involucradas para la mejor comprensión de las mismas dentro del estudio de investigación. Seguidamente, en base a ello, se proporciona una definición operacional para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de una forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente.

3.3 Enfoque de la Investigación

Basándonos en el problema y los objetivos planteados, esta investigación tiene un enfoque mixto porque se utilizarán métodos de investigación tanto cualitativos como cuantitativos.

De acuerdo a Hernández, Sampieri, (2014) “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos

cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p.534).

3.4 Alcance de la Investigación

Considerando como base el objetivo general, nuestra investigación será de carácter descriptivo ya que se pretende desarrollar un Plan de Comunicación Agrícola de Dicta para orientar a los productores, mediante una descripción de tecnologías apropiadas para las siembras que realizan los campesinos mediante factores económicos, educativos, políticos, culturales.

Hernández, Sampieri, (2014), Menciona que “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas (p.92).

Además, nuestro estudio de investigación contiene un análisis explicativo para responder a las causas de la falta de información en tiempo y forma a los productores.

Hernández, Sampieri, (2014), expresa que “ Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de estos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno que hacen referentes” (p. 96).

3. 5 Diseño de la Investigación

La investigación a realizar es de tipo no experimental ya que no se pretende manipular ninguna de las variables independientes en el estudio, y con un diseño transversal.

Malhotra, (2016) detalla que: “Los diseños Transversales implica obtener una sola vez la información de cualquier muestra de los elementos de la población. Por ejemplo, en un momento dado se realiza una encuesta, se analizan los datos y se elabora un informe” (p.63).

3.5.1. Población

Honduras cuenta con un total aproximado de 10,000 productores a nivel nacional. Para efectos de investigación, se tomará como población los productores con los que DICTA interactúa que son 7,500 dedicados a realizar siembras de granos básicos a nivel nacional en menor escala.

Malhotra, (2016), afirma que "Población Meta: Conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador acerca del cual se harán inferencias" (p.248).

3.5.2. Muestra

De acuerdo a Hernández, Sampieri, (2014), “La Muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tienen que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además que debe ser representativo de la población” (p.173).

La técnica de muestreo a utilizar será de tipo no probabilístico por conveniencia, debido al factor tiempo, presupuesto y distancias donde están localizados los productores.

Hernández, Sampieri, (2014), afirma que; El muestreo no probalístico hace referencia al “Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación o los propósitos del investigador” (p.176).

En el caso de los técnicos se hizo un muestreo por expertos mediante entrevistas para un análisis cualitativo para conocer la situación y el plan operativo organizacional que ejecuta DICTA, quiénes son las personas idóneas para disseminar la información técnica.

La fórmula para conocer la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * n}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N = Tamaño de la Población

n = Tamaño de la muestra requerido

Z = Valor critico correspondiente un coeficiente de confianza del cual se desea hacer la investigación

P = Proporción proporcional de que ocurra un evento.

q = Proporción proporcional de que no ocurrencia un evento

E = Error Muestral

n = ?

N = 7,500

Z = 1.96 Para un nivel de confianza del 95%

P = 70% = 0.70

Q = (1 - p) = (1-0.70) = 0.30

E = 10 % = 0.10

$$n = \frac{Z^2 * p * q * n}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$= \frac{(1.96)^2 (0.70)(0.30)(7,500)}{(0.10)^2 (7,499) + (1.96)^2 (0.70)(0.30)}$$

$$(0.10)^2 (7,499) + (1.96)^2 (0.70)(0.30)$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(3.8416)(1,575)}{(74.99) + (0.806736)} \\
&= \frac{6,050.52}{75.80} = 79.82 \approx 80 \text{ productores a entrevistar}
\end{aligned}$$

3.6 Técnicas e Instrumentos

A continuación, se describen las técnicas utilizadas para la recopilación de datos de la presente investigación, junto con los instrumentos correspondientes para cada una de ellas.

Instrumento: encuesta en el anexo 1 y entrevista en profundidad, anexo 2

Con el objetivo de obtener la información sobre el tipo de material de mayor beneficio para los productores, así como el medio de comunicación más útil para ellos, se desarrollará una encuesta precisa a grupos de Asociaciones de Productores de diferentes departamentos del país, mediante las visitas que ellos realizan a la institución.

También, se realizara una entrevista a profundidad a los técnicos coordinadores que brindan asistencia técnica a productores en los departamentos de mayor producción en el país, (Yoro, Olancho y El Paraíso), para conocer y mejorar el esquema organizacional que ejecuta la institución.

En el caso de las entrevistas se tomó en consideración a los técnicos por ser los encargados de las investigaciones científicas para orientar a los productores y conocen la metodología a ejecutar para contribuir al abastecimiento de granos básicos en el país.

3.6.1. Cuestionario

En este caso se ha escogido la encuesta o cuestionario, que es un “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir. En fenómenos sociales, tal vez es el instrumento más utilizado para recolectar los datos” (Hernández, Sampieri, 2014, p. 217).

La encuesta está diseñada en base a ocho preguntas de acuerdo a las necesidades que presentan los productores y poder aportar para que reciban información en tiempo y forma para contribuir al incremento de sus cosechas mediante conocimientos técnicos.

Mediante esta herramienta implementada obtendremos los resultados en cuanto a la información de interés por los productores. Asimismo, el medio de comunicación más utilizado en cada zona rural del objeto de estudio.

De la misma manera, conoceremos el nivel de aceptación o credibilidad que tiene Dicta ante el mercado meta que son los productores de granos básicos, hortalizas y vegetales.

Por otra parte, identificar la causa por la cual los productores no reciben la información técnica a tiempo para la preparación en los ciclos de pre-cosecha, cosecha y post cosecha

3.6.1. Entrevista en Profundidad

La entrevista es una forma personalizada de recolectar la información que necesitamos saber a través de esa persona sobre algo específico, en este caso sobre las cosechas y las técnicas agrícolas.

“Cabe señalar que cuando se trata de entrevista personal, las condiciones del lugar donde se realice son importantes, pero en cualquier caso, se aconseja que se busque un lugar lo más discreto, silencioso y privado que sea posible” Hernández, Sampieri, 2014, (p.235).

El objeto de estudio mediante la entrevista a los técnicos es importante para evaluar el aporte de la Unidad de Comunicación al cumplimiento de los objetivos de Dicta, porque la Unidad fue creada fundamentalmente para contribuir como canal de comunicación entre los expertos y los pequeños productores para que éstos mejoraran sus condiciones de vida a través de obtener una mayor producción y productividad.

Además, con los resultados de la entrevista conoceremos la disponibilidad de logística que otorga el Estado para capacitar a los productores y poder volver a posicionar a Honduras como lo que en su tiempo fue el granero de Centro América.

3.7 Fuentes de Información

3.7.1 Fuentes Primarias

El objetivo de las fuentes primarias es obtener información para poder abordar la investigación del problema con el que estamos tratando, mediante el cual se conocerá la razón por la cual los productores no reciben a tiempo o no utilizan la información otorgada por Dicta.

Las fuentes primarias utilizadas en esta investigación son:

1. Cuestionarios: Realizados para aplicar a los productores para obtener respuestas y así poder realizar una mejor forma de comunicación. El objetivo de la encuesta es que permitirá identificar los medios de comunicación de preferencia e información oportuna a recibir para los ciclos de producción.

2. Entrevistas en Profundidad: Elaboradas a los técnicos de la institución para poder obtener información en tiempo y forma. Esto con el propósito de obtener información personalizada sobre Dicta, las tecnologías agropecuarias, la aplicación de los materiales técnicos entregados a los productores, entre otros.

3.7.2 Fuentes Secundarias

Mediante la investigación se conocerá los contenidos de la producción comunicativa emitidos por la Unidad de Comunicación Agrícola para orientar a los productores. Se analizará si los mismos han sido de utilidad para ellos y de esa manera hacer un análisis descriptivo y ejecutar las recomendaciones de mejoras en el Plan de Comunicación Agrícola.

Para conocer la situación actual de la información facilitada a los productores, analizaremos que material editó la Unidad de Comunicación Agrícola, luego realizar una revisión empírica de los contenidos de cada uno de los productos para verificar cuáles son los temas que tratan en forma global y con los resultados de la encuesta verificar si es la información que el productor requiere para el mejoramiento de sus cosechas.

Así también utilizaremos:

-Libros

-Revistas Agropecuarias, documentales de DICTA, memorias institucionales.

-Documentos oficiales: “Ley de modernización y Desarrollo del Sector Agrícola”.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se muestran los resultados adquiridos a través de las 80 encuestas aplicadas a productores y 3 entrevistas en profundidad a técnicos especialistas de Dicta, como instrumentos utilizados para nuestra investigación, así como el análisis de la información editada por la Unidad de Comunicaciones de la institución.

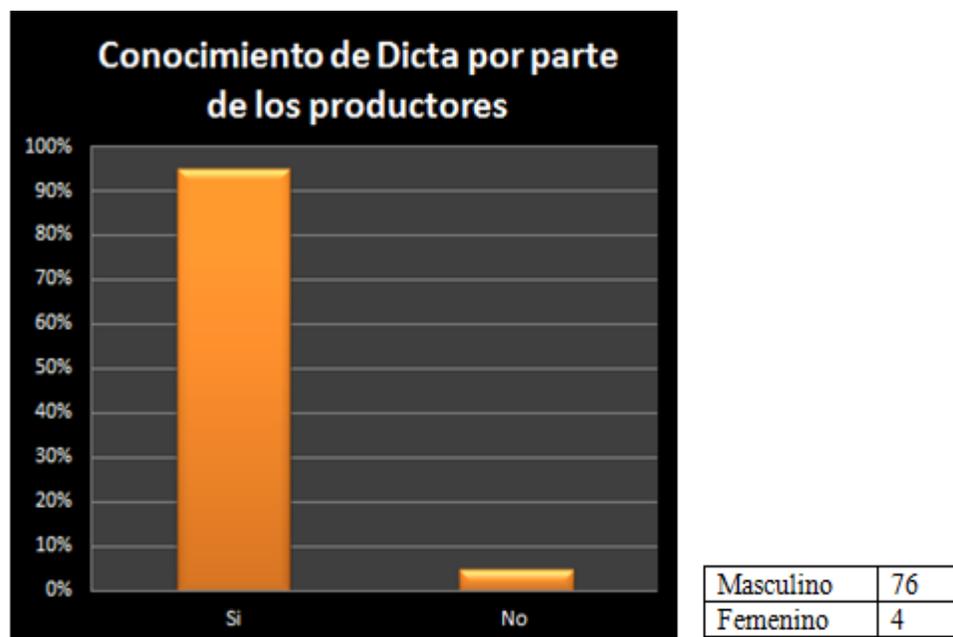
4.1 Encuesta

Cómo se indicó anteriormente Dicta, es la institución encargada de ejecutar los programas de Transferencia y Generación de Tecnologías y Fomento a la Agricultura Familiar, que permite potenciar las capacidades de innovación de los productores nacionales con el fin de lograr el desarrollo del agro y seguridad alimentaria.

Para métodos cuantitativos se realizaron las encuestas a productores que asistieron a la institución de los departamentos de El Paraíso, Francisco Morazán, Olancho, Lempira, Intibucá, donde Dicta tiene presencia mediante asistencia técnica.

Los resultados son los siguientes:

Figura 2. Conocimiento de Dicta por los productores



Hallazgo 1

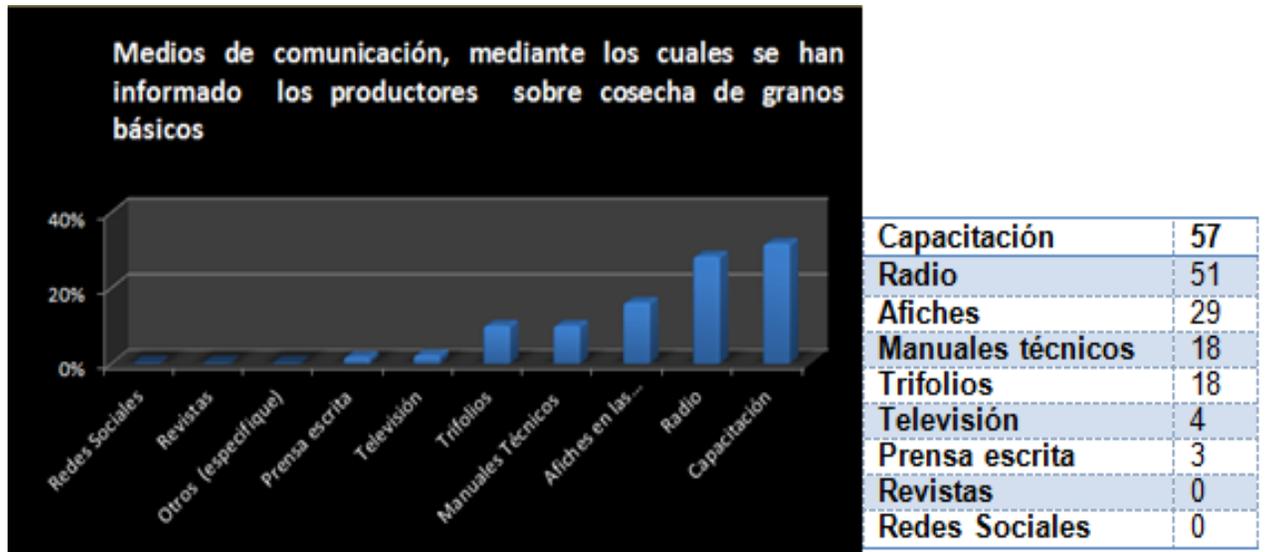
Al indagar a los productores encuestados sobre el conocimiento de las funciones que realiza esa institución en la figura 1, se denota que el 95 por ciento (%), si conocen las labores que ésta realiza, sin embargo, es importante que todos los productores conozcan el quehacer de la institución por ser el ente regulador para brindar asistencia técnica y de esa manera contribuir al abastecimiento de granos básicos en el país.

Salgado, Sheyla (2017), Manifiesta que “Con investigación impulsan producción agrícola en Honduras, se han desarrollaron 11 proyectos de investigación y validación de tecnologías agrícolas que contribuyen en el mejoramiento de la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN), en las zonas atendidas en los departamentos de Atlántida, Intibucá, Francisco Morazán y El Paraíso”.

Su impacto se enfoca en el desarrollo de tecnologías que responden a necesidades reales, el fortalecimiento de la asociatividad y su legalización, en la implementación de un modelo de capacitación o transferencia de acorde a las condiciones del público meta y la incorporación a la dieta, alimentación de producto fresco y procesado.

Para partir con el plan de comunicación consideramos oportuno saber cuáles son los medios de comunicación que utilizan los productores para informase sobre el uso de tecnologías agrícolas que deben implementar en sus parcelas para lograr mayores rendimientos en sus cosechas.

Figura 3. Medios de comunicación, mediante los cuales se han informado los productores



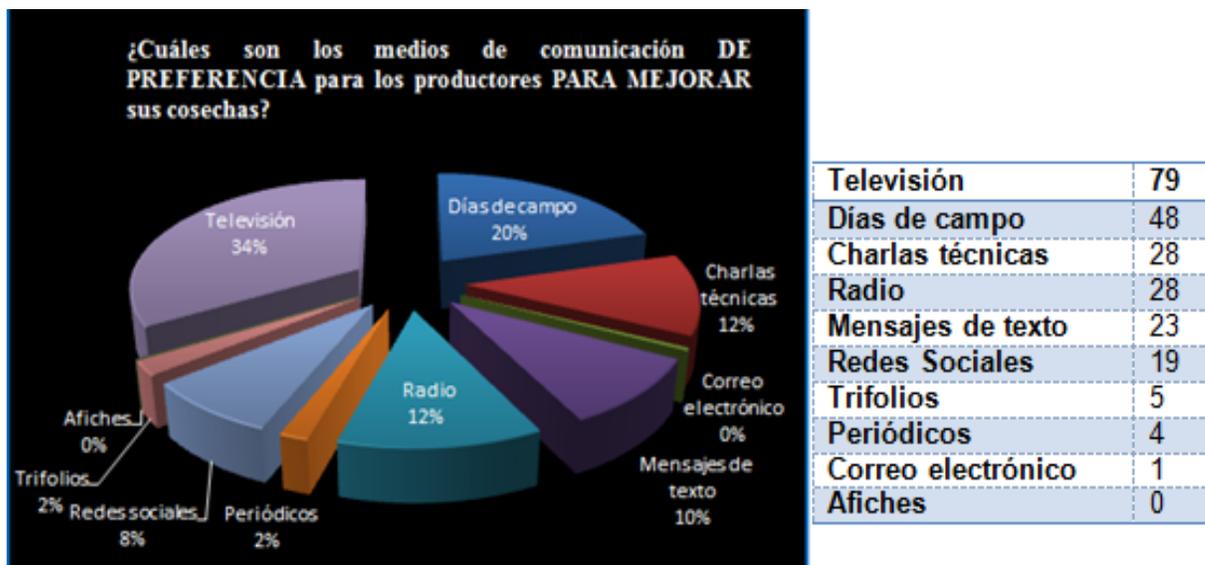
En la figura 2, resalta que el medio de comunicación por el cual se han informado los productores sobre el acontecer agropecuario es mediante las Capacitaciones Técnicas, reflejado en un 40%.

No obstante, el uso de la radio es el segundo medio de mayor porcentaje con un 35%, a través del cual aseveran haber recibido información técnica.

De acuerdo a la disponibilidad en las tecnologías de información a través del uso de redes sociales, revistas, periódicos, y televisión son espacios que han pasado desapercibidos por las autoridades gubernamentales para informar de manera masiva eventualidades o tipos de información precisa para los productores.

La importancia de que Dicta pueda disponer de un Plan de Comunicación, es que obtenga las herramientas para informar en tiempo y forma, haciendo uso de diversos medios de comunicación para orientar a los productores nacionales.

Figura 4. Medios de comunicación de preferencia por los productores para recibir información técnica



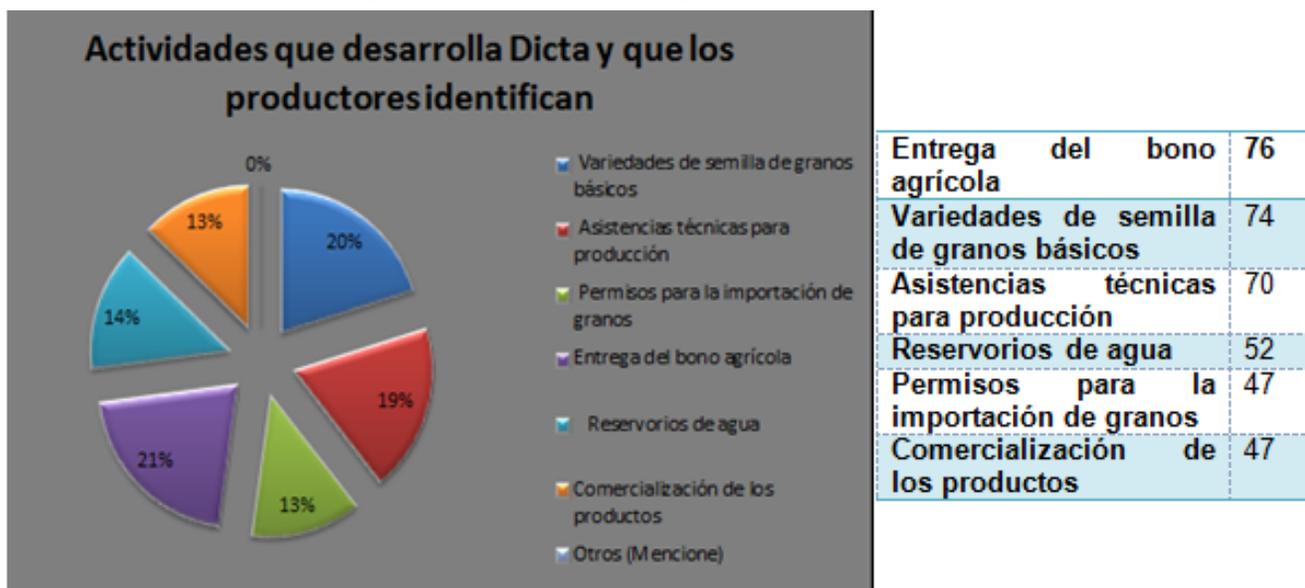
Hallazgo 3

En base a los resultados obtenidos de las encuestas, en la figura 3 se identifica que el medio de comunicación favorito por los productores es la televisión, los resultados proyectan un 34% para este medio, seguidamente es de mayor uso los “Días de Campo” resultando un 20%, para informarse sobre el acontecer agropecuario en el país.

Además, el uso de charlas técnicas y la radio como medio de comunicación es parte clave para la información en la zona rural del país, citándose en un 12% como medio de mayor uso. Sin embargo, queda determinado que el uso de afiches, trifolios, correos electrónicos no son medios de comunicación útiles por los productores.

Liendo, Eduardo (2012), Afirma que “La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que ella se movilizan”.

Figura 5. Actividades que desarrolla Dicta y que los productores identifican



Hallazgo 4

Con la finalidad de conocer la percepción que tienen los productores sobre las actividades que desarrolla Dicta, para diseñar el Plan de Comunicación Agrícola, en la figura 4, los productores identifican a la institución en primer lugar por la entrega del Bono de Solidaridad Productiva, resaltando un porcentaje del 21 %.

Página web, Dicta, (2012), menciona que “La estrategia del Bono comprende la dotación de insumos de semilla mejorada y fertilizante, para la siembra de una manzana de cultivos de granos básicos. El bono se entrega al beneficiario y recibe la provisión de los servicios de asistencia técnica y capacitación en materia tecnológica y organizativa de cajas rurales.

A través de la entrega del Bono, uno de los requisitos es capacitar a los beneficiarios para el uso de semillas en sus parcelas, es por ello que la Capacitación Técnica con un porcentaje del 20 % es la segunda actividad por la que los productores identifican a la institución.

Sin embargo, en la comercialización de productos y permisos de importación de granos básicos, al indagar a los productores, señalaron menor conocimiento sobre esas actividades; siendo importante empoderar a los productores sobre el quehacer de la institución para lograr la visión y misión de Dicta.

Mediante la planificación estratégica de los técnicos especialistas de Dicta, reflejados en el Plan de Comunicación Agrícola, se detallaran las acciones a tomar para beneficio de los productores y herramienta indispensable por el personal de la institución para la planificación de actividades y medios de comunicación a utilizar para dar a conocer los temas de interés.

Es de vital importancia que los productores conozcan las líneas estratégicas para la comercialización de las semillas de granos básicos. Actualmente están produciendo sin conocer el mercado, resultando pérdidas con el almacenamiento de sus cosechas.

Figura 6. Nivel de importancia para los productores recibir información técnica por Dicta



Hallazgo 5

Al indagar a los productores, fue oportuno conocer el nivel de importancia que consideran al recibir la información técnica que facilita Dicta, siendo el número 1 con menor valor y el número 5 de mayor valor.

De acuerdo a los resultados en la figura 5, el 46% como máximo valor porcentual de los productores encuestados, aseguran de vital importancia recibir la información técnica que contribuye al mejoramiento de sus cosechas de granos básicos, hortalizas y frutales de acuerdo al cultivo al que se dedican.

“Los servicios de asistencia técnica son proporcionados a solicitud de los productores por profesionistas independientes, quienes son seleccionados de acuerdo a su perfil profesional por los ejecutores del gasto en las entidades y, supervisados y evaluados por Instituciones de Enseñanza Superior (IES), con el fin de mejorar la calidad del servicio profesional prestado a los productores, Revista Agropecuaria, (2012).

Además la Revista Agropecuaria, (2012), detalla que: Apoyar con asistencia técnica a los productores agropecuarios, les permita una inserción sostenible de sus productos en los mercados. Contribuir a que los productores rurales eleven su calidad de vida e incrementen su nivel de ingreso, fortaleciendo su participación en los mercados a través del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales e impulsando su participación creciente y autogestiva.

Figura 7. Información que el productor necesita recibir de acuerdo a su cultivo



Condiciones del cambio climático	74
Variedades de semilla	73
Comercialización del producto	25
Preparación de suelo	24
Plagas y enfermedades	22
Ciclos de producción	6

Hallazgo 6

Es fundamental para los productores encuestados, recibir la información sobre variedades de semilla de granos básicos, con un porcentaje del 33%, similar es el interés para la información de cambio climático con un valor de 32%, resultando de prioridad dicha información para obtener el incremento en sus cosechas.

Según la FAO (2014), menciona que: “La mejora de los cultivos y el suministro de semillas y materiales de siembra de alta calidad de variedades seleccionadas para los productores son necesarios para garantizar una mejor producción agrícola y satisfacer los crecientes desafíos ambientales”

De acuerdo a los resultados, el enfoque que la Dicta consideraba de prioridad para orientar a los productores era la información sobre ciclos de producción, opción que pasa desapercibida por los productores, resaltando mayor importancia el conocimiento sobre el uso de variedades de semillas y cambio climático.

“Es importante que nos demos cuenta que el cambio climático es un problema mundial. En 2010 habían más de 900 millones de personas subnutridas y es posible que para este año la cifra sea de mil millones de personas en desnutrición. Ante esa realidad, necesitamos aumentar la productividad” Pérez, Jeovany (2015).

Estar informados sobre los efectos del cambio climático, resultó ser tema de interés por los productores, es indispensable que la Unidad de Comunicación con el apoyo de técnicos dispongan estudios y prácticas que los productores deben realizar para enfrentar ese fenómeno.

Tabla 4. Cruce de Variables sobre el sexo, edad y departamento donde residen los productores

Departamentos	Femenino	Masculino	Edad /años
Valle	1 (4%)	2 (4%)	36 - 50+
Francisco Morazán	0 (0%)	3 (6%)	36-50+
Intibucá	0 (0%)	1 (2%)	36-50
El Paraíso	19 (70%)	32 (61%)	26 y 50+
Olancho	6 (22%)	13 (24%)	36-50+
Lempira	1 (4%)	2 (4%)	36- 50+

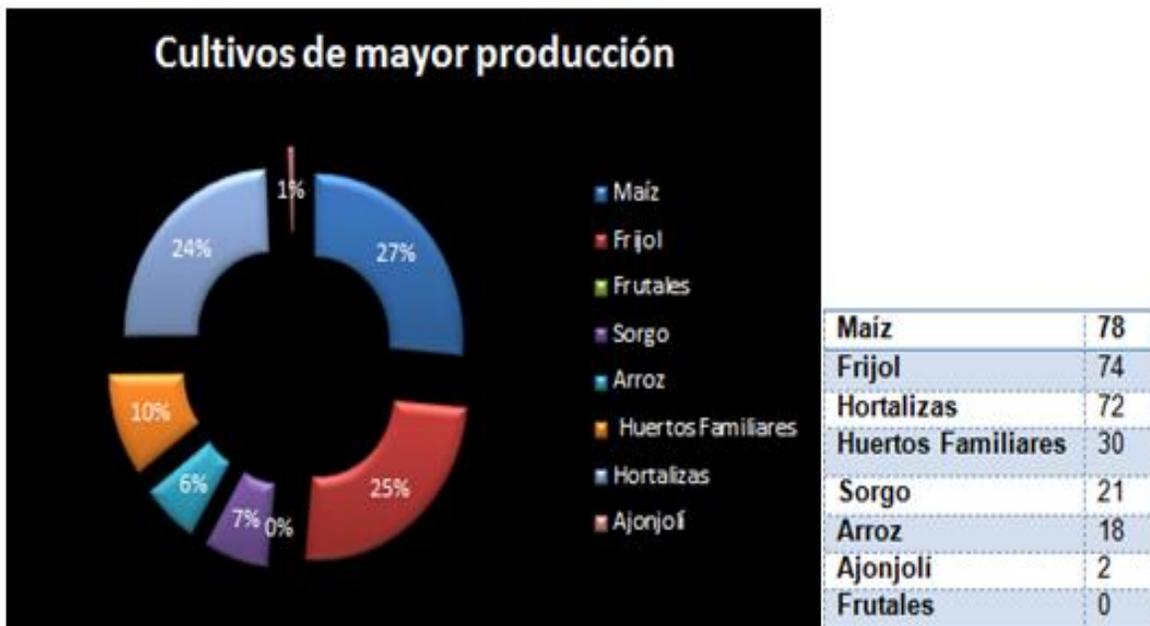
Los datos reflejados en el cruce de variable sobre el sexo y departamentos de acuerdo a los productores encuestados, de 51 productores en el departamento de El Paraíso, el 32% es del sexo masculino y un 19 % sexo femenino.

La igualdad de género se está incrementando en los procesos del sector agrícola, como iniciativa de la agricultura familiar en Honduras.

Según la FAO, se entiende por Agricultura Familiar como la visión de una pequeña explotación, donde la familia que vive en ella, depende económicamente y socialmente de la actividad que realizan. Es decir fácilmente reconocible en el entorno de una escuela rural y que rodea a las familias en una comunidad.

De acuerdo con los resultados el promedio de edad de los productores ronda de 36 a mayores de 50 años de edad, lo que significa que es una población adulta, por lo tanto son personas que se encuentran desactualizadas con las tecnologías de información.

Figura 8. Cultivos de mayor producción



De acuerdo a los resultados de productores encuestados, en la figura 8, se puede apreciar que entre los cultivos de mayor producción son los granos básicos como: maíz, frijol y arroz en los departamentos de El Paraíso, Olancho, Intibucá, Lempira, Francisco Morazán y Valle.

Sin embargo, el 1% se dedica a cultivar ajonjolí. La iniciativa de Dicta es promover cultivos resistentes a sequías en las zonas de mayor variabilidad climática, el cultivo de ajonjolí es una alternativa de producción.

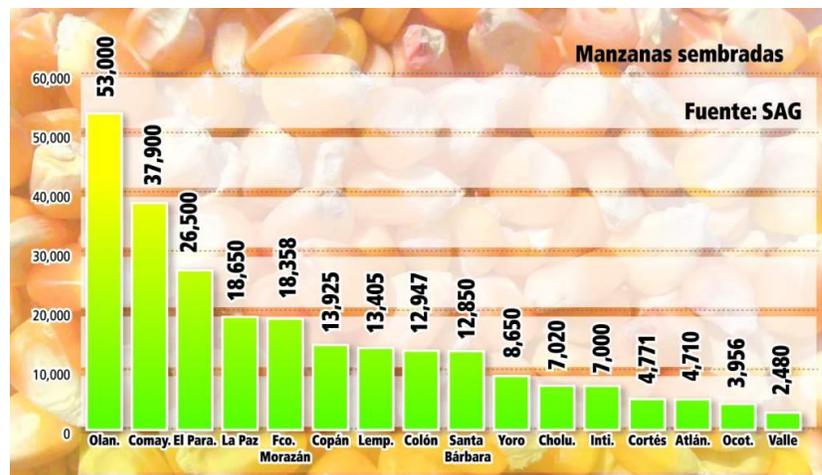
“Las investigaciones sobre extracción de aceite de ajonjolí lo posicionan como uno de los productos agrícolas más prometedores, en Honduras el aceite de ajonjolí es un cultivo recomendado ante los efectos del cambio climático, (Revista Dicta).

4.2 Entrevista

Coordinadores regionales en las zonas con mayor producción de granos básicos en el país

Se realizaron 3 entrevista a los ingenieros agrónomos Omar Sarmiento, Rafael Palacios y Julio Matamoros, quiénes coordinan las oficinas regionales de Dicta donde se reportan mayor producción de granos en el país, como ser en los departamentos de Olancho, Comayagua y El Paraíso.

Figura 9. Departamentos con mayor producción de granos



Fuente: SAG 2016

Dichas entrevistas se llevaron a cabo en la oficina nacional de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria, (Dicta), Honduras, ubicada en la ciudad de Tegucigalpa, departamento de Francisco Morazán.

Los resultados de las entrevistas fueron los siguientes:

Entrevistado 1. Omar Sarmiento, Coordinador Regional departamento de Olancho.

Hallazgo 7

Al indagar al entrevistado sobre cuál es la manera de dar a conocer las tecnologías agropecuarias a los productores en ese departamento, expresó que realizan días de campo, con la finalidad de gestionar “Giras del conocimiento, aprender haciendo”, así como; reuniones y ensayos en finca.

De igual manera, los entrevistados 2 y 3 Rafael Palacios, Julio Matamoros, respectivamente, realizan los días de campo para orientar a los productores como una actividad establecida en Plan Operativa de Actividades (POA).

De acuerdo a los resultados es evidente que la manera de cómo llega el mensaje a los productores es de acuerdo a capacitaciones técnicas, coinciden los resultados de las encuestas y las entrevistas facilitadas por productores y técnicos de la institución.

Para que Dicta contribuya a una mayor orientación a los productores se deben hacer uso de los medios que los productores solicitan como ser el uso de la televisión, radio, como necesidad para ser informados.

Hallazgo 8.

Según los entrevistados, los tres coinciden en sus respuestas sobre los temas de interés de los productores en cuanto a información de cambio climático, variedades de semillas, comercialización de sus productos.

En cuanto a la información de semilla, según el entrevistado 2 Rafael Palacios, mencionó que el trabajo de convencer a los productores sobre variedades de semilla es complejo, ya que, ellos por costumbre utilizan variedades criollas lo que resulta menor producción en sus cosechas.

Sin embargo, en el departamento de Comayagua, los productores ya están optando por variedades de semillas liberadas por Dicta, según lo manifiesta el entrevistado 3 Julio Matamoros.

Hallazgo 9

Al consultarles a los entrevistados sobre el nivel de aceptación por los productores que tienen los materiales informativos que edita Dicta, en la zona del departamento de Comayagua, el comportamiento de ellos según nuestro entrevistado 2 aduce que requieren de información en campo, con asistencia técnica en sus parcelas.

Sin embargo, en el departamento de El Paraíso, los productores han solicitado al técnico, la información televisiva mediante programas educativos en el sector agrícola.

Hallazgo 10

Saber cuál es la misión de la empresa donde se labora, resultó ser una respuesta fácil para los entrevistados, ya que, en común acuerdo respondieron que la misión de Dicta está orientada en diseñar, dirigir, normar y ejecutar los programas de investigación y transferencia de tecnología con un grado de responsabilidad en beneficio de los productores.

En cuanto, si Dicta cumple con su misión, la respuesta del entrevistado 1, respondió que hace falta involucrar a todas las zonas del país, ya que las políticas públicas no se les da seguimiento en cuanto a los cambios de gobierno en el país.

No obstante para el entrevistado 2, cada año surgen nuevos programas y se cambia la misión institucional, con el ahora llamado Corredor Seco, asevera que se gastan los fondos para reducir la pobreza y que llevan más de 45 años sin reducirla.

El entrevistado 3, concluyó que Dicta realiza su trabajo de acuerdo con su misión y que sí cumple su asignación como ente gubernamental.

Hallazgo 11

El tema de presupuesto, no es alentador como toda institución pública, de acuerdo a ese factor 2 de los entrevistados respondieron que por falta de capital para brindar espacios en televisión, radio, y asistencia técnica oportuna a los productores no reciben en tiempo y forma la información e incentivos para garantizar el abastecimiento de granos básicos en el país.

El entrevistado 3, difiere al tema de presupuesto, manifestando que es falta de compromiso de los productores para hacer producir la tierra, ya que, muchos han emigrado a la capital para dedicarse a realizar ventas de productos fabricados a estar produciendo en el campo.

Hallazgo 12

Mediante las entrevistas, también nos informamos de que hace falta una comunicación interna con los empleados de la institución, por la razón que algunos desconocen el trabajo que realizan los coordinadores de las estaciones experimentales y no colaboran en servir de voceros para que el mensaje llegue al mercado meta, que es el productor.

Para el diseño del Plan de Comunicación Agrícola y como parte de los objetivos específicos en nuestra investigación se realizó un análisis en los productos comunicativos que editó la Unidad de Comunicación de Dicta, de enero a septiembre del presente año. (Ver tabla 3 en anexos)

4.3 Revisión Documental

Los boletines de prensa, es la producción de mayor porcentaje, editando 147 enunciados, refiriéndose sobre inversiones en proyectos para pequeños productores de granos básicos, modernización de centros de capacitación de productores, innovaciones tecnológicas para los productores, entrega del bono solidario, visitas a otros países para obtener capacitación en bancos comunitarios de semillas, capacitación de la mujer en la producción agrícola, planes sobre de mejoras de pastos, gestiones de recursos para proyectos productivos.

De los 147 boletines de prensa se publicaron 80 en los periódicos El Heraldo, La Tribuna, y La Prensa, de los cuales no fueron percibidos por los productores de acuerdo a los resultados de la encuesta, por no ser de prioridad el uso de la prensa escrita.

Las guías técnicas, trifolios y los manuales de cultivos fueron publicaciones destinadas a los pequeños productores que versaron sobre origen y características de cultivos de granos básicos, fertilización, control de malezas, control de plagas, control de enfermedades.

También, cómo se practican las cosechas para reducir las pérdidas, preparación de suelos, el clima, el agua, selección de semillas, como instalar sistemas de riego, cultivo y valor nutritivo de pastos en la producción animal y calidad de semilla.

La bitácora fue sobre las estaciones experimentales, que consisten en centros de lotes de tierra demostrativos de diferentes cultivos, como granos básicos, hortalizas y pastos.

Las memorias sistematizadas son publicaciones de la misión, visión y actividades en base objetivos de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria. Los banners fueron publicaciones de promoción institucional que se utilizan en los eventos en que participa Dicta, como ferias y concentraciones de productores.

Para realizar las respectivas publicaciones, la unidad dispone de 2 periodistas encargadas de recopilar la información y un camarógrafo encargado de realizar las tomas de apoyo y fotografías para material divulgativo.

La toma de decisiones en la selección de portada para revistas, trifolios, guías y manuales de cultivo, se realiza a través del Proyecto Anual Operativo (POA) donde señala por mes la asignación de cada cultivo ya sean granos básicos, frutales ornamentales, hortalizas, y el responsable facilita la información a la unidad de comunicación para su respectivo diseño y diagramación.

La siguiente gráfica muestran la producción comunicativa de la Unidad de Comunicación de Dicta durante el 2017.

Figura 10. Publicaciones de la Unidad de Comunicación Dicta



Fuente: Elaboración propia con datos de hoja de monitoreo, septiembre 2017.

Para contribuir al diseño del Plan de Comunicación, consideramos necesario realizar una evaluación sobre los productos comunicativos y de qué forma se han dado a conocer a los productores.

También, se identificó cuáles son todos los productos comunicativos elaborados en la Unidad con el fin de orientar y educar a los productores para mejorar sus prácticas en la agricultura y obtener mayor rendimiento en las cosechas.

Asimismo, revisar qué criterios se utilizan para definir los productos comunicativos que se elaboran, sean revistas, comunicados de prensa, trifolios, guías técnicas, banners, hojas volantes, afiches o cualquier otra publicación.

Analizado cada uno de los productos comunicativos para evaluar los contenidos, examinar los temas que tratan, cuáles son las orientaciones técnicas más frecuentes que se exponen a los productores.

Los resultados de la investigación pueden ser útiles a la Unidad de Comunicación de Dicta para mejorar o rectificar el trabajo para el cumplimiento de su visión y su misión que es basado en posicionar a los productores en los programas de transferencia y generación de tecnologías agropecuarias.

CAPITULO V. PROPUESTA DE PLAN DE MEJORA

5.1 Diseño de una Propuesta Óptima

Como propuesta para el Plan de Comunicación Agrícola, nos basamos de acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a productores, y entrevistas elaboradas a técnicos que estan en contacto permanente con los productores nacionales.



5.2 Descripción del modelo Plan de Comunicación Agrícola

El modelo propuesto, plan de comunicación agrícola, servirá como base para orientar a los productores en la implementación del desarrollo a través de los programas de transferencia y generación de tecnología para siembra de granos básicos.

Mediante la difusión del material informativo dado a conocer en charlas técnicas, días de campo, spots en radio y televisión generada por los técnicos con quienes se llevará a cabo un plan de cultura organizacional para mejorar el ámbito laboral en el cual ellos laboran y una mejor planificación en las actividades encaminadas al apoyo de los productores.

Dicta, hace uso de afiches, trífolios, periódicos, redes sociales, para transmitir la información sobre el acontecer agropecuario. Sin embargo, el mensaje no es recibido por el mercado meta que son los productores a nivel nacional.

Debido a la falta de publicidad por falta de recursos económicos que tiene la institución, aducen ser el inconveniente de informar a nivel nacional de manera inmediata a los productores.

El Plan de mejora, está enfocado mediante una estrategia de comunicación que aporte contenido de interés y sea de lenguaje entendible por los productores, con alianza del programa de Televisión Nacional de Honduras, sin costo alguno, que está para facilitar la información al pueblo hondureño sobre las actividades que genera las Secretarías de Estado.

Realizar una vez a la semana un programa orientado al sector agropecuario, transmitido por el canal de televisión con enlace a la radio del mismo nombre por ser los medios de preferencia por los productores a nivel nacional.

La población que atiende Dicta está ubicada en los departamentos de El Paraíso, Olancho, Francisco Morazán, Choluteca, Valle, Comayagua, Intibucá, La Paz, Yoro, Lempira, Santa Bárbara, Choluteca y Valle.

Según el grado de relevancia para Dicta, se identifican 3 departamentos por ser los de mayor producción de granos básicos de acuerdo a la zona de ubicación (Olancho, El Paraíso y

Comayagua), sobre los cuales se comenzara por implementar la estrategia de identificación y aplicación de la nueva forma de comunicación sobre la información que Dicta proporciona.

5.3 Aplicabilidad

“La comunicación es el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados por medio de un conjunto de símbolos común” Lamb, Jr. Charles, 2011, (pg. 526).

Para la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (Dicta), es indispensable poseer de la implementación del plan de mejora para disponer de los elementos básicos, con el fin de crear una sinergia que permita el sostenimiento de los ejes estratégicos de la imagen institucional.

El Plan de Comunicación Agrícola, servirá como herramienta institucional para brindar el asesoramiento a los productores de acuerdo la organización en las actividades a desarrollarse en el campo, como el uso de televisión, radio, por ser los medios de preferencia de los productores.

Por ende la comunicación empleada será de forma interpersonal que es directa a través de las Charlas técnicas y días de campo y de comunicación masiva ya que nos dirigiremos a través de televisión y radio.

Tendrá una Duración de noviembre 2017 a marzo 2018. Los Canales de Comunicación a utilizar serán el Correo Electrónico, WhatsApp, Murales en la oficina y Afiches en las Municipalidades, Radio y Televisión. El Publico interno: Empleados y Publico externo: Agrícolas.

Taller de Memorias:

Descripción: Lleva el nombre de taller de memorias, con el fin de establecer una relación integral entre los técnicos y la institución.

Área: Publico interno (12 técnicos regionales y gerente de recursos humanos)

Duración: 6 meses (1 vez al mes)

Diagnóstico: Conocimiento del personal

Objetivos del taller:

-Mejorar la relación entre los distintos técnicos y la institución.

-Crear una relación íntegra entre todos los técnicos.

-Generar un valor al cliente interno que le proporcione la satisfacción de trabajar en Dicta.

Tabla 5. Puntos clave a desarrollar:

Autoconocimiento	Creencias	Valores empresariales
- ¿Qué conocen sobre el entorno? - ¿Qué capacidades tienen los técnicos?	- ¿Qué saben sobre Dicta? - ¿Saben cómo está organizada la institución?	- Conocer misión y visión - Saber cuál es el fin principal de Dicta. - Saber el valor que representan los técnicos en Dicta.

Tabla 6. Actividad, procedimiento y ejecución

Actividad	Procedimiento	Ejecución
Manejo de conflictos y negociación	Elaboración de estrategias para la evaluación de conflictos laborales.	Integridad y puntualidad entre las relaciones directivas y la igualdad del equipo
Comunicación efectiva	Elaboración de correos electrónicos de la compañía	Compromiso social objetivo.
Competitividad y ética empresarial responsable	Reuniones 1 vez al mes para fortalecer la confianza integra	Pacto social entre los técnicos.

Indicador de logro: Alcanzar el 80% de empatía entre la institución.

Taller de Sueños

Descripción:

Lleva el nombre de taller sueños, ya que el deseo de los técnicos, es lograr que las mejoras que ellos producen tengan efecto en la región donde ellos están. El terreno de Honduras es bien similar por áreas, por ende quienes logran sus metas pueden compartir y de esta forma mejorar los cultivos.

Área: Publico interno (60 técnicos)

Duración: 6 meses (1 vez al mes en Tegucigalpa)

Diagnóstico: Impulsar las labores técnicas

Objetivos del taller:

Establecer empatía en los grupos de trabajo departamentales, compartir conocimientos con el fin de alcanzar las metas de producción y mejorar las relaciones entre ellos.

Puntos clave a desarrollar:

Tabla 7. Comunicación Externa

Obras potenciales	Acción	Comunicación externa.
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Los técnicos son especialistas en agricultura? - ¿Qué conocen los técnicos sobre la tierra? - ¿Invierten tiempo en la constante investigación de mejoras en las cosechas? 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Los técnicos saben cómo compartir de manera eficaz sus conocimientos entre sí? - ¿Dicta es apta para brindar capacitaciones sobre temas innovadores a los técnicos? - ¿Cómo manejan ellos la innovación sobre los granos básicos que generan? 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de los técnicos equivale a resultados positivos para los agrícolas y por ende para la nación. - Con un buen resultado en las capacitaciones se impulsan las creaciones innovadoras. - Dar a conocer en tiempo y forma sus innovaciones.

Tabla 8. Ejecución del Taller

Actividad	Procedimiento	Ejecución
Know-how de la labor	Elaboración de manuales que conlleven a un mejor funcionamiento laboral.	Colaboración y trabajo en equipo de los técnicos con características de área similares.
Fusiones de conocimientos	Calendario de programación para el estudio de la tierra.	Identificar y combinar los conocimientos adquiridos para mejores resultados.
Realización profesional	Capacitaciones exteriores	Aprender compartiendo con técnicos exteriores de similar país.

Indicadores de logro:

Conocimiento del 100% de técnicos entre sí.

Crear relaciones empáticas entre los técnicos.

Capsulas Informativas**Descripción**

La idea de las cápsulas informativas radica en dar a conocer ante el público agricultor las novedades que Dicta ofrece y el respaldo con el que cuentan. Este será impartido a través de Televisión Nacional de Honduras y en enlace con la Radio Nacional.

Área: Olancho, El Paraíso, y Comayagua

Duración: 6 meses (Todos los días, con horario meridiano y nocturno)

Diagnóstico: Mejorar las cosechas

Objetivos del taller:

- Que los agricultores capten la información para la mejora de sus granos.
- Que Dicta promueva la confianza de los agricultores con la institución.
- Que los agricultores tengan constante información para mejorar las siembras.

Tabla 9. Obras potencias y plan de acción

Obras potenciales	Acción	Comunicación externa.
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Los agricultores perciben calidad de información? - ¿Los agricultores aplican de manera eficiente la información recibida? - ¿Los frutos de la información percibida y la aplicación de la misma es la esperada? 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué información se les comparte a los agricultores? - ¿De qué manera aplican la información captada? - ¿De qué forma se pueden obtener mejores resultados de siembra? 	<ul style="list-style-type: none"> - Información relacionada con los granos básicos para impulsar los ingresos. - Por medio de los resultados obtenidos. - Aplicando los conocimientos impartidos por los técnicos y aprovechando el apoyo de Dicta.

Indicadores de logro:

Lograr que los agrícolas pongan en uso la enseñanza impartida.

Que los logros obtenidos sean expandidos a otras regiones.

Tabla 10. Radio Conocimiento

Actividad	Procedimiento	Ejecución
Flash informativo	Elaboración de spots informativos dirigidos a los agricultores	Por medio de la televisión en horas pico, 2 veces al día.
Información recibida = información aplicada	Darle seguimiento a los resultados obtenidos.	Por medio de un técnico regional inspeccionar los resultados al final de la trayectoria invertida.
Mejora de resultados	Una vez obtenidos los resultados finales evaluar si estos fueron los esperados	Crear incentivos y valores <u>re-evaluando</u> las condiciones en las que actualmente se encuentran para obtener mejores beneficios.

Descripción: Para poder tener un buen cultivo, los agrícolas deben de saber acerca de la preparación de suelo (fechas), de las plagas y enfermedades (que varían de acuerdo a la siembra) y de condiciones climáticas.

Área: Olancho, El Paraíso, y Comayagua

Duración: 6 meses (Todos los días, con horario matutino)

Diagnóstico: Fortalecimiento de las siembras

Objetivos del taller:

Que los agricultores comprendan la información para la mejora de sus cultivos.

Que los agricultores experimenten la diferencia que Dicta les proporciona.

La unión de nuevos agricultores a Dicta.

Indicadores de logro:

Unión de nuevos productores capacitados por Dicta.

Mejoramiento y ampliación de la producción.

Guion Cuña Radial

Moncho: ¡Don Joche!

Moncho: ¡Don Joche!

Don Joche: ¡Qué te pasa Moncho!

Moncho: ¿Ya te distes cuenta que debemos hacer para eliminar la tal mancha en el cultivo de maíz?

Don Joche: ¿Acaso estás hablando de la Mancha de Asfalto?

Moncho: Si, don Joche, de esa plaga que nos está afectando el cultivo

Don Joche: ¿Y cómo la vamos a desaparecer Moncho?

Moncho: Pues, utilizando variedades de semilla tolerantes a esa mancha

Don Joche: Ay Moncho, y cómo vamos a obtener esa semilla, han de ser carísimas....

Moncho: No, Joche, me acabo de informar por la radio que el gobierno la tiene a disposición en DICTA, para nosotros los pequeños productores, solo tenemos que ir Joche...

Don Joche: Pues, no esperemos más Moncho, vámonos para las oficinas de Dicta que nos den esas semillas de maíz para sembrar lo más pronto.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, presentamos las conclusiones y recomendaciones destinadas a alcanzar los objetivos del plan de comunicación para mejorar la eficiencia en el uso de recursos humanos y medios de comunicación establecidos para orientar a los productores y de esa manera contribuir al desarrollo agrícola.

6.1 Conclusiones

1- De acuerdo a las encuestas realizadas y entrevistas en profundidad, concluimos que los medios de comunicación ideales para informar sobre el acontecer agropecuario es mediante la televisión, radio y días de campo por ser de preferencia para los productores.

2- Concluimos que el nivel de conocimiento sobre la existencia de Dicta es relativamente alto, pese a la falta de promoción sobre el quehacer de la institución a través de medios de comunicación.

3- Conforme a los resultados de la investigación, las zonas de mayor producción de granos básicos (Maíz, frijol y arroz) en el país, son los departamentos de Olancho, El Paraíso y Comayagua.

4- Considerando los resultados, las principales razones de escasez de granos básicos, se da por falta de apoyo financiero al productor, falta de asistencia técnica para controlar plagas y enfermedades y por los efectos del cambio climático en el país.

5- Mediante el Plan de Comunicación Agrícola, la institución cumplirá su misión y visión de contribuir al abastecimiento de granos básicos, hortalizas, y frutales, por medio de las asistencias técnicas oportunas por los especialistas agrícolas a productores nacionales.

6.2 Recomendaciones

1- Se recomienda realizar alianzas estrategias con el canal de televisión y radio del Gobierno de la República, para dar a conocer mediante cápsulas técnicas o programas agropecuarios de manera semanal sobre temas de comercialización, plagas y enfermedades y ciclos de producción por ser de interés para los productores.

2- La estrategia de comunicación debe ejecutarse lo antes posible por contener las herramientas para informar en tiempo y forma, haciendo uso de diversos medios de comunicación para orientar a los productores nacionales.

3- Se recomienda establecer un sistema interno de manejo de la información: todos los documentos deben tener autor y fecha y han de ser catalogados. Esta medida garantiza una mayor posibilidad de sistematización de las experiencias y el consecuente aprendizaje para los productores.

4- Se deben realizar alianzas estratégicas con organismos internacionales para incorporar a más productores para la producción de semillas mejoradas que contribuyan a mayores rendimientos de producción en las cosechas.

5- Se deben realizar trífolios de fácil comprensión para los productores.

BIBLIOGRAFÍA

- América, D. (2017). Honduras: PIB creció 3,6% en 2016 - Central América Data : Central América Data. Recuperado 1 de septiembre de 2017, a partir de http://www.centralamericadata.com/es/article/home/Honduras_PIB_creci_36_en_2016
- América, E. (2017). Honduras proyecta cosecha récord de 14M de quintales de maíz. Recuperado 1 de septiembre de 2017, a partir de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/honduras-proyecta-cosecha-record-de-14m-de-quintales-de-maiz>
- Camargo, A. (2012). *Plan de Comunicación*. México. Recuperado a partir de <https://es.slideshare.net/angelpcamargo/plan-de-comunicacin-14567614>
- FHIA. (2012). *Comunicación Agrícola FHIA* (p. 2). Honduras. Recuperado a partir de http://www.fhia.org.hn/downloads/informes_tecnicos/it2008comunicacion.pdf
- Gómez, G. (2012). *Economía y Finanzas*. México. Recuperado a partir de <ftp://ftp.unsj.edu.ar/agrimensura/Economia/Economia-Mochon-y-Beker.pdf>
- Griffin, R., & Van Fleet, D. (2016). *Habilidades Directivas* (1.ª ed.). México. Recuperado a partir de https://bibliotecavirtual.cengage.com/online_viewer/pdf
- Hernández, Sampieri. (2014). *Metodologías de la Investigación* (6ta ed.).
- Jones, G. (s. f.). *Teoría Organizacional* (8.ª ed.). Recuperado a partir de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookDetail.aspx?b=197>
- Malhotra, N. K. (2016). *Investigación de Mercados* (1.ª ed.). México. Recuperado a partir de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Rincón, L. (2017). *Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano: modelos y fundamentos*. Colombia. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=11410788&p00=tecnolo g%C3%ADas+de+la+informacion>
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México. Recuperado a partir de <://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Situacion_de_las_mujeres_en_HONDURAS.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de http://festagro.org/genero_informes/Situacion_de_las_mujeres_en_HONDURAS.pdf
- Sonroman, P. (2017). *Cultura Organizacional*. Recuperado a partir de <http://paulosanroman.mx/2017/01/17/la-evolucion-de-la-cultura-organizacional/>
- Terry, R., & Lowder, S. (2011). *El estado mundial de la Agricultura y la Alimentación*. FAO. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10624478&ppg=13>
- Vertel, A. (2013). *Cultura Organizacional*. Recuperado a partir de www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1720/HTML.

ANEXOS

Anexo: 1. Encuesta

Buen día, somos estudiantes de UNITEC del sistema de postgrado y estamos realizando un estudio acerca de las actividades que realiza DICTA para dar a conocer el quehacer de la institución mediante las recomendaciones técnicas en generación y transferencia de tecnología agrícola, con la finalidad de asesorar a los productores nacionales.

A continuación se plantea una serie de preguntas a las que agradecemos su colaboración.

1. ¿Sabe usted que es DICTA? Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 5.

_____SI _____NO

2. ¿A continuación se le presenta algunas de las actividades que desarrolla DICTA, cuales conoce usted? **Puede marcar más de una opción.**

_____ Variedades de semilla de granos básicos _____ Entrega del bono agrícola

_____ Asistencias técnicas para producción _____ Reservorios de agua

_____ Permisos para la importación de granos _____ Comercialización de los productos

Otros (Mencione) _____

3. ¿A través de qué medios recibe usted la información para la cosecha de granos básicos que publica DICTA? **Puede marcar más de una opción.**

_____ Televisión _____ Afiches en las Municipalidades

_____ Prensa escrita _____ Capacitación

_____ Redes Sociales _____ Manuales Técnicos

_____ Trifolios

_____ Radio

_____ Revistas

Otros (especifique) _____

4. ¿Qué tan importante considera la información técnica facilitada de DICTA para incrementar sus cosechas? En una escala del 1 al 5, siendo el número 1 nada importante y 5 el más importante.

Encierre en un círculo.

1 2 3 4 5

5. ¿En qué departamento cosecha usted? **Puede marcar más de una opción.**

Choluteca _____ Intibucá _____ Francisco Morazán _____

Valle _____ Olancho _____ Lempira _____

El Paraíso _____ La Paz _____ Santa Bárbara _____

Comayagua _____ Yoro _____

6. ¿A qué tipo de cultivo se dedica? **Puede marcar más de una opción**

Maíz _____ Sorgo _____ Ajonjolí _____

Frijol _____ Hortalizas _____ Huertos Familiares _____

Frutales _____ Arroz _____

7. ¿De acuerdo a su tipo de cultivo que información necesita recibir? **Puede marcar más de una opción.**

_____ Preparación de suelo

_____ Condiciones del cambio climático

_____ Variedades de semilla

_____ Plagas y enfermedades

_____ Ciclos de producción

_____ Comercialización del producto

8. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría a usted recibir la información que DICTA proporciona para mejorar sus cosechas? **Puede marcar más de una opción.**

_____ Días de campo

_____ Radio

_____ Trifolios

_____ Charlas técnicas

_____ Periódicos

_____ Afiches

_____ Correo electrónico

_____ Redes sociales

_____ Televisión

_____ Mensajes de texto

Datos Demográficos.

Genero

_____ F

_____ M

Edad

_____ 18 – 25

_____ 26 – 35

_____ 36 – 50

_____ +50

Nivel educativo

_____ Primaria

_____ Superior

_____ Secundaria

_____ Ninguna

Anexo: 2. Entrevista

- 1- ¿Cuál es la misión de DICTA?
- 2- ¿Piensa usted que DICTA la cumple? Si es NO, como puede llegar a cumplirla?
- 3- ¿De qué manera dan a conocer las tecnologías agropecuarias a los productores a nivel nacional?
- 4- ¿Cuáles son las herramientas de las cuales DICTA dispone para orientar a los productores?
- 5- ¿Cómo se aplica la asistencia técnica a nivel nacional?
- 6- ¿Cuáles son las principales inquietudes que presentan los productores?
- 7- ¿Qué materiales de granos básicos se han liberado en Honduras y que otros están en estudio?
- 8- ¿Qué nivel de aceptación tienen estos materiales técnicos entre los productores?
- 9- ¿Qué debe hacerse para que estos materiales lleguen al productor y sean aplicados?
- 10- ¿Cómo vincular a más productores para que impulsen el abastecimiento de granos en el país?

Anexo: 3. La Producción Comunicativa de Dicta, de enero a septiembre de 2017

Mes	Revistas	Boletines de Prensa	Guías	Trifolios	Memorias	Manuales de cultivo
Enero	3 revistas del proyecto Andalucía	12 boletines de prensa				
Febrero		18 boletines de prensa	22 guías de tecnología agrícola		4 memorias sistematizadas	
Marzo	3 guías técnicas de cultivos de granos básicos	16 boletines de prensa			1 memoria institucional	
Abril		18 boletines de prensa	6 guías técnicas sobre cultivos de papa, pasto Toledo, moringa, guía de maíz y guía de maíz de la variedad Dicta Guayape			
Mayo	1 revista sobre ganadería en Honduras	8 boletines de prensa	2 guías técnicas sobre mancha de asfalto y sorgo sureño			

Junio		23 boletines de prensa	7 guías técnicas sobre horticultura, sistemas de riego por goteo, almacenamiento de granos básicos, cultivo de ajonjolí y aguacate has			
Julio			5 guías técnicas sobre el Bono de Solidaridad Productiva, sobre Planta Procesadora de Semilla, cultivo de Papa, cultivo de coco			
Agosto		8 boletines de prensa	4 guías técnicas sobre cocoteros, marañón, huerto familiar orgánico, mango y yuca			
Septiembre	1 Revistas Volvamos al campo	14 boletines de prensa	1 guía sobre berenjena, limón persa.			3 Manuales de cultivo de arroz, apicultura y de cría y manejo de cerdos

Anexo: 4. Carta de Autorización Dicta

Tegucigalpa, Francisco Morazán, 10 de agosto del 2017

Ing. Francisco Jeovany Pérez
Director Ejecutivo
SAG DICTA

Estimado Ingeniero Pérez

Reciba un cordial y atento saludo y muchos éxitos en sus funciones cotidianas.

Por medio de la presente deseamos solicitar su apoyo, dado que somos alumnos de UNITEC y nos encontramos desarrollando el Trabajo Final de Graduación previo a obtener nuestro título de maestría en Dirección Empresarial con orientación en Marketing. Hemos seleccionado como tema un Plan de Comunicación Agrícola en su institución, por lo que estaríamos muy agradecidos de contar con el apoyo de la empresa que usted representa para poder desarrollar nuestra investigación. En particular, dicha solicitud se circunscribe a peticionar que se nos autorice a realizar:

El uso de la información en las páginas de web Dicta, portal de transparencia entre material informativo mediante guías técnicas editadas en la Unidad de Comunicación,

A la espera de su aprobación, me suscribo de Usted.

Atentamente,


Lourdes Burgos
No. de Cuenta 11553071


Italia Chávez
No. de cuenta 11443116

Por este medio la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (DICTA), autoriza la realización dentro de sus instalaciones el proyecto de investigación de Postgrado antes mencionado.

Francisco Jeovany Pérez
Director SAG DICTA

Por

Vo.Bo

