



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
SEDE REGIONAL CAMOAPA**

**Evaluación de la Incidencia de Radio Camoapa
Estéreo en el Desarrollo social del Municipio de
Camoapa Departamento de Boaco**

Licenciatura en administración de empresas con mención
en agronegocios

Autores:

Bra. Díaz León, Lucila del Carmen

Bra. Solórzano, Geysel de los Milagros

Asesores:

MSc. Luis Guillermo Hernández Malueños

Ing. David Ernesto Peñalba Berrios

Camoapa, 11 de Octubre de 2014



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
SEDE REGIONAL CAMOAPA**

**Evaluación de la Incidencia de Radio Camoapa
Estéreo en el Desarrollo social del Municipio de
Camoapa Departamento de Boaco**

Licenciatura en administración de empresas con mención
en agro negocios

Autores:

Bra. Díaz León, Lucila del Carmen

Bra. Solórzano, Geysel de los Milagros

Asesores:

MSc. Luis Guillermo Hernández Malueños

Ing. David Ernesto Peñalba Berrios

Camoapa, 11 de Octubre de 2014

ÍNDICE GENERAL

Sección	Página
Dedicatoria	i
Agradecimiento	iii
Índice de cuadros	v
Índice de figuras	vi
Índice de anexos	viii
Resumen	ix
Abstract (Resumen en inglés)	x
I. INTRODUCCION	1
II. OBJETIVOS	4
2.1 Objetivo general	4
2.2 Objetivos específicos	4
III. MATERIALES Y METODOS	
3.1.Ubicación y fechas del estudio	5
3.2.Diseño Metodológico	6
3.2.1.Tamaño de la muestra	6
3.2.1.1.Sub muestra casco urbano	6
3.2.1.2.Sub muestra casco rural	6
3.2.2.Variables evaluadas	7
3.3.Análisis de los datos	8
IV. RESULTADOS Y DISCUSION	
4.1 Avances de Radio Camoapa	9
4.1.1 Antecedentes	9
4.1.2 Tecnología	9

4.1.3 Infraestructura	10
4.1.3.2 Otras instalaciones	
4.1.4 Organización	10
4.2 Percepción de la población	12
4.2.1 Alcance de la radio	12
4.2.2 Calidad del servicio	16
4.2.3 Locución	20
4.2.4 El trabajo social	21
4.2.5 Enfoque ético	23
4.3 Programa el ordeño de la tierra	26
4.3.1 Valoración del programa	26
4.3.2 Valoración del que dirige el programa	31
4.3.3 Tiempo requerido	31
4.4 Incorporación de la UNA	35
4.4.1 Percepción de la población sobre la educación a través de la radio	35
4.4.2 Participación de la UNA	38
V. CONCLUSIONES	43
VI. RECOMENDACIONES	44
VII. LITERATURA CITADA	45
VIII. ANEXOS	47

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

SEDE REGIONAL CAMOAPA

Esta tesis fue aceptada en su presente forma por la Universidad Nacional Agraria y aprobada por el tribunal examinador como requisito parcial para optar al grado: **LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON MENCION EN AGRONEGOCIOS.**

MIEMBROS DEL TRIBUNAL EXAMINADOR:

Lic. William Ronaldo Masis López
(Presidente)

Ing. Nelson José Osejo
(Secretario)

Lic. Mireya Canales
(Vocal)

Camoapa 11 de octubre del 2014

DEDICATORIA

A Dios y al Divino Niño por siempre escuchar mis oraciones y por darme la sabiduría, la fuerza, la voluntad y la salud para poder culminar mis estudios.

Con todo mi cariño y amor a mis padres Porfirio Díaz y Victoria León que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para poder culminar mis estudios y llegar a ser una profesional.

A mis hermanos por el apoyo que siempre me brindaron día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

Lucila del Carmen Díaz León

DEDICATORIA

A Dios padre todo poderoso que me ha dado la sabiduría e inteligencia que me permitieron lograr culminar mis estudios universitarios.

A mi persona pues considero ser merecedora de recibir este galardón por haber puesto todo mi empeño y dedicación a mis estudios.

A mi mami Yessenia Solórzano, que siempre me ha apoyado de manera incondicional y que siempre lo seguirá haciendo porque el deseo de superar en la vida es un sueño que ambas tenemos.

A mi novio Darvin Borge, porque con su apoyo tanto moral como económico logre alcanzar la culminación de este sueño.

Al Ing. Luis Guillermo Hernández Malueños por haber dedicado parte de su tiempo en apoyarme desde el momento que me convertí en alumna de la Agraria hasta el presente.

A los señores Ariel Rojas Arróliga y Cristina Arróliga Romero por apoyarme en el momento que más lo necesitaba sin esperar nada a cambio.

A los alumnos, profesores, instituciones y todas aquellas personas que fueron partícipes para poder culminar esta investigación.

Geysel de los Milagros Solórzano

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios y al Divino niño por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de mis estudios.

A mis padres por el esfuerzo realizado, por haberme brindado el apoyo en mis estudios, por darme la alegría y fortaleza necesaria para seguir adelante además que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por apoyarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, por haberme formado con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me han ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

Al Ing. Luis Guillermo Hernández Malueños y al Ing. David Peñalba por la colaboración, paciencia, por su tiempo y apoyo que nos brindaron para el desarrollo del trabajo y la culminación del mismo.

A todas las personas e instituciones que participaron e hicieron posible esta culminación: a la Universidad Nacional Agraria, Radio Camoapa, ADM y Sant Just Solidary.

Lucila del Carmen Díaz León.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios padre todo poderoso por darme sabiduría e inteligencia para poder culminar mis estudios.

A mi mami Yessenia Solórzano y a mi novio Darvin Borge por darme su apoyo incondicional.

A mis profesores asesores de esta investigación Ing. Luis Guillermo Hernández Malueños e el Ing. David Peñalba Berrios por apoyarnos en esta investigación y dedicar parte de su tiempo para darnos su asesoría con el único fin que lográramos terminar nuestros estudios universitarios.

A mi compañera de investigación Lucila del Carmen Díaz León por haber estado dispuesta a trabajar con migo y a sus padres por todas las oraciones que nos dieron tanto apoyo.

A las instituciones involucradas al proyecto ALIANZA que apoyaron esta investigación: Universidad Nacional Agraria por darnos la oportunidad de culminar nuestros estudios universitarios con esta investigación, a Radio Camoapa por permitirnos involucrarnos en su proyecto y darnos la opción de aplicarlo de la manera que a nosotras nos conviniera, a ADM por tener personas que dedicaron parte de su tiempo en gestionar este proyecto que nos permite dar alcance a nuestros sueños, a Sant Just Solidary por ser una organización que siempre está con el constante deseo de ayudar a superar los estudiantes siendo nosotras participes de este apoyo.

Geysel de los Milagros Solórzano

INDICE DE CUADROS

CUADRO	PÁGINA.
1. Aspectos indicativos, variables e indicadores para evaluar la incidencia de dio Camoapa en el desarrollo socio económico del municipio de Camoapa.	7

INDICE DE FIGURAS

FIGURAS	PÁGINA
1. Mapa del casco urbano del municipio de Camoapa	5
2. Organigrama funcional de Radio Camoapa.	10
3. Audiencia de radio Camoapa según edad y sexo.	12
4. Identificación de radio Camoapa como una emisora comunitaria.	13
5. Horario de preferencia para escuchar radio Camoapa.	14
6. Programas de mayor frecuencia.	15
7. Atención al cliente en radio Camoapa	17
8. Servicios más utilizados por usuarios de Radio Camoapa.	18
9. Consideración del precio de los servicios ofrecidos por Radio Camoapa	19
10. Desempeño de los locutores de radio Camoapa	20
11. Beneficio generado por radio Camoapa al municipio.	22
12. Origen de la información brindada por radio Camoapa.	23
13. Respeto de radio Camoapa ante la sociedad.	25
14. Escuchan el programa “El ordeño de la tierra”	26
15. Frecuencia de escuchar el “Ordeño de la Tierra”	27
16. Grado de importancia del “Ordeño de la Tierra”	28
17. Origen de las temáticas abordadas en el programa “El Ordeño de la Tierra”	29
18. Temática de preferencia en “El Ordeño de la Tierra”	30
19. Referencias de los temas abordados en “El Ordeño de la Tierra”	30
20. Valoración del que dirige el programa el ordeño de la tierra	32
21. Momentos de transmisión y Momentos recomendados del programa el ordeño de la tierra.	33

22. Tiempo del programa y Tiempo recomendado	34
23. Días de preferencia para la transmisión del programa “el ordeño de la tierra”	35
24. Identificación de Campañas educativas promovidas por radio Camoapa.	36
25. Principales campañas educativas promovidas por radio Camoapa.	37
26. Calidad de las campañas promovida por radio Camoapa	37
27. Incorporación de la Universidad Nacional Agraria	38
28. Participación de la Universidad Nacional Agraria.	39
29. Frecuencia de incorporación de la Universidad Nacional Agraria.	40
30. Importancia de la incorporación de la UNA.	41
31. Áreas de interés para la incorporación de la UNA en la programación de radio Camoapa.	42

INDICE DE ANEXOS

ANEXO	PÁGINA
1. Instrumento para recopilar información, entrevista al director de la radio.	47
2: Instrumento para recopilar información (Encuesta a radio escuchas)	49
3: Tabla de distribución normal	55
4: Capacitación a estudiantes y red de comunicadores para la aplicación de la herramienta de recopilación de datos.	56

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar los avances de Radio Camoapa a partir de su fundación donde se evaluaron variables como antecedentes, tecnología, infraestructura y organización se determinaron indicadores para esto como son misión, visión, equipos de oficinas que hay en la radio. Otro de los aspectos a evaluar fue la percepción de la población referente al servicio comunitario brindado por radio Camoapa donde se evaluaron indicadores como el alcance de la radio, calidad del servicio, locución, trabajo social y enfoque ético para poder desarrollar estas variables se desarrollaron indicadores como edad y sexo de la audiencia, identificación de radio Camoapa como radio comunitaria, horario de preferencia, programa de mayor frecuencia atención al cliente, servicios más utilizados, desempeño de los locutores, beneficio que radio Camoapa ha traído al municipio, veracidad de la información y respeto ante la audiencia. Otro aspecto muy importante es el impacto del programa “El ordeño de la tierra” transmitido por radio Camoapa donde se resaltaron temáticas como la valoración del programa en cuanto a importancia, temas de interés, referencia de los temas, tiempo de duración y que tanta audiencia tiene este programa en el diario vivir de la población, también se hizo una valoración de quien dirige el programa: la manera en como lo transmite, la interacción que este tiene con la audiencia. La incorporación de la Universidad Nacional Agraria, en el desarrollo de la enseñanza agropecuaria a través de la radio, es uno de los objetivos de mayor importancia que tiene esta investigación pues como estudiantes de esta universidad nos interesa identificar la importancia que tiene la participación de esta sede, para el logro de este objetivo se plantearon indicadores como la importancia que tendría en la audiencia esta incorporación, la frecuencia y la forma de participación que esta sede debería tener y las áreas donde la población considera que la Universidad debería incorporarse.

Los datos provenientes de las encuestas aplicadas en esta investigación fueron ordenados y sometidos al programa SPSS para su debido análisis, también se requirió el respaldo del programa Excel para una mejor presentación de las gráficas que respaldaron los resultados.

Palabras claves:temáticas, horarios, programas, beneficio, comunitario, respeto, locución, atención al cliente.

ABSTRACT

This research aimed to determine the progress of Radio Camoapa from its foundation where variables such as background, technology, infrastructure and organization evaluated indicators for this are determined as mission, vision, office equipment that's on the radio. Another aspect was to evaluate the perception of the population regarding the community service provided by Radio Camoapa where indicators such as radio range, quality of service, voice, social work and ethical approach is evaluated in order to develop these variables indicators were developed as age and gender of the audience, radio identification Camoapa as community radio, schedule preference, program customer more often, more frequently used services, performance of broadcasters, radio Camoapa benefit brought to the municipality, accuracy of information and respect for the audience. Another very important aspect is the impact of the "Milking the earth" radioed Camoapa where topics such as assessment of the program were highlighted in importance, areas of interest, reference topics, duration and how much hearing has this program on the daily lives of the population, an assessment of who directs the program was also made: the way in which transmits the interaction it has with the audience. The incorporation of the National Agrarian University in the development of agricultural education through the radio, is one of the objectives of greater importance for this study as students of this university we want to identify the importance of the participation of this venue, to achieve this objective indicators such as the importance that the audience this addition, the frequency and form of participation that this office should have and areas where the population believes that the University should be incorporated were raised.

Data from the surveys in this study were sorted and subjected to SPSS for analysis because the backup program Excel for better presentation of graphics that supported the results will also be required.

Keywords: Theme, schedules, programs, benefits, community, respect, voice, customer service.

I. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución, la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, estos han jugado, juegan y seguirán jugando un papel fundamental en el desarrollo de la opinión pública.

Los medios determinan mucho la manera en que las personas se informan acerca de lo que pasa a su alrededor y esto ayuda a generación de opiniones, estos están obligados a informar, investigar, analizar, trazar horizontes y a desarrollar sus tareas con objetividad, equidad, ética y coherencia, consciente de la función social que desempeña.

Es importante la ética en el periodista, ya que es gracias a su trabajo profesional, en el que la mayoría de la sociedad toma las decisiones, muchas de estas importantes. Con la ayuda de la tecnología, la información llega a nosotros casi al instante y a cada momento.

Los medios de comunicación son un instrumento que activan más la economía, en términos de mercadeo, lo que se quiere vender se debe anunciar, además de contribuir a la economía tienen un compromiso social que debe ser asumido con responsabilidad por cada una de las empresas que se dedican a ser un medio de comunicación.

En el municipio de Camoapa, existen 4 canales de televisión y 3 radioemisoras que han surgido por iniciativa de ciudadanos independientes que han creído en los medios de comunicación como una herramienta persuasiva que permite el avance en la economía de sus comunidades. Para ello se han enfocado en la dotación de capacidades de los recursos humanos, la adquisición de nuevas tecnologías y por ende muchos aportes financieros a fin de brindar un mejor servicio a la población.

Una radio comunitaria o ciudadana, es una propuesta social que un colectivo u organización ofrece a la sociedad, exponiendo claramente cómo pretenden estar y en consecuencia incidir en ese tejido social. Entendida así, la radio comunitaria es un proyecto político, en el sentido de que asume compromisos y toma posición respecto a la problemática concreta en que vive y se ubica en el contexto social en donde se desarrolla. La lista de proyectos específicos es tan amplia y heterogénea como la sociedad misma, sin embargo, lo que pretendemos dejar claro es que una radio comunitaria responde a un proyecto político, no partidista, de mediano y largo plazo, donde las decisiones sobre su función son tomadas por el grupo que sostiene dicho proyecto, es una reivindicación de los sujetos individuales y colectivos frente a los poderes.

La radio comunitaria trata a sus oyentes como sujetos participantes, permitiéndoles el poder de controlar su propia identidad y cultura: la comunidad participa en la toma de decisiones sobre la programación, la producción, en el funcionamiento y gestión del medio. Algo casi inconcebible en las radios comerciales y estatales.

Las radios comunitarias se comunican e involucran en la comunidad promoviendo la participación ciudadana, no solo en la radio, sino también en los procesos culturales y políticos que les afectan.

En América Latina, la radio comunitaria tiene su inicio con la escuela radiofónica Radio Sutatenza se desarrolló en la década de los cincuenta en Colombia, su impulsor fue el padre José Joaquín Salcedo Guarín quien, con un transmisor de 90 vatios, diseñó un programa para ofrecer educación básica a los campesinos más alejados de la parroquia. Junto con el modelo de escuela radiofónica, desarrolló el concepto de “educación básica integral”, en donde juntó diversos contenidos como la alfabetización, la salud, la agricultura, el desarrollo de la comunidad y la vivienda. Al mismo tiempo ayudó a la gente a asumir la responsabilidad sobre su desarrollo y reconocer su potencial para progresar e identificar el valor de sus propios recursos. Los campesinos aprendían a leer, a escribir y a contar y conocían formas agrícolas sencillas.

En el mundo existen asociaciones que apoyan la labor de las radios comunitarias. Una de ellas es AMARC, Asociación Mundial de Radios Comunitarias, que nació en Canadá en agosto de 1983 y tiene como finalidad promover la existencia de radios comunitarias como vía para ejercer plenamente la libertad de expresión y el derecho a comunicar. Está reconocida como organismo no gubernamental internacional de carácter laico y sin fines de lucros. AMARC está integrada por cientos de estaciones, redes, grupos de producción y productores individuales provenientes de los cinco continentes. Por ello, esta asociación tiene oficinas regionales instaladas en los distintos continentes.

En el continente centroamericano existen diferentes radios comunitarias que han contribuido con el desarrollo de cada país donde se encuentran ubicadas. Nicaragua cuenta con un total de 18 radios comunitarias entre las cuales se destaca Radio Camoapa que es un medio de comunicación que inició operaciones en abril del año 2004 como una emisora comunitaria, pero en un régimen de propiedad privada. La emisora no tiene compromisos que impidan el desarrollo de objetivos, de sus actividades y su énfasis es servir a la comunidad.

Radio Camoapa es una emisora con misión y visión enfocada en un espíritu de servicio con calidad, profesionalismo, objetividad, accesibilidad, imparcialidad, transparencia y valores democráticos. Un medio de comunicación comprometido con la construcción de ciudadanía y que promueve la participación de la gente en los procesos de desarrollo local.

La presente investigación tuvo por objetivo evaluar la Incidencia de Radio Camoapa Estéreo en el desarrollo social del municipio de Camoapa. La misma surge de la necesidad de tener una percepción justificada de la población acerca del papel de esta radio en el desarrollo del municipio y la incorporación de instituciones como la Universidad Nacional Agraria en su programación para fortalecer temas de índole agropecuario o ambiental de mucha relevancia para la población.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

- Evaluar la incidencia de Radio Camoapa Estéreo en el desarrollo social del municipio de Camoapa departamento de Boaco.

2.2 Objetivos específicos

- Determinar los avances de Radio Camoapa Estéreo a partir de su fundación.
- Describir la percepción de la población referente al servicio comunitario brindado por Radio Camoapa.
- Estimar el impacto que tiene en la audiencia el programa “El ordeño de la tierra”, transmitido por Radio Camoapa.
- Identificar la importancia de incorporación de la Universidad Nacional Agraria, en el desarrollo de la enseñanza agropecuaria a través de la radio.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. Ubicación y fechas del estudio

INIFOM, sugiere la siguiente información sobre la ubicación del municipio de Camoapa:

El municipio de Camoapa se encuentra ubicado a 120km de la capital Managua en las coordenadas 12° 22'48" latitud norte y 85° 30'36" longitud oeste. Su extensión territorial es de 1,483.29km² y una población de 40,000 habitantes. Su altitud sobre el nivel del mar es de 520 m.s.n.m, con una densidad poblacional Urbana de 12 habitantes / Km² y Rural de 16 habitantes /Km².

El municipio limita al norte: Con los municipios de Boaco, Matiguas y Paiwas al sur con los municipios de Cuapa y Comalapa al este con los municipios de El Rama y La Libertad y al Oeste con los Municipios de San Lorenzo y Boaco.

El clima es variado, su temperatura promedio anual es de 25.2° centígrados, y en algunos periodos logra descender 23° centígrados. La precipitación pluvial alcanza desde los 1200 hasta 2000 milímetros en el año, sobre todo en la parte noroeste del municipio.

Esta evaluación se realizó en la zona urbana y rural del municipio de Camoapa departamento de Boaco durante el período de marzo a mayo del 2014.



Figura 1. Mapa del casco urbano del municipio de Camoapa(Fuente: Instituto Nicaragüense de Estudios Territoriales)

3.2.Diseño Metodológico

El presente trabajo correspondió a una investigación descriptiva no experimental, lo que permitió recopilar información cualitativa y cuantitativa. Los instrumentos de investigación para la recopilación primaria fueron la entrevista (anexo 1) a funcionarios de la Radio y la encuesta (anexo 2) para la audiencia.

3.2.1. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se calculó para los cascos urbano y rural del municipio de Camoapa, considerando la tabla de distribución normal (anexo 3) que se subdivide de la siguiente manera:

3.2.1.1. Sub muestra casco urbano

- a. Se sorteó el 70% de los barrios.
- b. Se seleccionó el 5% de la población.
- c. Se aplicó un margen de error del 5% y un 95% en nivel de confianza.

3.2.1.2. Sub muestra casco rural

- a) Se sorteó el 35% de las comarcas del municipio de Camoapa en base a los siguientes criterios:
 1. Más de 400 habitantes.
 2. Menos de 40km de la ciudad de Camoapa.
 3. Fácil acceso.
- b) Con un margen de error del 5% de la población total y un 95% de nivel de confianza.

3.2.2. Variables evaluadas

En el siguiente cuadro se resumen los aspectos indicativos, variables e indicadores evaluados.

Cuadro 1. Aspectos indicativos, variables e indicadores para evaluar la incidencia de Radio Camoapa en el desarrollo social del municipio de Camoapa.

Aspectos Indicativos	Variables evaluadas	Indicadores
Avances de la radio	1. Antecedentes 2. Tecnología 3. Infraestructura 4. Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento • Visión • Misión • Equipos • Cabina • Otras instalaciones • Estructura organizacional • Tipo de sociedad • Recursos humanos • Red de comunicadores
Percepción de la población	1. Alcance de la radio 2. Calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Radio comunitaria • Horario de preferencia • Programas de mayor frecuencia • Atención al cliente • Servicios utilizados • Precio del servicio

Cuadro 1.Continuación...

	<ol style="list-style-type: none">3. Locución4. Trabajo social5. Enfoque ético	<ul style="list-style-type: none">• Desempeño• Beneficios al municipio• Veracidad• Respeto
Programa “El ordeño de la tierra”	<ol style="list-style-type: none">1. Valoración del programa2. Valoración del que dirige3. Tiempo requerido	<ul style="list-style-type: none">• Audiencia• Frecuencia• Importancia• Temáticas• Desempeño• Momento de transmisión• Tiempo de durabilidad• Días de transmisión
Incorporación de la UNA	<ol style="list-style-type: none">1. Educación a través de la radio2. Participación de la UNA	<ul style="list-style-type: none">• Campañas educativas• Valoración de la campaña• Incorporación• Formas• Frecuencia• Importancia• Áreas de interés

3.3. Análisis de los datos

Los datos provenientes de las encuestas fueron ordenados y sometidos al programa SPSS para su análisis, también se requirió el respaldo del programa EXCEL para una mejor presentación de las gráficas que respaldaron los resultados. El análisis fue a partir de estadística descriptiva a través de la tabla de distribución de frecuencias.

La información proveniente de la entrevista fue descrita y comentada, considerando lo vertido por los encuestados y el criterio de los investigadores.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Avances de Radio Camoapa

4.1.1 Antecedentes

4.1.1.1 Surgimiento

Radio Camoapa Estéreo es una emisora comunitaria ubicada en la ciudad de Camoapa, municipio del departamento de Boaco, en Nicaragua. El proyecto de la radio inicia el primero de abril del año dos mil cuatro, a través de la gestión de la sociedad anónima Proyecto Radial La Esperanza S. A. Comienza como un proyecto familiar, cuyas ideas nacieron en diciembre del año 2002 y para el mes de mayo del año 2003 se practicaban los estudios técnico y económico así como la preparación de los requisitos legales necesarios para la formulación del proyecto que se acompañó al formato de solicitud entregado al ente regulador TELCOR.

4.1.1.2 Visión

Ser una Radio Comunitaria Participativa, para todos y todas. Un medio de comunicación para la diversidad cultural de la zona y el encuentro ínter comunitario. Una radio que informe, eduque y guíe a la comunidad hacia su desarrollo. Un espacio donde la programación tenga un enfoque alternativo que aborde lo social, el medio ambiente, la equidad de género, cultura y aquellos ámbitos que construyen ciudadanía. Una respuesta a la necesidad de comunicación de las comunidades y comarcas lejanas de los municipios donde tiene cobertura.

4.1.1.3 Misión

Promover la democratización de las comunicaciones para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de las comunidades donde la radio llega. La emisora contribuye a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo integral.

4.1.2 Tecnología

4.1.2.1 Equipos

Radio Camoapa usa tecnología de punta para desarrollar todos los procesos vinculados con la producción, grabación o realización de programas y cuñas radiales. Los avances de Radio Camoapa a partir de su fundación han sido muy notables: La programación de la radio inició con espacios de contenidos e informativos cuando ésta tan solo tenía un transmisor de 250 vatios que actualmente fue reemplazado por uno de 1kilovatio, las computadoras han sido renovadas y aumentadas en cantidades desde el inicio para estar al día con las noticias utilizando además grabadoras digitales y una unidad móvil.

4.1.3 Infraestructura

4.1.3.1 Cabina

Radio Camoapa cuenta con una cabina bien equipada con un tamaño estrecho que permite que se acomoden los locutores y las personas que en algún momento hagan uso de alguno de los servicios que presta la radio; en ella están ubicados todos aquellos equipos tecnológicos que permiten que la información llegue hasta la audiencia de manera directa veraz y objetiva.

4.1.3.2 Otras instalaciones

En la emisora también está ubicada una oficina para los responsables de prensa, es decir aquellos que se encargan de hacer que la población se informe sobre las noticias existentes en la comunidad y sus alrededores, también está un área de recepción donde se reciben a las personas que visitan la radio en busca de información o para hacer uso de alguno de los servicios que presta la emisora.

4.1.4 Organización

4.1.4.1 Estructura organizacional

Radio Camoapa cuenta en su organización con un organigrama dirigido de manera horizontal, pero las decisiones se toman entre todos, los colaboradores están divididos en técnico, comunicacional y administrativo.

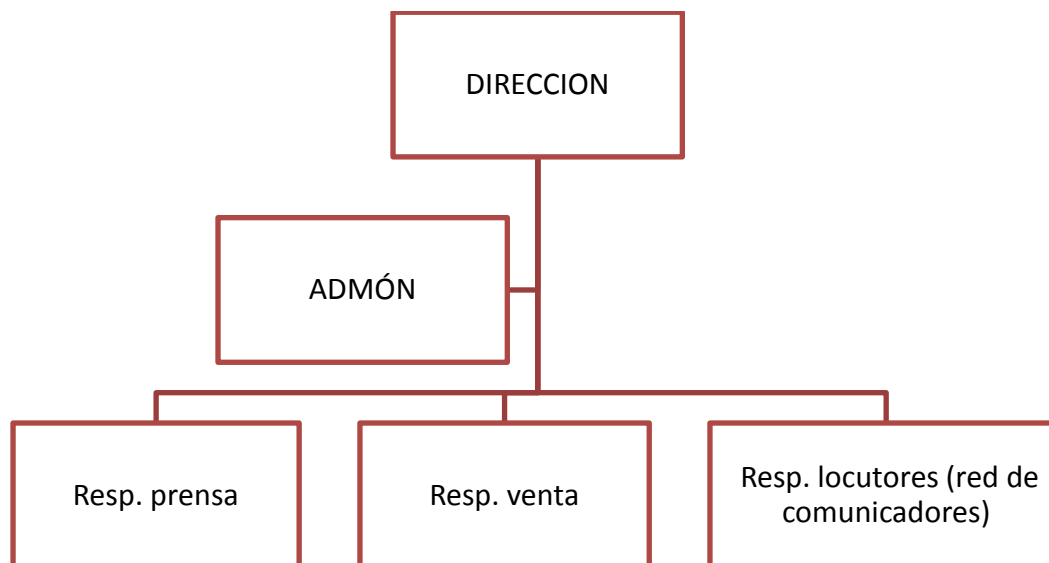


Figura 2. Organigrama funcional de Radio Camoapa.

4.1.4.2 Tipo de sociedad

El proyecto de la radio inicia el primero de abril del año dos mil cuatro, a través de la gestión de la sociedad anónima Proyecto Radial La Esperanza S. A, hoy Radio Camoapa Estéreo.

La (S.A) o Sociedad Anónima, es una sociedad que no depende de las personas o socios que la conforman sino del fondo común (capital social) suministrado por sus accionistas. Esta sociedad permite ejercer con un nombre propio (denominación social) que no está ligado al nombre de los socios. La sociedad anónima no representa a uno u otro socio, sino que al capital social que la conforma. Todas las sociedades mercantiles deben constituirse en una Escritura Pública cumpliendo los requisitos de ley establecidos en el Código de Comercio. En el caso de la sociedad anónima se requieren al menos dos socios para constituir la y si transcurridos seis meses no existe un tercer accionista, cualquiera de los socios pueden pedir la disolución, por lo que se recomienda contar con tres socios de una vez (Fiallos, 2008).

4.1.4.3 Recursos humanos

Radio Camoapa cuenta con un total de 20 personas involucradas directamente dentro de la emisora, entre los cuales se destacan: el director de la radio, responsable de prensa, locutores, además ha incorporado un total de 30 personas de las comarcas que se les designa con el nombre de red de comunicadores, Radio Camoapa al contratar sus colaboradores respeta las leyes del país, cumpliendo con sus obligaciones y asumiendo la responsabilidad social consignada en la Constitución Política de la República para los medios de comunicación, para desempeñar su trabajos los colaboradores reciben capacitaciones constante lo que les ayuda a enriquecer los conocimientos.

4.1.4.4 Red de comunicadores

La red de comunicadores está conformada por un total de 30 personas las cuales participan de manera voluntaria, con el único fin de informar a la comunidad de las noticias y de los problemas que surgen en los lugares donde viven, estos reciben un acompañamiento por parte del director de Radio Camoapa, además reciben capacitaciones para desempeñar mejor sus labores.

4.2 Percepción de la población

4.2.1 Alcance de la radio

4.2.1.1 Edad y sexo de la audiencia

Las actitudes, creencias, sentimientos, valores, conductas y actividades que diferencian a hombres y mujeres a través de un proceso de construcción social, se desarrollan a diferentes niveles tales como el estado, el mercado de trabajo, las escuelas, los medios de comunicación, la ley, la familia y a través de las relaciones interpersonales, estableciendo una jerarquización que da más valor a lo masculino que a lo femenino (Beltrán y Maquieira, 2008).

En el presente estudio, la audiencia está concentrada entre las edades de los 16 a los 35 años, siendo el 56.5% mujeres y 58.5% hombres. Este resultado representa una oportunidad para Radio Camoapa para convertirse en un elemento cultural, educativo, cargado de responsabilidad social para servir a los ciudadanos.

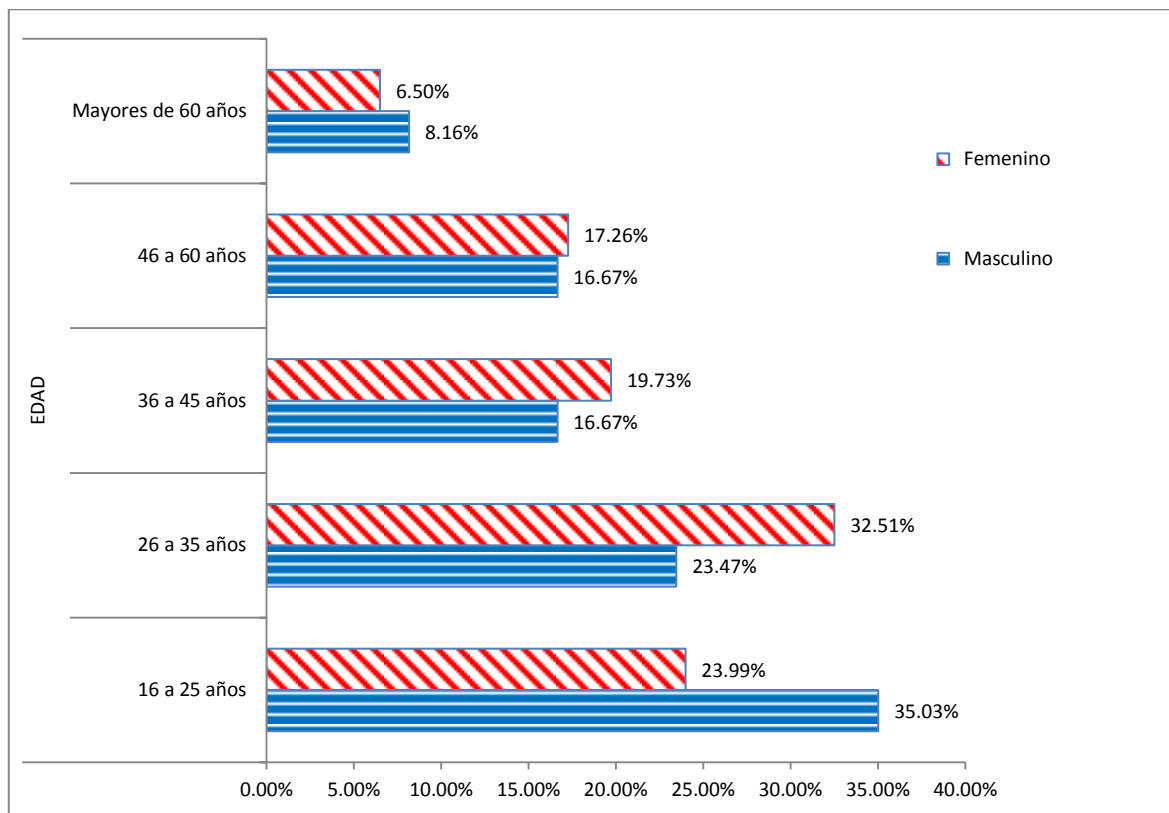


Figura 3. Audiencia de Radio Camoapa según edad y sexo.

4.2.1.2 Radio comunitaria

Las radios comunitarias son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia. Estas emisoras se caracterizan también por estar gestionadas a través de organizaciones sociales sin fines de lucro, siendo su principal característica la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, programación, administración, operación, financiamiento y evaluación (Calleja y Solís, 2007).

La radio comunitaria y ciudadana, se define así, en la medida en que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos y como un espacio de encuentro: “las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales” (AMARC, 2005).

La población encuestada identifica a Radio Camoapacomo radio comunitaria. En la figura 4 se observa que el 89.9% de la zona rural y el 91.8% de la zona urbana afirman lo anterior.

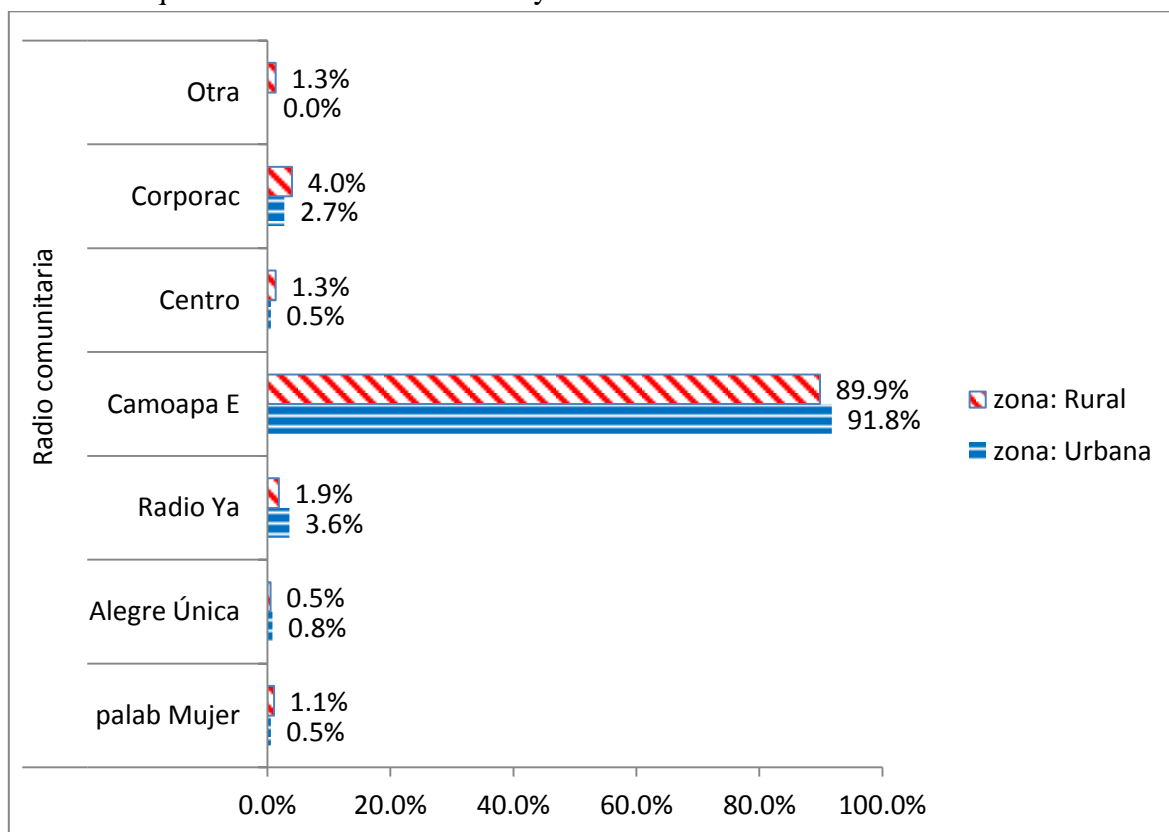


Figura 4. Identificación de Radio Camoapa como una emisora comunitaria.

4.2.1.3 Horario de preferencia

La comunicación, entendida como proceso participativo e interactivo esencial a la coexistencia humana, a la organización social, a la organización de la experiencia humana, de la democracia, a la formación del ser humano y a la conformación de la ciudadanía y de las comunidades, debe ser un derecho adquirido dentro de las sociedades de información y comunicación (Esteinou, 2003).

Hacer radio es definir y producir cotidiana y sistemáticamente la programación que le da vida a una emisora y que, por tanto, alimenta un tipo de relación de comunicación con una audiencia determinada. En palabras de López Vigil significa, también, responder a las preguntas "¿Para qué y para quienes pensamos la programación? (...) Se trata de determinar el eje central en torno al cual se diseña el conjunto de la programación. (...) Y para quiénes se diseña. Porque la audiencia no es un todo homogéneo. No hay un público, sino muchos públicos" (López, 1997).

La población encuestada prefiere escuchar la radio en la noche, posiblemente esto se debe a que la mayor audiencia es joven y tienen algunas ocupaciones que les impide sintonizar la emisora o bien porque la programación de preferencia para ellos se da solo en la noche. En la figura 5 se observa que el 46.7 % y 33.3 % de la audiencia de edades entre 16 y 25 años y 26 a 35 años respectivamente, prefieren ese horario; el resto de horarios presentan porcentajes de audiencia similar por grupos de edades.

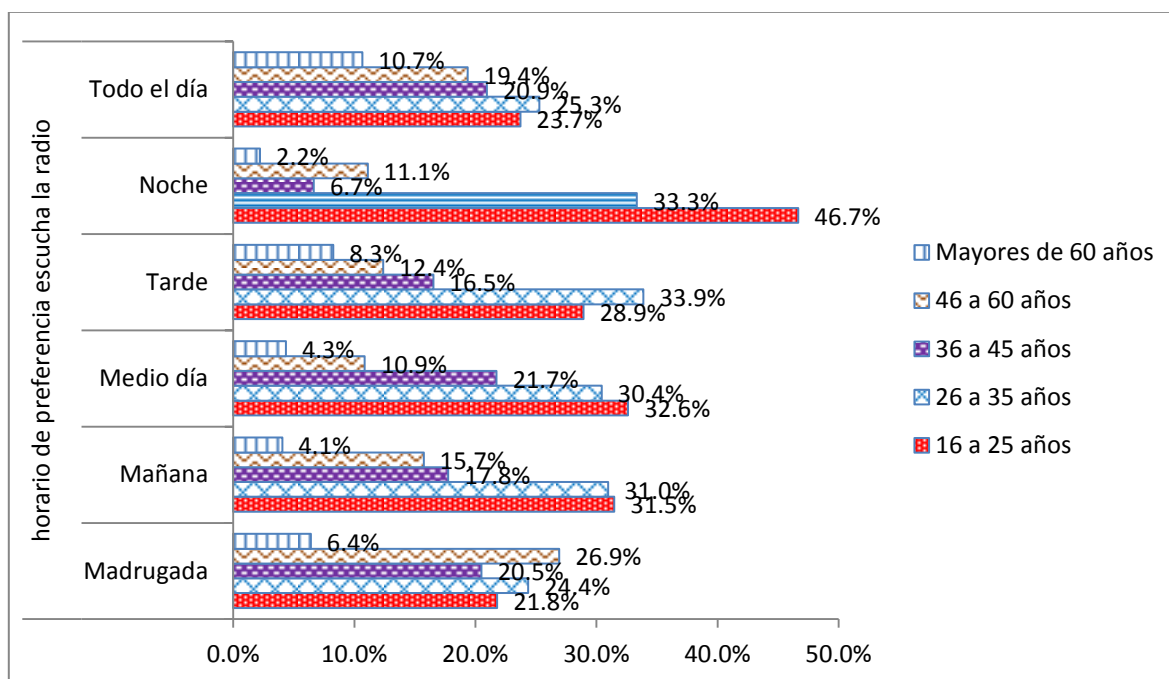


Figura 5. Horario de preferencia para escuchar Radio Camoapa.

4.2.1.4 Programa de mayor frecuencia

Según, Martí (1990) y López (1997), los programas se clasifican en:

- Programa cultural y educativo: aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado.
- Programa informativo: cuando se difunde información sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales de manera imparcial, veraz y oportuna.
- Programa de opinión: dirigido a dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.
- Programa recreativo o deportivo: dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión.
- Programa mixto: el que combine cualquiera de los tipos de programas anteriormente enumerados.

Radio Camoapa tiene una amplia programación entre los que se puede encontrar programas relacionados con campos informativos, políticos, religiosos, musicales entre otros. El 68.8% de la población femenina y 63.3% de la masculinaprefieren los programas musicales. También resalta el 25.9% de la población masculina y 24.4% de la femenina prefieren los programas informativos.

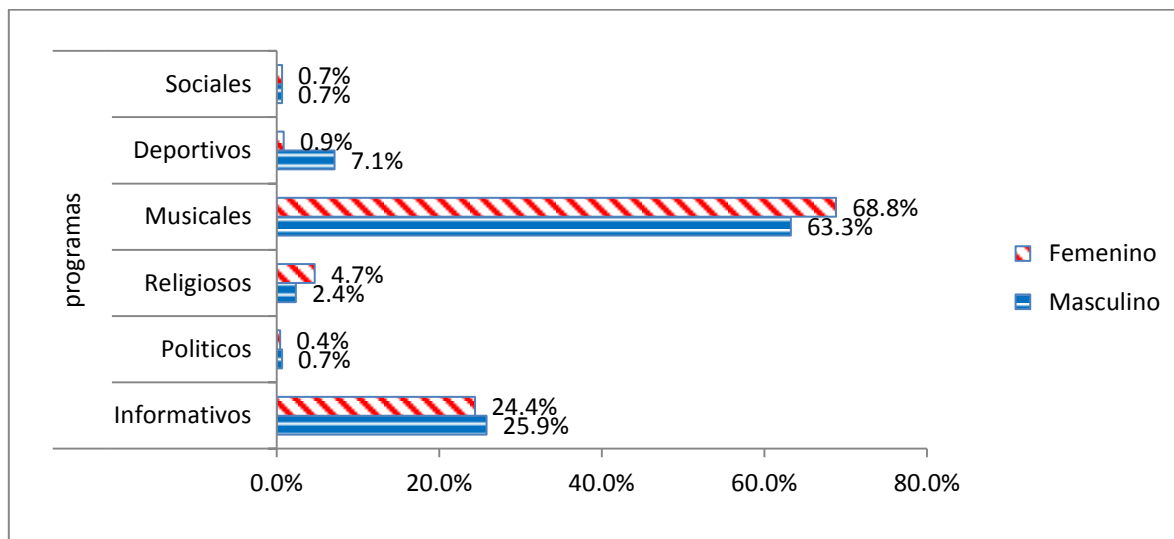


Figura 6. Programas de mayor frecuencia para la audiencia de radio Camoapa.

4.2.2 Calidad del servicio

4.2.2.1 Atención al cliente en Radio Camoapa

Para Toscano (2005), el cliente es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios. La atención al cliente con excelencia constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado.

Según Mejía (2013), se deben conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente. Los elementos a tener en cuenta son:

- ✓ **Elementos tangibles:** Como las instalaciones y los equipos de la empresa, la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos.
- ✓ **Cumplimiento:** Implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el vendedor ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio.
- ✓ **Disposición:** Es ayudar a los clientes a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sientan satisfechos.
- ✓ **Cualidades del personal:** Los vendedores deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.
- ✓ **Empatía:** Los vendedores deben conocer al cliente, entender sus necesidades y mantener con él una comunicación positiva y permanente.

Para Andrades (2007), en la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la comunicación, pues es la base de las buenas relaciones con el cliente, ésta consiste en: la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal. En la comunicación con el cliente se debe prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

La comunicación no verbal nos permite expresarnos positivamente con nuestros gestos y posturas:

- ✓ **Expresión facial:** Para el vendedor es conveniente conservar la sonrisa, pues demuestra acuerdo y entendimiento con quienes la intercambian.
- ✓ **Contacto ocular:** La mirada puede abrir o cerrar los canales comunicativos. Es una señal de comunicación, mientras que una mirada directa, pero no insistente, ni fija, puede ser un gran apoyo en la situación de comunicación con el cliente.
- ✓ **Gestos y movimientos con el cuerpo:** De todas las partes del cuerpo las manos son las que más amplían la expresividad del rostro, ya que a veces contribuyen a esclarecer en mensaje verbal poco claro.
- ✓ **Postura corporal:** Refleja actitudes sobre uno mismo y su relación con los demás.

Según esta investigación, Radio Camoapana está alcanzando un nivel de excelencia en la atención al cliente y esto conlleva a que el cliente no se sienta 100 por ciento satisfecho con la atención que se le da y posiblemente prefiere alejarse y no volver a visitar la radio. En la siguiente figura se presentan los resultados.

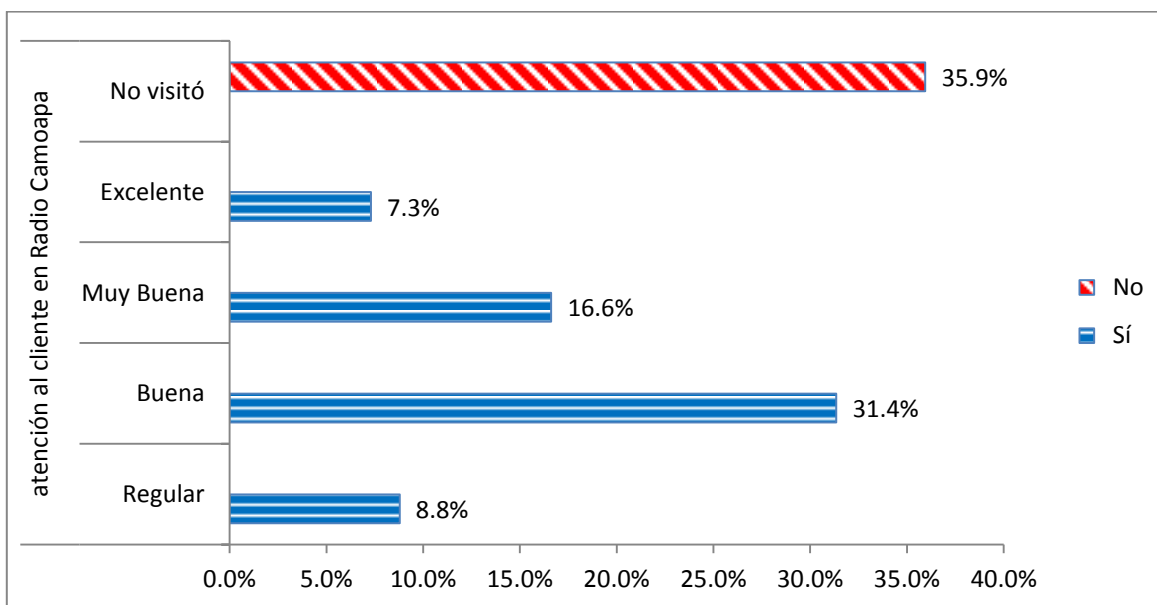


Figura 7. Calidad de la atención al cliente en Radio Camoapana.

4.2.2.2 Servicios más utilizados

En todo medio de comunicación existe una serie de servicios con los cuales se logra satisfacer las necesidades o expectativas de la población a quien se le sirve, entre los servicios que presta Radio Camoapa los más destacados son los servicios de especial de 15 minutos, servicio de saludos y servicio de avisos.

Estos últimos constituyen el mayor porcentaje de demanda, como se puede observar en la figura 8, que el 56.5% para la zona rural y un 60.5% para la zona urbana. Esto porque el emisor está constituido por el que envía el aviso y el receptor es aquel que recibe el aviso y en la mayoría quien busca informar son aquellas personas de la zona urbana que quieren hacer llegar un determinado mensaje a una o varias personas que están dispersas en una determinada comunidad o bien se encuentran en la zona rural donde probablemente no haya o sea muy poca la recepción telefónica.

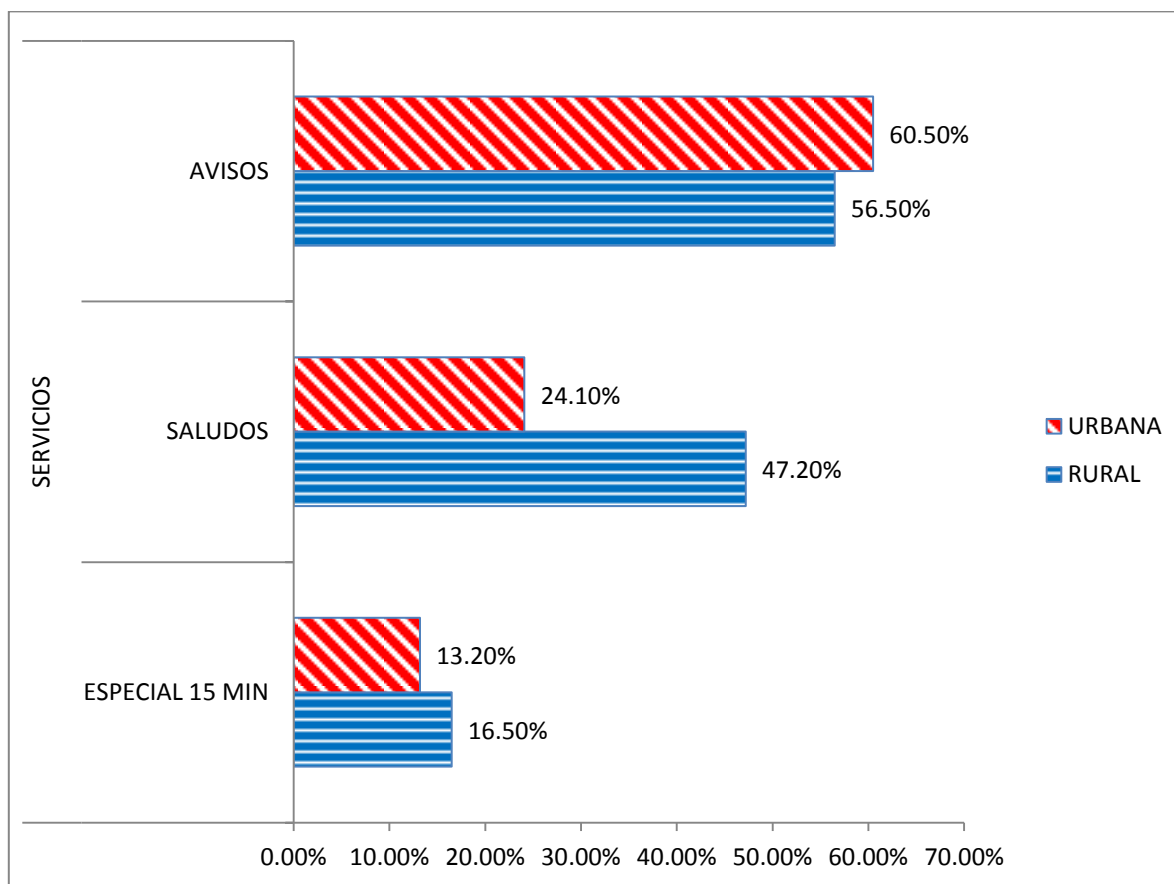


Figura 8. Servicios más utilizados por los usuarios de Radio Camoapa.

4.2.2.3 Precio del servicio

López (2005), asegura que las radios ciudadanas deben estar en el aire cotidianamente y eso implica encontrar los mecanismos de financiamiento que, sin perder de vista sus objetivos sociales, les permitan funcionar adecuadamente. Lo anterior lo resume en la siguiente frase: "Necesitamos dinero para vivir, aunque no vivamos para el dinero".

Las radios ciudadanas deben generar los recursos necesarios para desarrollar de manera adecuada sus objetivos, con la característica de que se trata de recursos privados destinados a usos públicos. Radio Camoapasolicita una retribución monetaria por los servicios brindados para poder con ello sustentar el pago de los servicios básicos porque no tienen otra fuente de financiamiento.

En la siguiente figura se observa que de la población que utiliza algunos de los servicios de Radio Camoapa un 73.3% de la zona rural y un 68.2% de la zona urbana han pagado por ellos. De ellos un 60.3% de la zona rural y un 58.9% de la zona urbana de la población que utiliza el servicio, considera que el precio pagado por el servicio es accesible lo que hace ver que esta emisora cumple con el objetivo de radio comunitaria, pues tan solo un 8.5% de la zona urbana y un 11.5% de la zona rural consideran que el precio pagado por el servicio es medianamente accesible, un porcentaje del 25.9% de la zona rural y un 31% de la zona urbana de los que utilizan los servicios no han pagado directamente por ellos y esto según la población porque lo hacen mediante llamadas telefónicas.

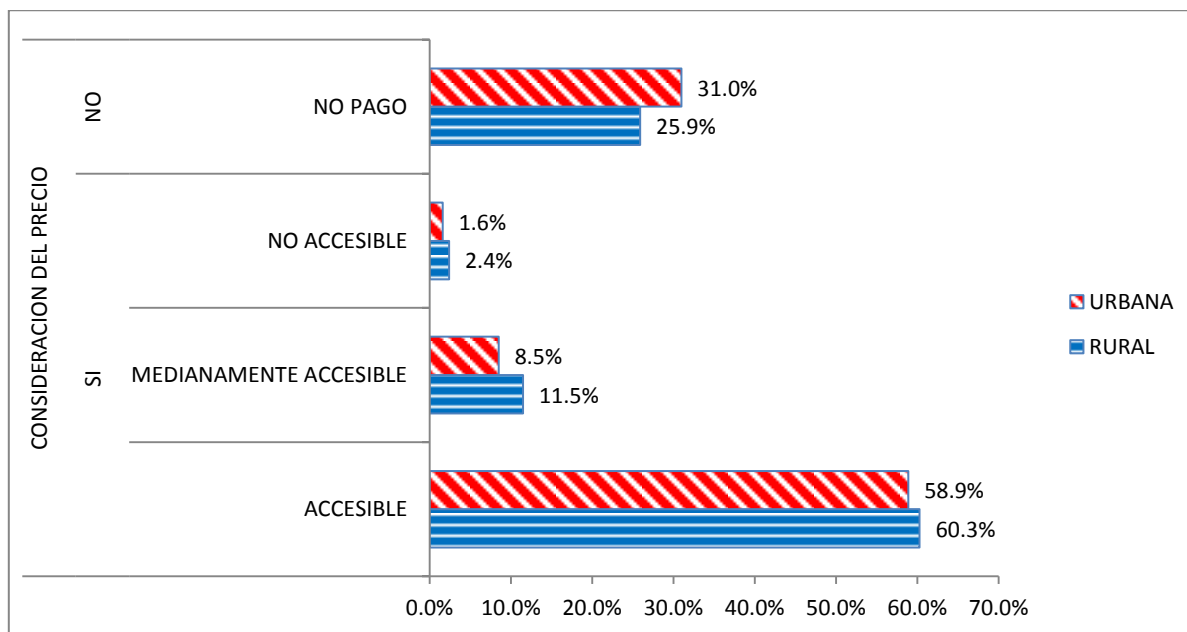


Figura 9. Consideración del precio de los servicios ofrecidos por Radio Camoapa

4.2.3 Locución

4.2.3.1 Desempeño de los locutores

Se dice que los medios son el lugar en el que las sociedades discuten sus problemas, intereses, necesidades y aspiraciones. Esto es parcialmente cierto, o tendenciosamente falso. No son las sociedades las que debaten, son algunos de sus miembros y no son los problemas los que se debaten, son algunos de los problemas de algunos sectores. Y en las radios los que nos representan son los locutores y es por ello que deben de desempeñarse de la mejor manera posible, dando siempre respeto a los oyentes y teniendo un lenguaje claro que ayude a los oyentes a entender los cosas que se hablan en el programa en sí, todo locutor debe buscar la forma de acercarse emocionalmente a los oyentes y atraerlos. Es por ello que se debe establecer lazos emotivos entre ellos (Martínez y Díez, 2005).

Afirma el mismo autor, que nombrar la realidad es empezar a modificarla. Esquematizar la realidad implica tomar los relatos y las explicaciones que circulan para repensarlos, reformularlos y producir cambios a nivel simbólico, cambios en las formas de percepción y de argumentación, cambios en la forma de relatar la realidad.

En Radio Camoapa se está buscando alcanzar un nivel de excelencia con respecto a la locución ya que en las encuestas realizadas se está reflejando que la locución de esta radio está alcanzando solo un nivel de desempeño bueno con un 43.5% para la zona rural y un 47.4% para la zona urbana esto indica que aún hace falta crecimiento a través de capacitaciones o mayor supervisión por parte de las autoridades.

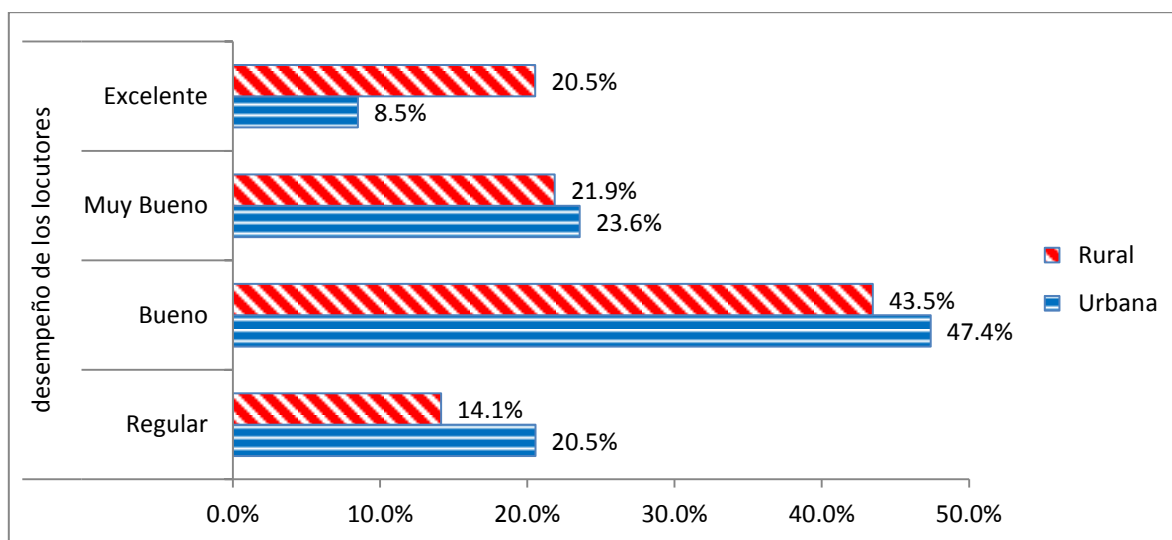


Figura 10. Desempeño de los locutores de Radio Camoapa

4.2.4 El trabajo social

4.2.4.1 Beneficio de Radio Camoapaal municipio

Para Beltrán (1995), las emisoras comunitarias son las que tienen la posibilidad, pero sobre todo la voluntad, de estar cerca de la realidad de las comunidades. Son estas radios (junto con otros medios comunitarios: televisoras, diarios, agencias de noticias) quienes hoy en día descentralizan el sistema de medios posibilitando que los temas, los entrevistados, las agendas, las melodías, las opiniones, no sean uniformes.

Señala el mismo autor, que todavía se encuentran casos en los que la radio es el único medio de comunicación con el que cuenta la comunidad. Cuando esto sucede su importancia aumenta de manera sustancial porque el servicio se torna imprescindible. Pero además porque en estos casos la radio se ubica normalmente cerca de las necesidades de la ciudadanía, refleja y ayuda a construir las identidades, habla las lenguas locales y no las oficiales.

Ahora bien, según Reyes (2011) la importancia de estos beneficios radica en dar apoyo en la búsqueda de soluciones a los problemas comunales a nivel de gestión y de orientación”, fortaleciendo con ello la lucha por los derechos de los ciudadanos. Por lo que, resulta indispensable que la radio comunitaria mantenga vínculos con todos aquellos entes que se involucren con las actividades socio comunitarias en pro de una vida más justa y humana que modifique la realidad del provenir comunitario.

Afirma Gómez (2005), que el tema de las radios comunitarias está directamente relacionado con el ejercicio de los derechos humanos y la libertad de expresión. No es la búsqueda de protagonismos, ni enriquecimiento o de injerencia de “extraños” grupos o intereses, es y ha sido la búsqueda para que la libertad de expresión quede arraigada en las bases ciudadanas, en la democracia. El fenómeno de las radios comunitarias en nuestro país no es ajeno de toda la discusión sobre los derechos humanos en el mundo.

Los beneficios sociales son una de las estrategias detectadas de las radios comunitarias para establecer interacción con las comunidades en su construcción; de acuerdo a Lamas (2003), la misión de la radio no se limita a garantizar al acceso a los medios de comunicación sino también incidir en los procesos de cambios de la sociedad.

Las radios comunitarias generan muchos beneficios a la población entre los cuales se destacan los sociales, económicos y sobre todo informativo, que sin duda es uno de los principales servicios pues sin duda la población ahora tiene alcance a toda la información.

Radio Camoapa ha tenido un amplio crecimiento, la audiencia ha identificado que ha traído beneficio al municipio, teniendo el 97.8% de la zona urbana y el 95.2% de la zona rural. De ellos un 36.8% de la zona rural y el 34.2% de la zona urbana reflejan que Radio Camoapa beneficia al municipio en el ámbito económico, esto se debe a que la población no tiene que gastar en transporte para enviar o recibir un mensaje, solo debe hacer una llamada a la radio y enviar un aviso y así llega al receptor con más velocidad y se podría decir que directamente del emisor, el 42.7% de la zona rural y el 42.7% de la zona urbana consideran que Radio Camoapa les ha traído beneficio social.

Estos resultados son un reto para Radio Camoapa para enfocar su programación hacia la búsqueda de solución de los problemas comunales, el 76.8% de la zona rural y el 69.0% de la zona urbana ha identificado que Radio Camoapa ha generado un alto beneficio informativo al municipio por lo que la audiencia se informa sobre los acontecimientos que suceden en el municipio y en el exterior.

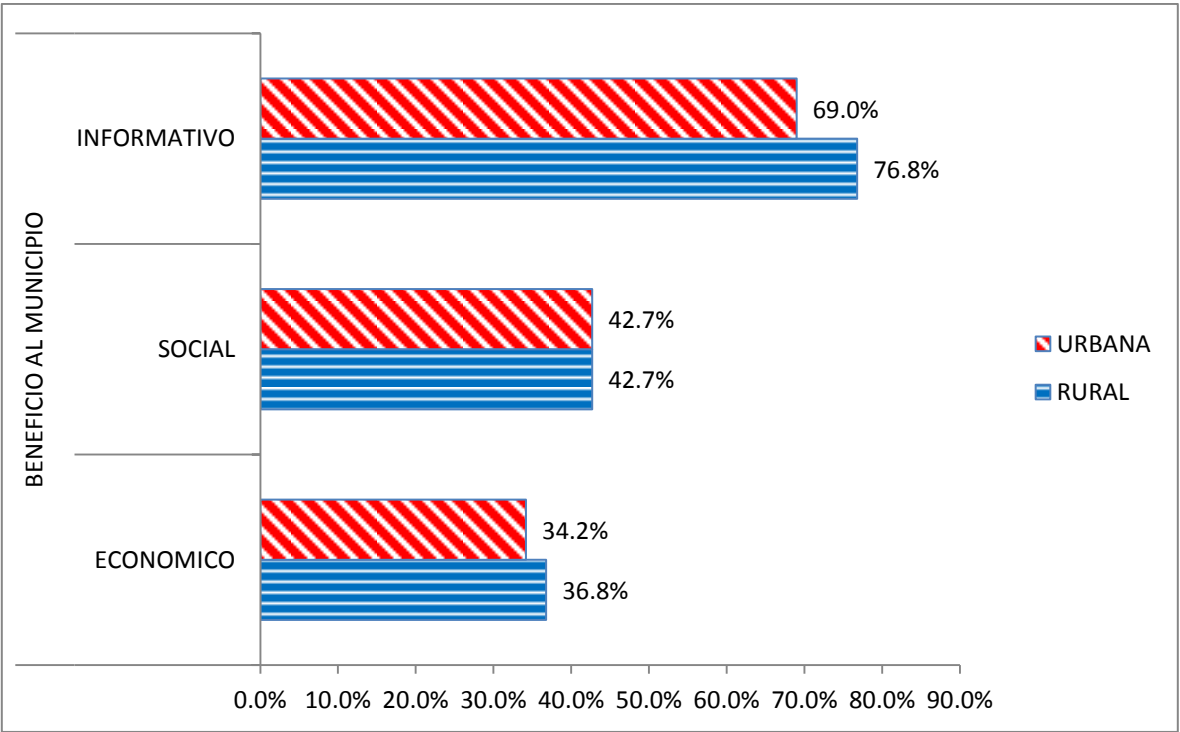


Figura 11. Beneficio generado por Radio Camoapa al municipio.

4.2.5 Enfoque ético

4.2.5.1 Veracidad de la información

Para Ramírez (2011), la credibilidad de la información que brinda una radio está basada en los siguientes aspectos:

- El análisis de los contenidos informativos, entretenimiento, educativos y publicitarios: la variedad de noticias, búsqueda de la veracidad, manejo de temas de interés ciudadano, diferenciación entre información y opinión, participación del público, buen manejo de la publicidad.
- Las políticas de responsabilidad social: transparencia y buen gobierno corporativo, respeto al marco legal y códigos de ética, gestión de la cultura corporativa, respeto a las diferencias y protección del medio ambiente.
- La realización de campañas de responsabilidad social: calidad en la producción y realización de contenidos, tratamiento de temáticas relacionadas con principios y valores, vinculación con políticas empresariales y alianzas estratégicas con los stakeholders.

Toda información debe ser veraz y objetiva y es por ello que el 94.2% de la zona urbana y el 93.6% de la zona rural han identificado que la información que brinda Radio Camoapa en su programación en general es creíble.

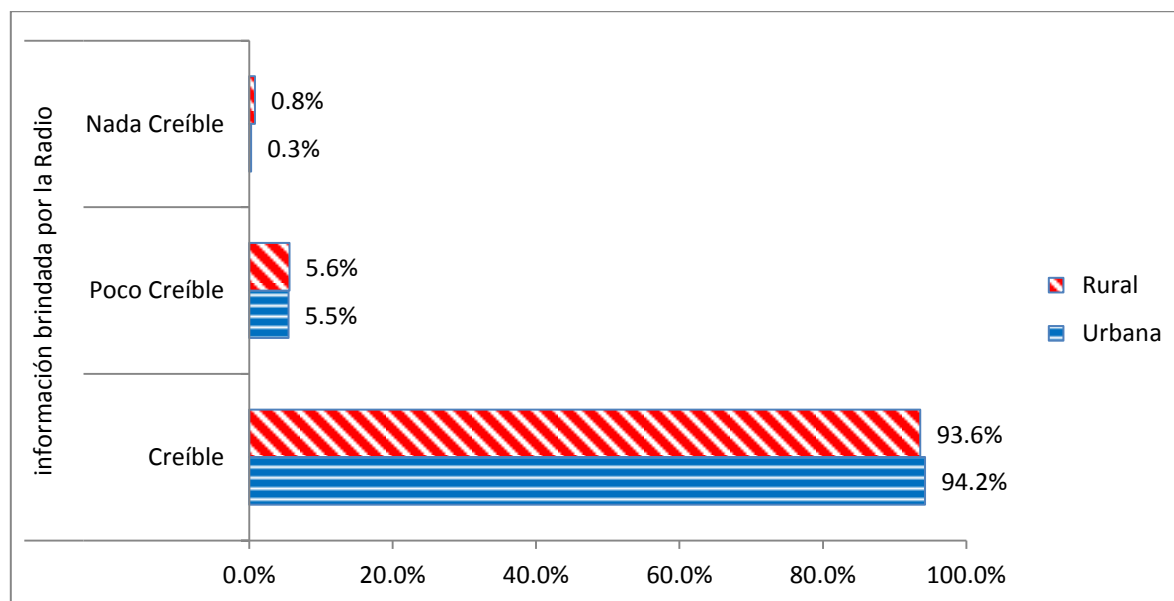


Figura 12. Origen de la información brindada por Radio Camoapa.

4.2.5.2 Respeto ante la sociedad

Según Gómez(2005), la libertad de expresión y el derecho a la información implican el derecho a expresar nuestras opiniones, lo que pensamos y lo que queremos, sin que nadie nos lo impida, nos persiga, ni nos castigue por ello. Cuando se restringe la libertad de expresión de un individuo, no sólo es el derecho de ese individuo el que está siendo violado, sino también el derecho de los demás a recibir informaciones e ideas diversas y plurales. Sin embargo, en nuestro país este derecho es sólo posible para unos cuantos, pocos tienen la posibilidad de expresar su opinión en un micrófono o frente a una pantalla de televisión. Es importante la conquista de reconocer la libertad de expresión como un derecho humano de todas las personas.

López (2000), centrándose en la misión de las Radios Comunitarias, señala que: cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria.

El poder político se observa en el hecho de que la barrera de la legitimidad o no de la acción positiva está vinculada a la gravedad asignada al fenómeno de discriminación. Si se tiene en cuenta que la acción positiva implica una redistribución de bienes y recursos escasos, siempre se exigirá sacrificar intereses de uno de los grupos (Barreré 2,009).

La democracia no es solamente la posibilidad, o la obligación, de elegir representantes, sino fundamentalmente la garantía de los derechos sociales, económicos y culturales reales, no formales. Es el reconocimiento y el ejercicio efectivo de la igualdad de derechos ante la ley y la posibilidad de la participación desde la diversidad y el pluralismo en todos los campos y niveles (López, 1995).

Indica el mismo autor, que las radios comunitarias y ciudadanas están insertas en los procesos culturales, sociales y políticos de la región. Ellas son, a la vez, artífices y consecuencia, de estos procesos, de la misma manera que los actores comprometidos en las radios participaron y participan de otros espacios del movimiento social.

Los datos obtenidos en esta investigación demuestran con un 61.1% de la zona urbana y el 59.5% de la zona rural que Radio Camoapa es respetuosa a las creencias, el 61.1% de la zona rural y el 47.2% de la zona urbana de esta misma población dicen que Radio Camoapa es respetuosa a la honra de las personas, toda radio comunitaria tiene que respetar las ideologías políticas de las personas las encuestas realizadas muestran con solo un 36.8% de la zona urbana y el 35.3% de la zona rural que Radio Camoapa es respetuosa de la ideología de las personas.

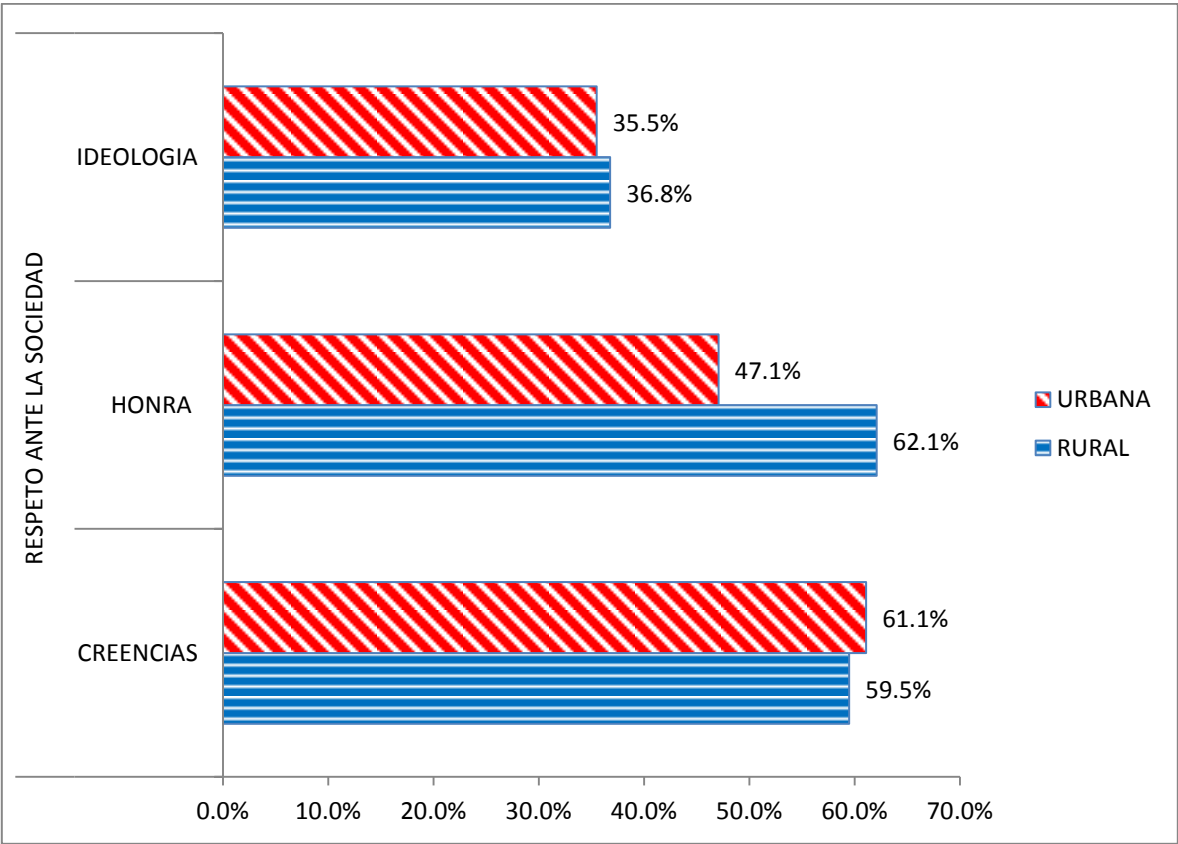


Figura 13. Respeto de Radio Camoapa ante la sociedad.

4.3 Programa el ordeño de la tierra

4.3.1 Valoración del programa

4.3.1.1 Audiencia

Según Duarte (2014), el programa “El Ordeño de la Tierra” surge por la propuesta de formatos radiofónicos tomando como iniciativa la necesidad de información que solicitaba la audiencia, el programa fue creado inicialmente de manera dramatizada lo que permitía acaparar la atención de la audiencia, además con el fin de informar a los oyentes sobre los diferentes temas muy relevantes para la población de Camoapa y otras zonas aledañas a la comunidad donde llega la señal de la emisora, según las encuestas realizadas se ha identificado que la audiencia de este programa está concentrada entre las edades de los 16 a los 35 años.

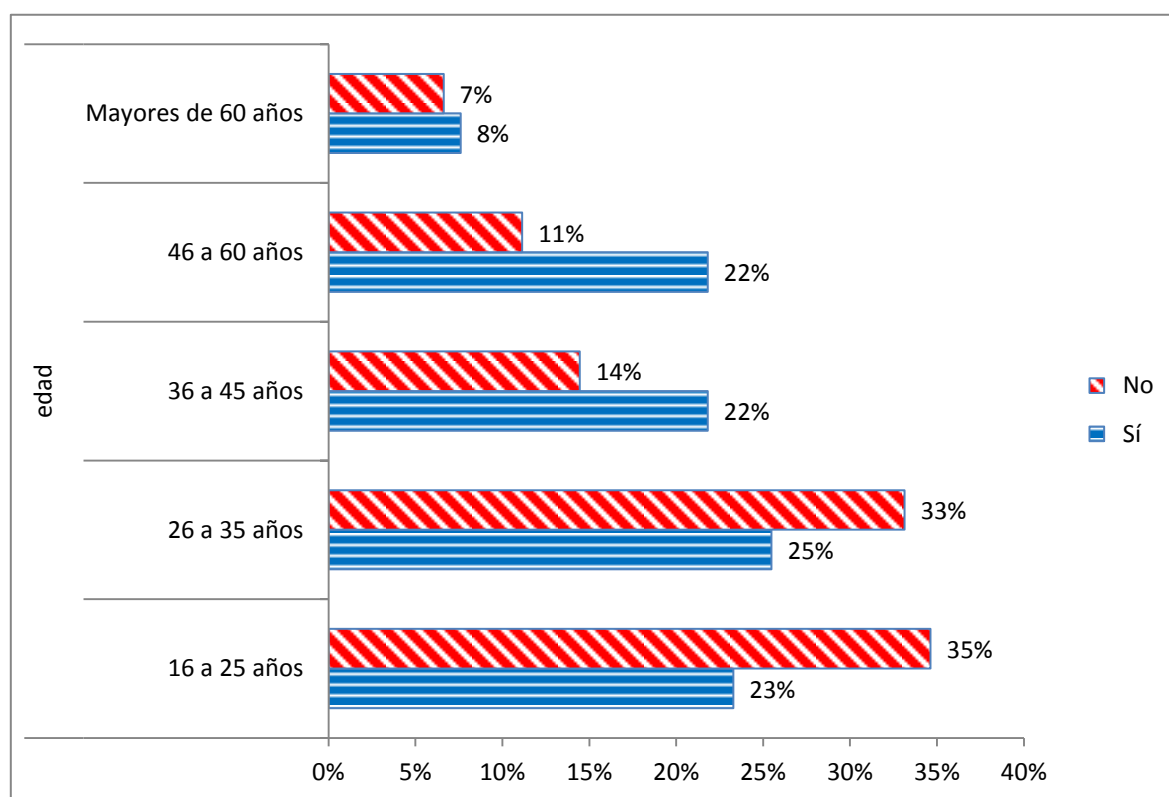


Figura 14. Población que escuchan el programa “El ordeño de la tierra”.

4.3.1.2 Frecuencia

El programa “El Ordeño de la Tierra”, tiene una frecuencia de transmisión semanal donde se abordan diferentes temas relacionados con el área agropecuaria, económica, social, cultural y otras que se han incorporado paulatinamente. En las encuestas realizadas se identificó que el 37.3% de la población rural y el 21.6% de la población urbana escuchan el programa semanalmente, seguido con un 7.5% de la zona rural y 7.4% de la zona urbana que escuchan quincenal ya sea por el horario o por el día que se transmite.

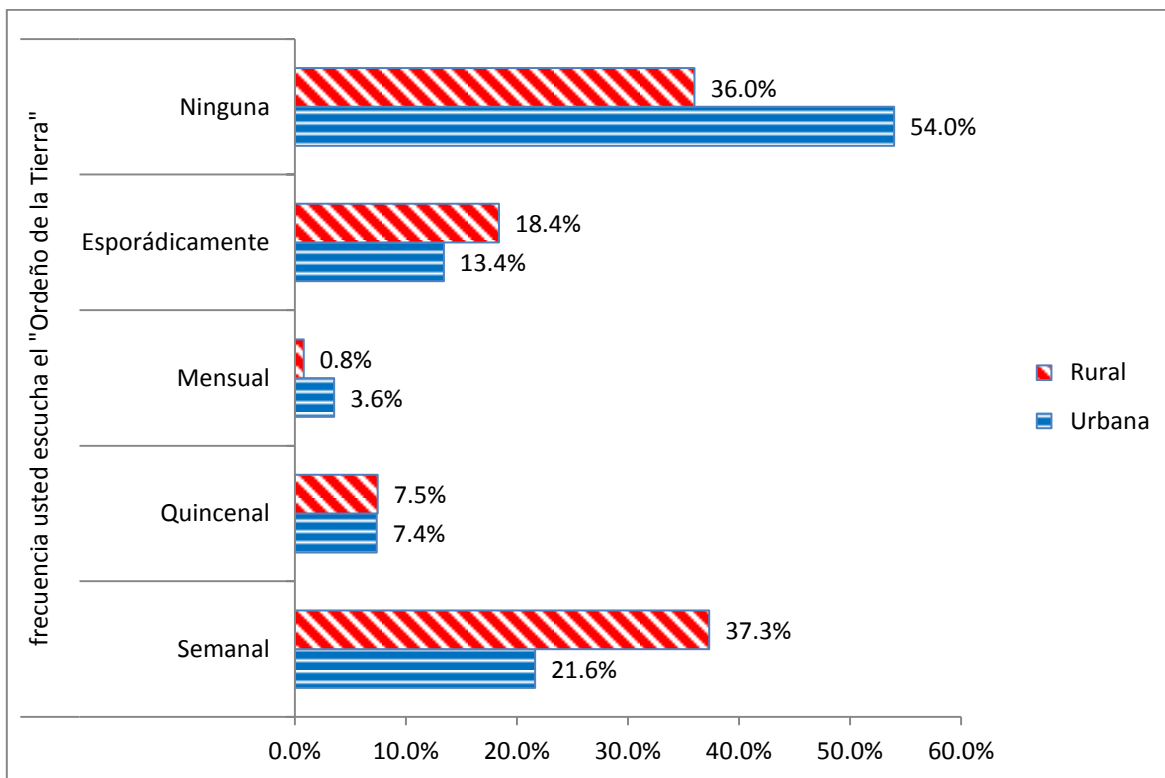


Figura 15. Frecuencia con la que la población escucha el programa “El ordeño de la Tierra”.

4.3.1.3 Grado de importancia

El programa “El Ordeño de la Tierra” es un programa que ha beneficiado en gran manera a la población de Camoapa ya que se abordan temas relacionados con las actividades de cada persona ya sea vinculadas con animales, con el campo, los cultivos, los temas culturales y otros temas que son de suma importancia. En las encuestas realizadas se logró identificar que un 59.5% de la zona rural y un 40.8% de la zona urbana consideran que el programa es muy importante en la audiencia.

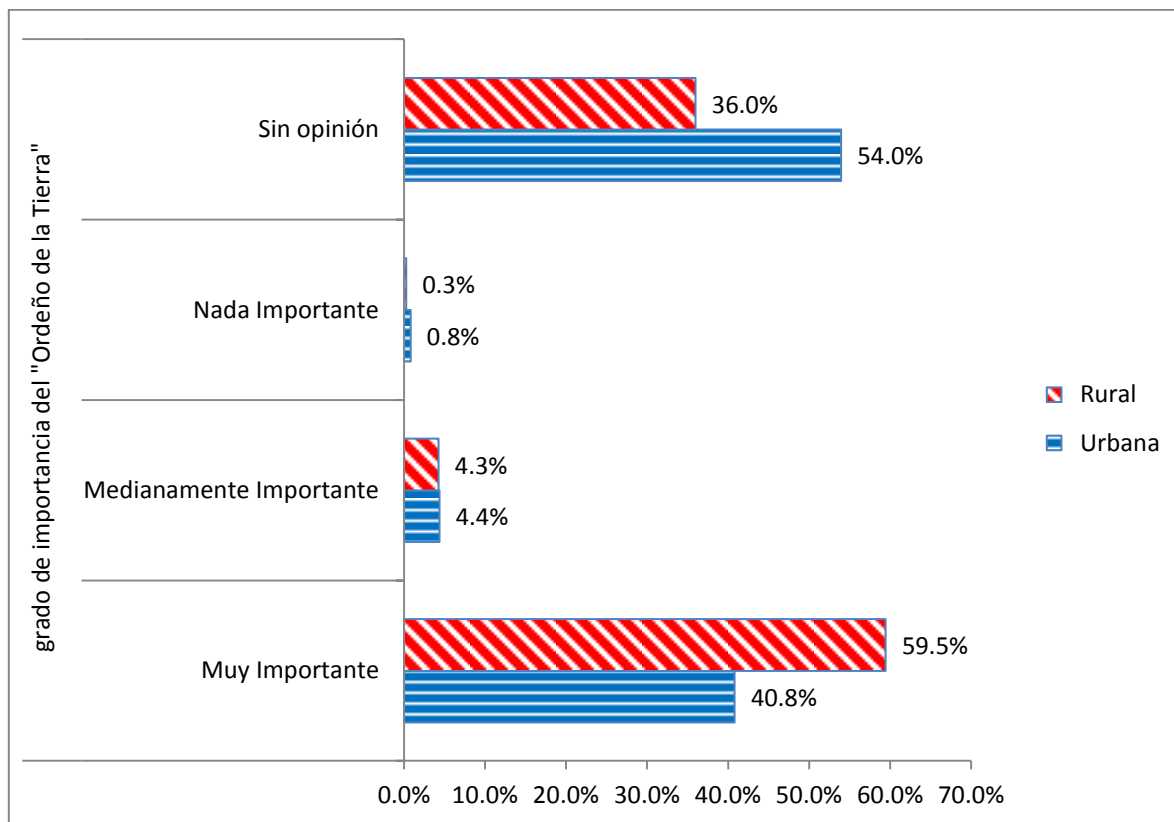


Figura 16. Grado de importancia que la audiencia le concede al programa “El ordeño de la Tierra”

4.3.1.4 Temáticas

a) Origen de las temáticas

Existen diferentes necesidades en la población que de una u otra manera pueden ser solucionadas y es aquí que un medio de comunicación puede incidir en ese aspecto llevando a las personas mensajes que puedan servir como instrumento de apoyo. Radio Camoapa a través del programa “El Ordeño de la Tierra” lleva a la población temas que son de suma importancia para las personas, un 62.7% de la zona rural y un 45.2% de la zona urbana consideran que los temas abordados en este programa son acordes a la realidad.

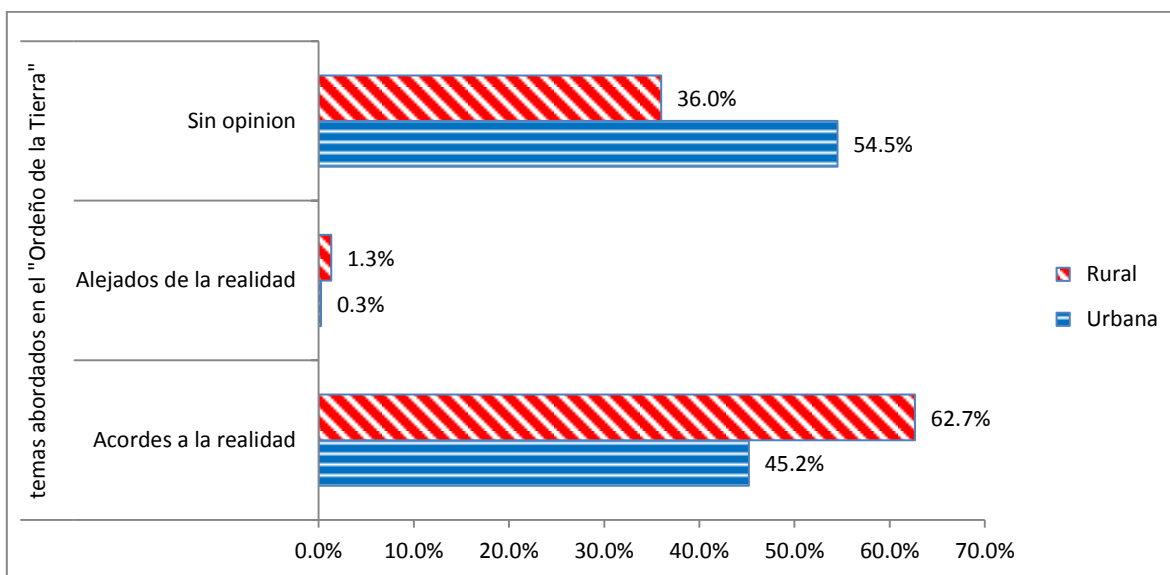


Figura 17. Origen de las temáticas abordadas en el programa “El Ordeño de la Tierra”

b) Temáticas de preferencia en el programa

El programa “El Ordeño de la Tierra” en su transmisión aborda una serie de temas entre las cuales están incluidos temas agrícolas, pecuarios, ambientales y otros sin menos preciar la importancia de todos los diferentes temas que se abordan, en las encuestas realizadas se logró identificar que para la población que escucha el programa un 32.5% de la zona rural y un 22.5% de la zona urbana consideran que los temas más importante son los agrícolas en segundo lugar se destacan los temas ambientales con un 22.7% de la zona rural y un 15.1% de la zona urbana y en tercer lugar se destacan los temas pecuarios con un 7.5% de la zona rural y un 7.7% de la zona urbana.

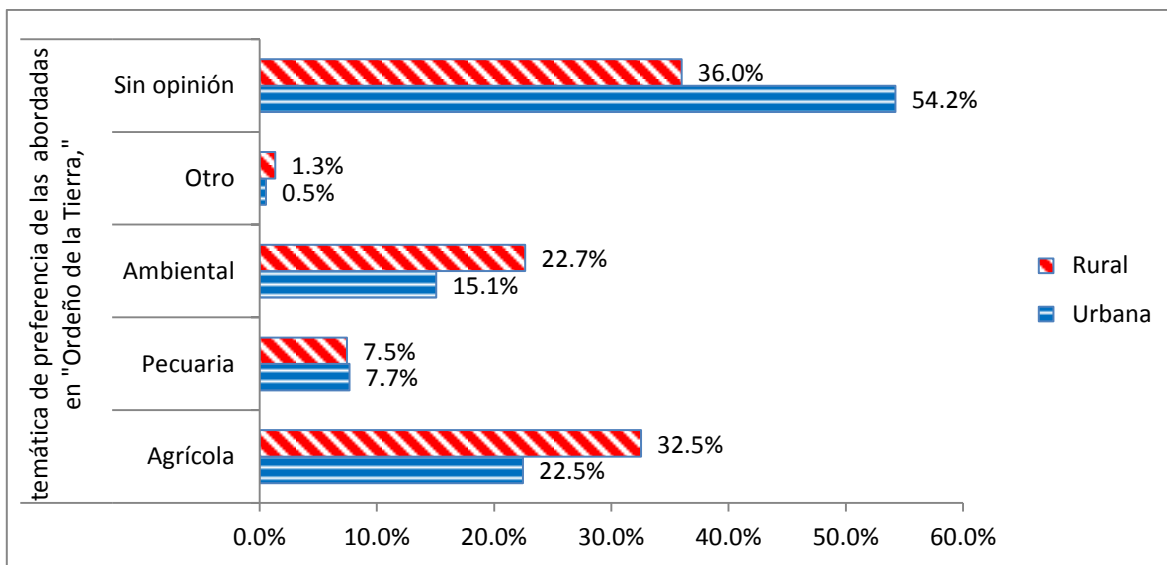


Figura 18. Temática de preferencia en el programa “El Ordeño de la Tierra”

c) Referenciade los temas

Como se ha venido explicando cada tema abordado en un determinado medio de comunicación es de suma importancia para los oyentes o para aquellas personas que así lo han considerado. De las personas que escuchan el programa un 58.9% de la zona rural y un 39.2% de la zona urbana consideran que los temas que se han abordado en el programa han sido de mucho beneficio para ellos pues han logrado solucionar algunas incógnitas con el simple hecho de escuchar la radio y estar pendiente de la transmisión del programa.

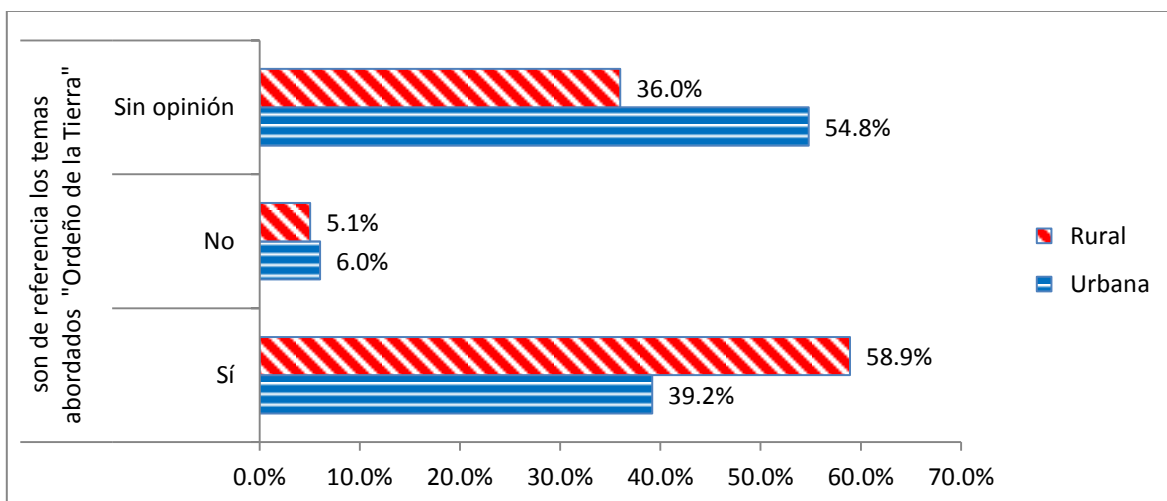


Figura 19. Referencias de los temas abordados en el programa “El Ordeño de la Tierra”

4.3.2 Valoración del que dirige el programa

4.3.2.1 Labor

De alguna manera, se juzga a los individuos no sólo por su imagen sino también por su voz. Las cualidades vocales acústicas resultan tan decisivas en las relaciones sociales y públicas que condicionan en gran medida lo que los demás piensan de nosotros. Esas cualidades acústicas no son otras que el timbre, el tono, la intensidad y la duración. De todas ellas, una es esencial a la hora de distinguir las voces. Se trata del tono. En primer lugar, cuando nos referimos a la voz de una persona, con frecuencia la calificamos de grave o aguda. Pero, en segundo término, se trata de una cualidad vocal. Muy ligada al sexo, a la personalidad, al carácter, en definitiva a la imagen de la persona que emite esa voz (Glass, 1994).

Para Rodero (2002), la voz es el vehículo de las palabras, el cuerpo de la radio y la herramienta del locutor. Y por esta razón la voz del locutor en la radio resulta tan importante. Es más, en ocasiones puede resultar casi mágica; porque como el medio es sonido, la voz se convierte en el principal instrumento de trabajo de los periodistas radiofónicos. Se transforma en el vínculo con el oyente, en el enlace con quien escucha y en el canal invisible, conductor de informaciones. Por todas estas razones los profesionales de las ondas están obligados a dominar el uso de este mecanismo y a apreciar la trascendental relevancia de la voz en el medio radiofónico. Muchos son los autores que han coincidido en que la radio sin voz se quedaría muda.

A través del aparato radiofónico el oyente intenta descubrir una serie de facetas del locutor, su aspecto, forma de ser... y todo ello, únicamente a través de su voz. Todos estos mecanismos se desarrollan sin que el texto que está oyendo contenga una sola palabra al respecto. “El resultado de los esfuerzos que realiza el oyente es más fructífero de lo que cabe imaginar. Todo oyente dispone de una imagen mental de sus locutores preferidos, o de cualquier voz que oiga en la radio” (Rodríguez, 1989).

El manejo de la voz es en definitiva, el que proporciona el marco referencial a todo lo que nos cuentan, especialmente en la radio, donde, “en la oscuridad de la radio, la imagen visual del emisor desaparece y su imagen pasa a ser el sonido de su voz” (Rodríguez, 1989) Por esta razón no se puede obviar el poder de transmisión de la voz así como su capacidad de crear imágenes en la mente del oyente.

El locutor es aquella persona que hace que el programa sea o no aceptado en la población, puesto que en dependencia del comportamiento del locutor el oyente decide si quiere o no escuchar el programa. Radio Camoapa capacita y asesora a su personal pero muchas veces no logra obtener el resultado esperado. En los resultados del presente estudio se valora al locutor, en un 28% de la zona rural y un 21.9% de la zona urbana como bueno.

Este aspecto debe ser revisado por la dirección de la radio porque si no hay aceptación del locutor, posiblemente incida negativamente en la audiencia de la radio.

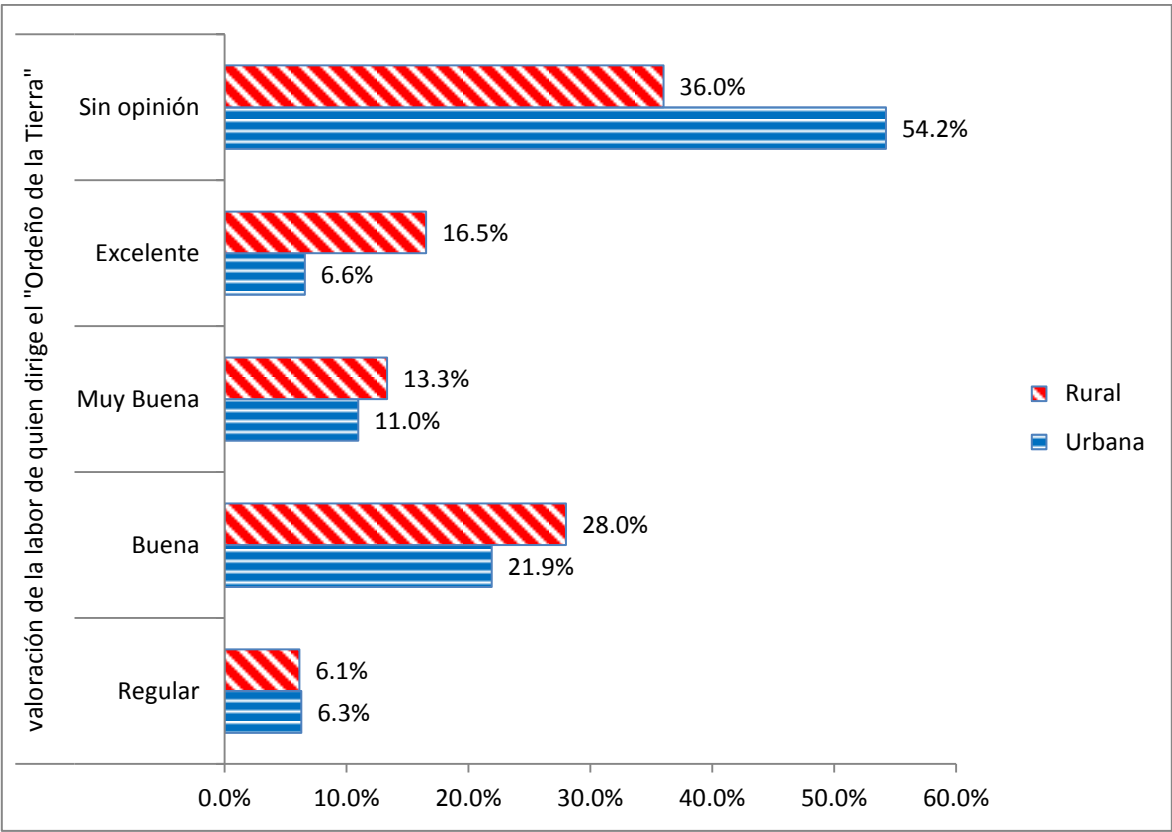


Figura 20. Valoración del que dirige el programa “El Ordeño de la Tierra”

4.3.3 Tiempo requerido

4.3.3.1 Momentos de transmisión

Para la transmisión de un programa se debe de buscar el momento adecuado para hacerlo, momento que pueda ser grato para la audiencia. Radio Camoapa al incorporar el programa “El Ordeño de la Tierra” buscó un momento en el cual las personas pudieran dedicar el tiempo para escucharlo. Según las encuestas un 53.6% de la zona rural y un 39.5% de la zona urbana están de acuerdo con los momentos de transmisión y tan solo un 10.4% de la zona rural y un 6.0% de la zona urbana recomiendan otro momento.

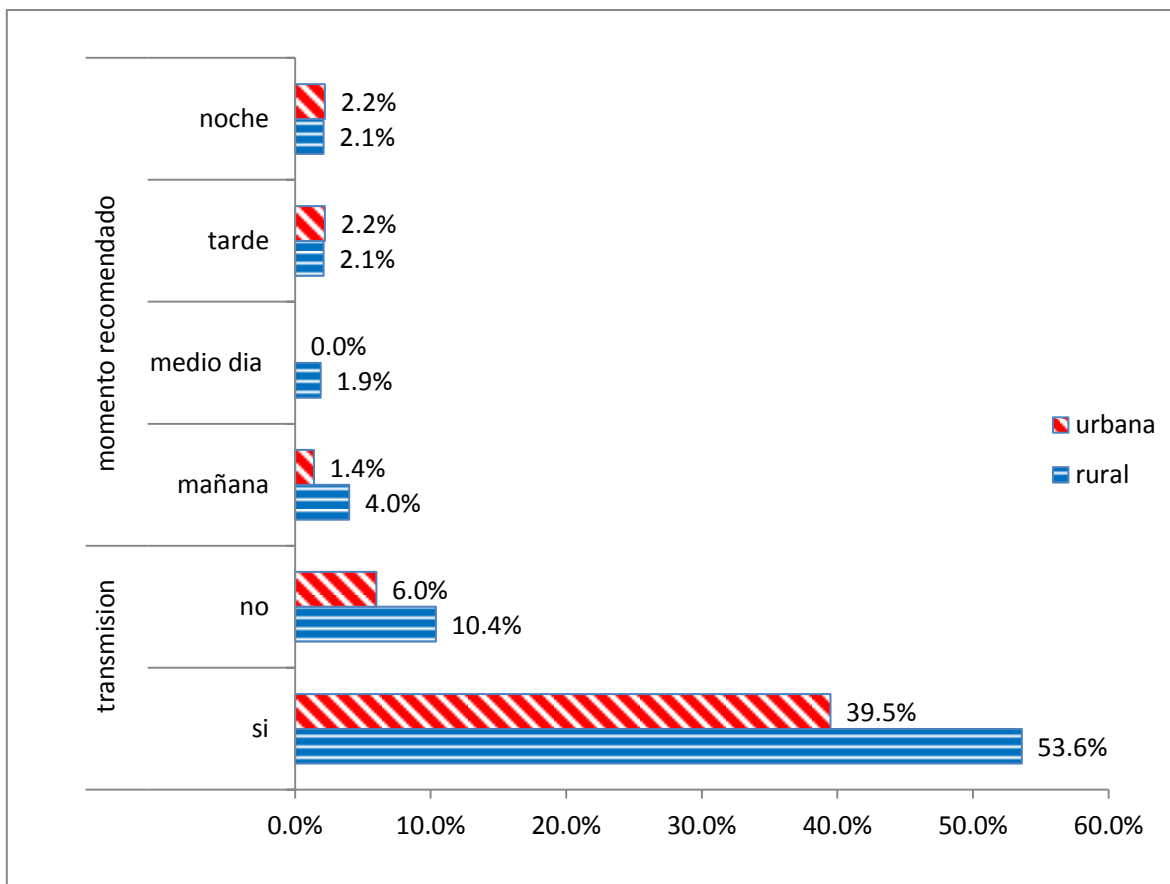


Figura 21. Momentos de transmisión y momentos recomendados del programa “El Ordeño de la Tierra”

4.3.3.2 Tiempo de durabilidad

El tiempo que dura un determinado programa hace que el oyente quede o no satisfecho o pueda aclarar muchas de las dudas que ellos tienen, el programa “El Ordeño de la Tierra” tiene una duración de 30 min y en las encuestas realizadas se demuestra que un 39.7% de la zona rural y un 26.6% de la zona urbana están de acuerdo con el tiempo que dura el programa pero existe un porcentaje de un 24.3% de la zona rural y un 19.2% de la zona urbana no están de acuerdo con este tiempo pues consideran que es muy poco y no profundizan demasiado en los temas abordados, de esta población un 16.8% de la zona rural y un 13.2% de la zona urbana consideran que el tiempo adecuado debería ser de 60 min y un 7.5 % de la zona rural y un 6% de la zona urbana optan por un tiempo de 45 min.

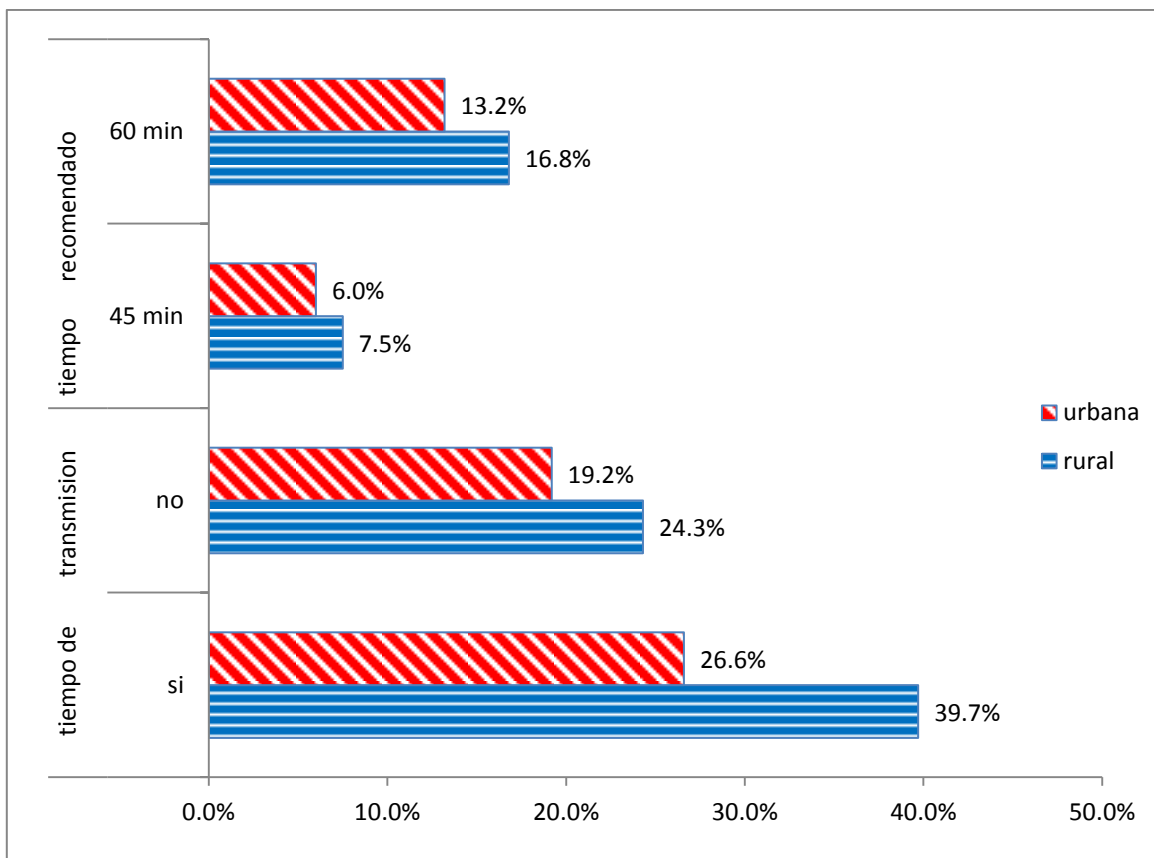


Figura 22. Tiempo del programa y Tiempo recomendado

4.3.3.3 Días de transmisión

Cada oyente tiene su día de preferencia para dar frecuencia y escuchar el programa de su preferencia, estos días pueden ser días libres o días en los que puedan llegar más tarde a sus labores. Radio Camoapa destinó los días sábados y domingos pues son los días en que la mayor parte de las personas pueden dedicar tiempo para escuchar el programa y las encuestas lo demuestran, pues un 44% de la zona rural y un 19.73 de la zona urbana prefieren que el programa se transmita estos días seguido de un 14.40% de la zona rural y un 17.81% de la zona urbana que les gustaría que se fuese transmitido de lunes a viernes.

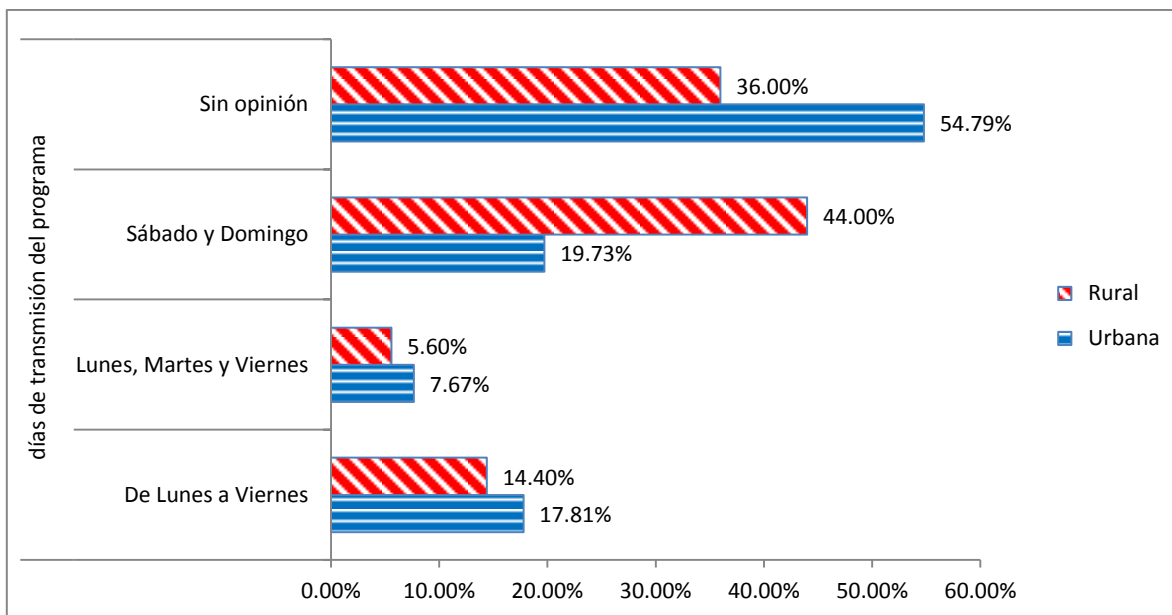


Figura 23. Días de preferencia para la transmisión del programa “El Ordeño de la tierra”.

4.4 Incorporación de la UNA

4.4.1 Percepción de la población sobre la educación a través de la radio

4.4.1.1 Campañas educativas

Para Calleja y Solís (2007), el perfil de las radios comunitarias también se deja ver en las causas que abraza: la defensa de los derechos humanos, la promoción de un desarrollo humano sostenible, la equidad de género, el respeto a las identidades étnicas, la preservación del medio ambiente, las juventudes, la protección a la niñez y de las personas adultas mayores, la educación, la salud, la integración nacional y regional, así como la diversidad informativa.

Afirma el mismo autor, que las radios comunitarias permiten conocer la realidad de grupos históricamente excluidos y discriminados de los medios de comunicación. Ubicadas en zonas rurales y urbanas marginadas, olvidadas, silenciadas, invisibilizadas e inmersas muchas veces en contextos de violencia.

Radio Camoapa promueve un sinnúmero de campañas educativas donde hace que se vean reflejados estos casos para que la población sea conocedora de los problemas a los cuales se está enfrentando y pueda de esta manera poder contrarrestarlos o buscarle una posible solución siempre y cuando sean retomados, como radio comunitaria cumple con el compromiso de llevar la información a la población pero depende de cada uno si solo nos quedamos con la información y no actuamos o la retomamos y la llevamos a cabo.

Según las encuestas realizada un 81.9% de la zona rural y un 69.9% de la zona urbana hacen constar que conocen de las campañas que promueve Radio Camoapa, entre las campañas que se promueven están las relacionadas con abigeato, quemas, medio ambiente, derechos humanos, campaña contra las drogas entre otras, según las personas encuestadas esto les ha beneficiado pues han logrado conocer un poco más las situaciones y les ha ayudado a evitar algunos problemas para el medio ambiente.

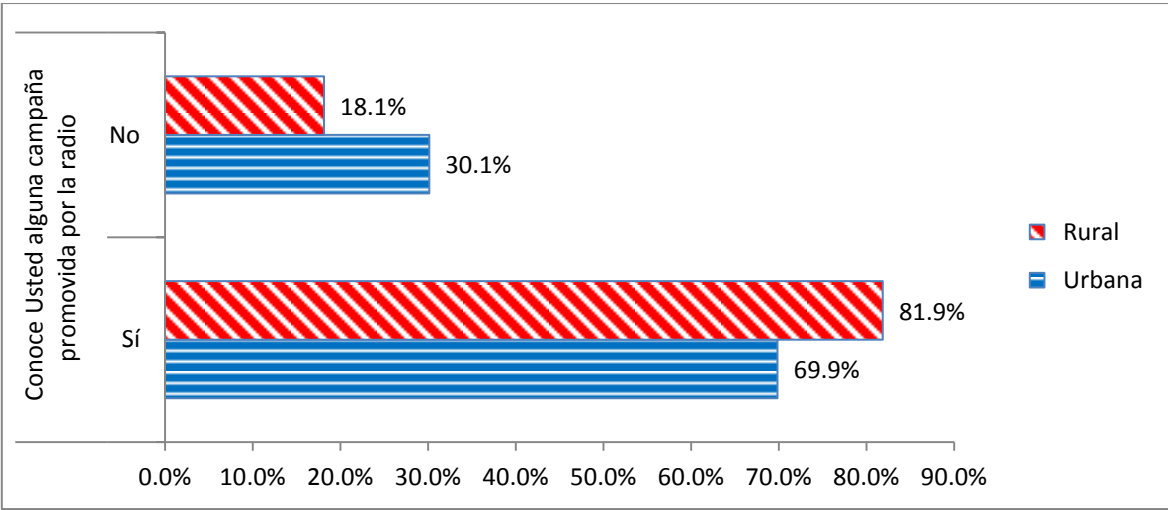


Figura 24. Identificación de campañas educativas promovidas por radio Camoapa.

4.4.1.2 Principales campañas promovidas por Radio Camoapa

Según Duarte (2014), en Radio Camoapase valora el aporte a la comunidad, por su carácter comunitario. Radio Camoapa se ubica en zona ganadera y por una política institucional y de comunicación desde el año 2004 ha tomado la tarea de sostener una campaña contra el abigeato porque la economía local es base de la actividad agropecuaria. La radio ha creído que así está aportando a la base de la economía local.

Esta propuesta se les ha planteado a los productores y ganaderos, se ha acompañado con investigación, radio reportaje para dar a conocer cuál es la realidad que viven las comunidades alrededor del abigeato y hasta el momento quien sostiene la campaña es la misma radio.

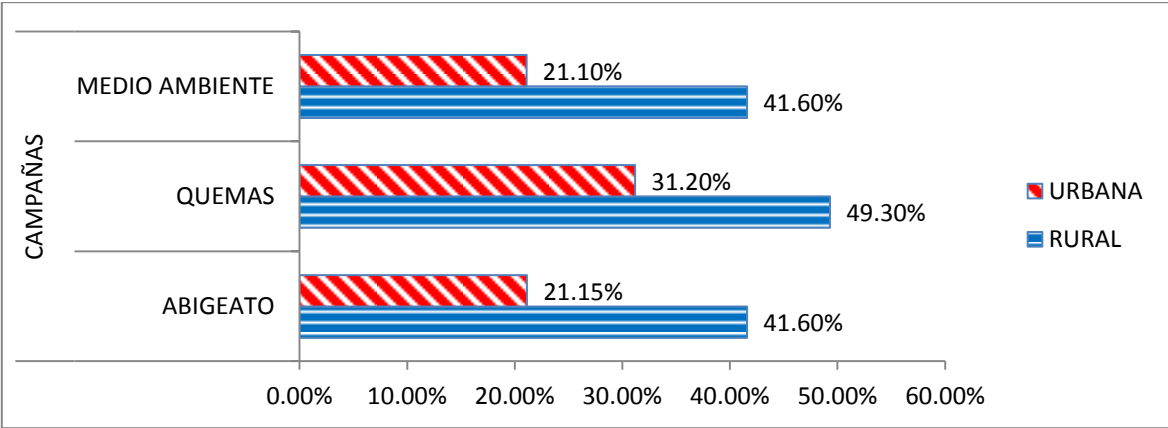


Figura 25. Principales campañas educativas promovidas por Radio Camoapa.

4.4.1.3 Valoración de la campaña

De todas las campañas que promueve Radio Camoapa el 37.3% de la zona rural y un 28.5% de la zona urbana consideran que las campañas son de buena calidad seguido del 22.7% de la zona rural y el 22.7% de zona urbana consideran que las campañas son excelentes, esto demuestran que las campañas para la población que escucha la radio son de suma de importancia.

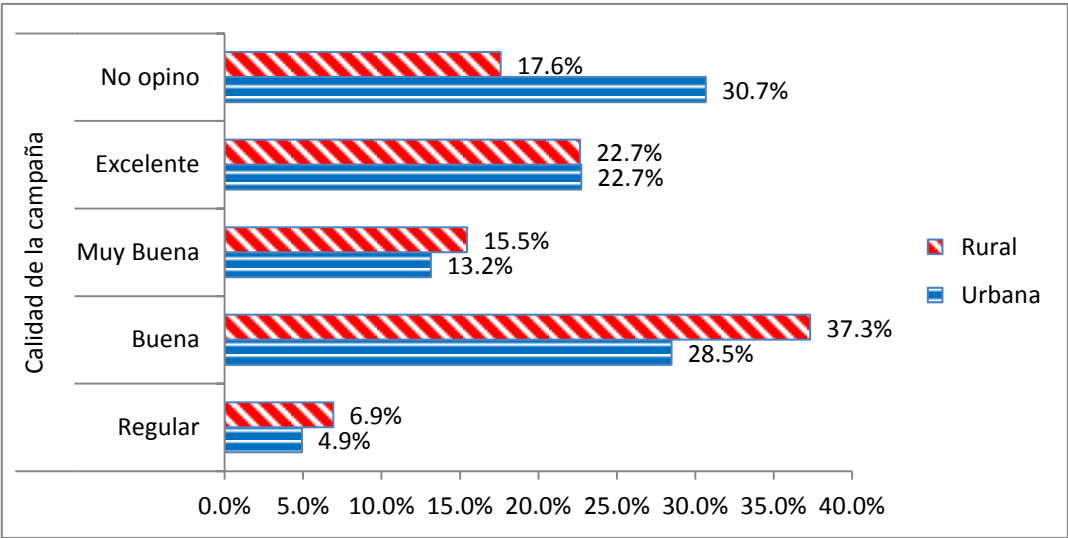


Figura 26. Calidad de las campañas promovida por Radio Camoapa.

4.4.2 Participación de la UNA

4.4.2.1 Incorporación de la UNA en la programación

La Universidad Nacional Agraria, es una sede localizada en la ciudad de Camoapa donde se imparten carreras que son muy demandadas por la población, en las encuestas realizadas la población apoya con el 95.7% de la zona rural y un 94.2% de la zona urbana que la Universidad Nacional Agraria se incorpore en la programación regular de Radio Camoapa, puesto que ayudara a la audiencia a adquirir más conocimientos sobre los temas que se aborden.

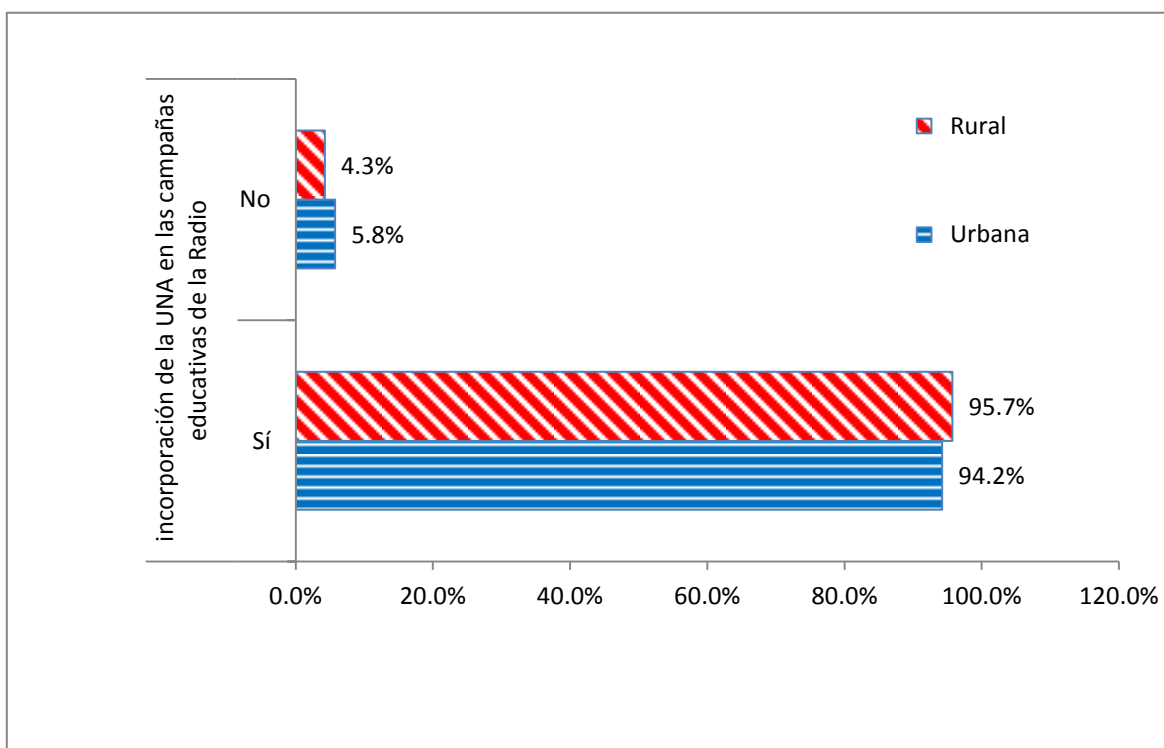


Figura 27. Incorporación de la Universidad Nacional Agraria en la educación a través de la radio.

4.4.2.2 Forma de participación

Las personas que participaron en las encuestas consideran que la participación de la Universidad Nacional Agraria en las campañas educativas debería ser conduciendo un programa nuevo, esto en consideración de un 70.7% de la zona rural y un 66.8% de la zona urbana, según la población por el nivel de conocimiento que puede aportar la Universidad a la población de Camoapa.

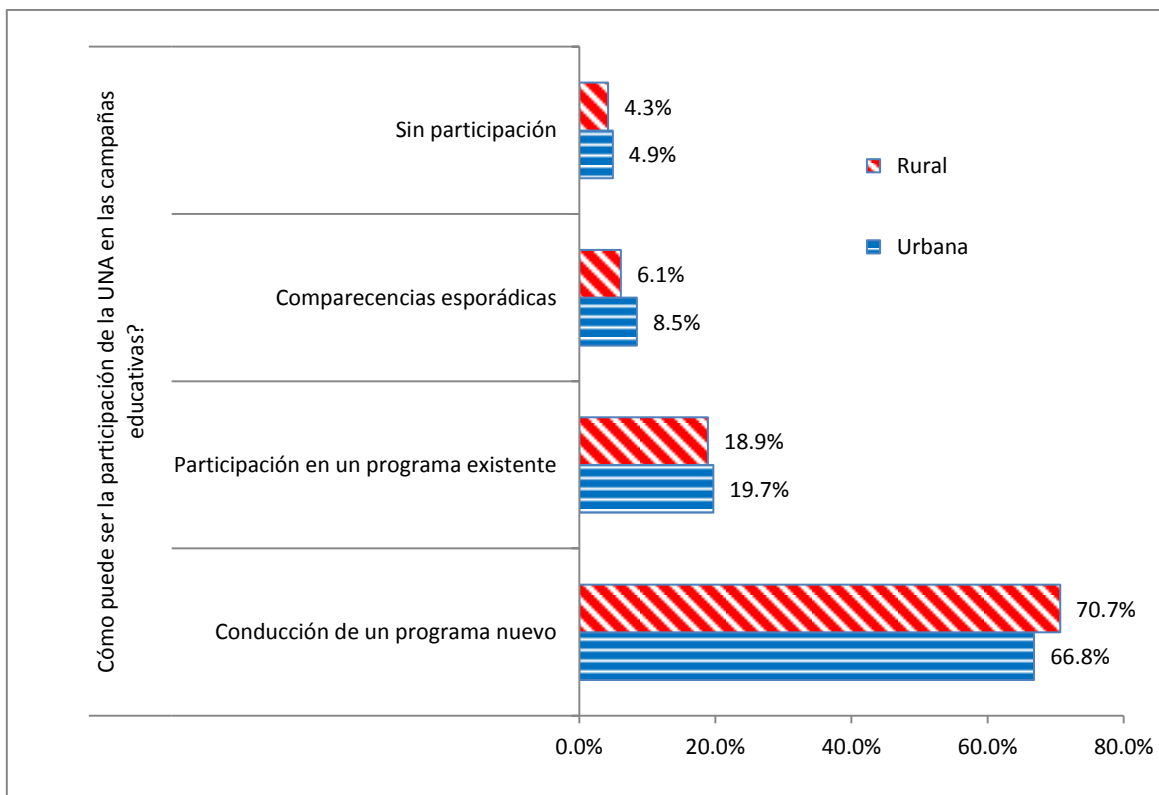


Figura 28. Participación de la Universidad Nacional Agraria en la educación a través de la radio.

4.4.2.3 Frecuencia de participación

Según las encuestas realizadas a la mayor parte de la población le gustaría que la Universidad Nacional Agraria se incorporara en la programación de Radio Camoapa y esto según con la conducción de un programa nuevo y como se observa en la figura 29 la población quiere que este programa salga al aire todos los días pues los mayores porcentajes están divididos en sábado y domingo con un 37.3% para la zona rural y el 34.5% para la zona urbana y de lunes a viernes con el 36.8% para la zona rural y el 37.0% para la zona urbana.

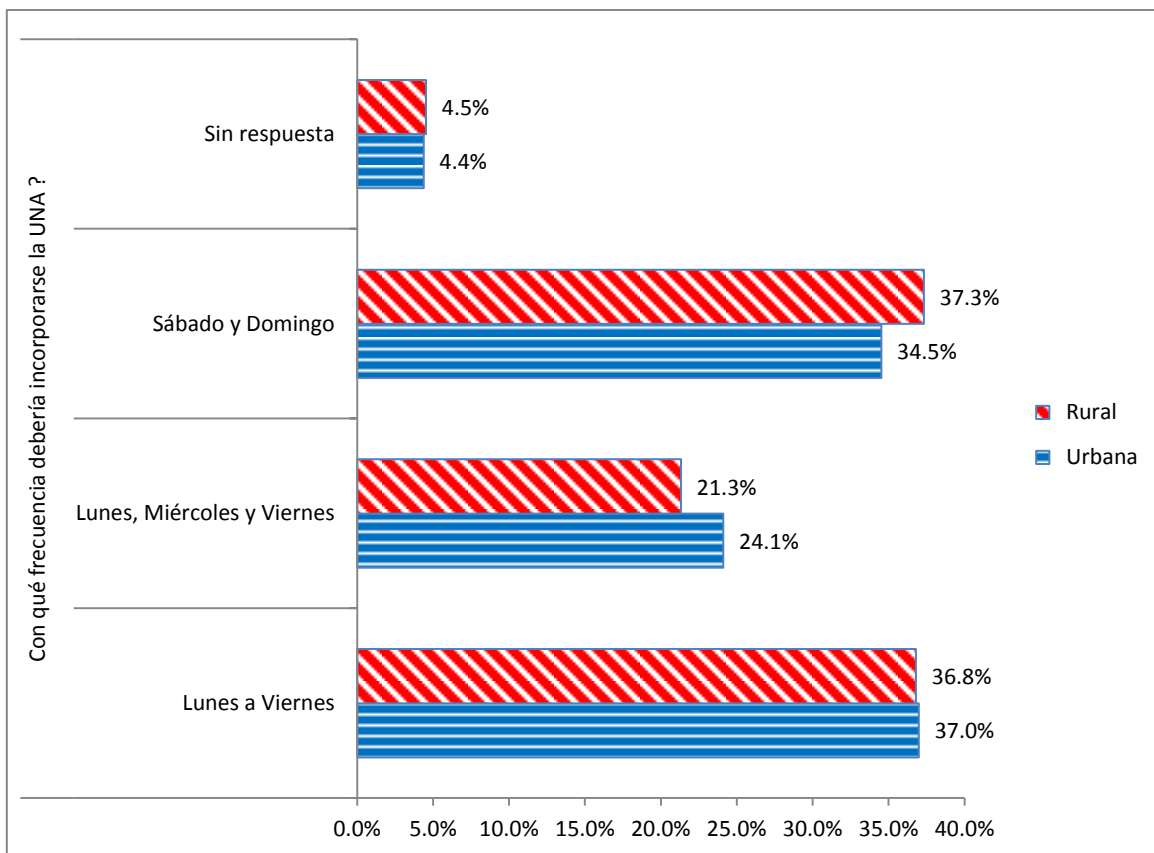


Figura 29. Frecuencia de incorporación de la Universidad Nacional Agraria en la educación a través de la radio.

4.4.2.4 Importancia de la participación

La Universidad Nacional Agraria a formado profesionales de calidad que aportan sus conocimientos a la comunidad, esto por el nivel de personal docente que labora en esta institución y con respecto a esto la población de Camoapa en las encuestas realizadas para la zona rural y urbana consideran en 81.6% que la participación de la Universidad en la programación de Radio Camoapa sería muy provechoso.

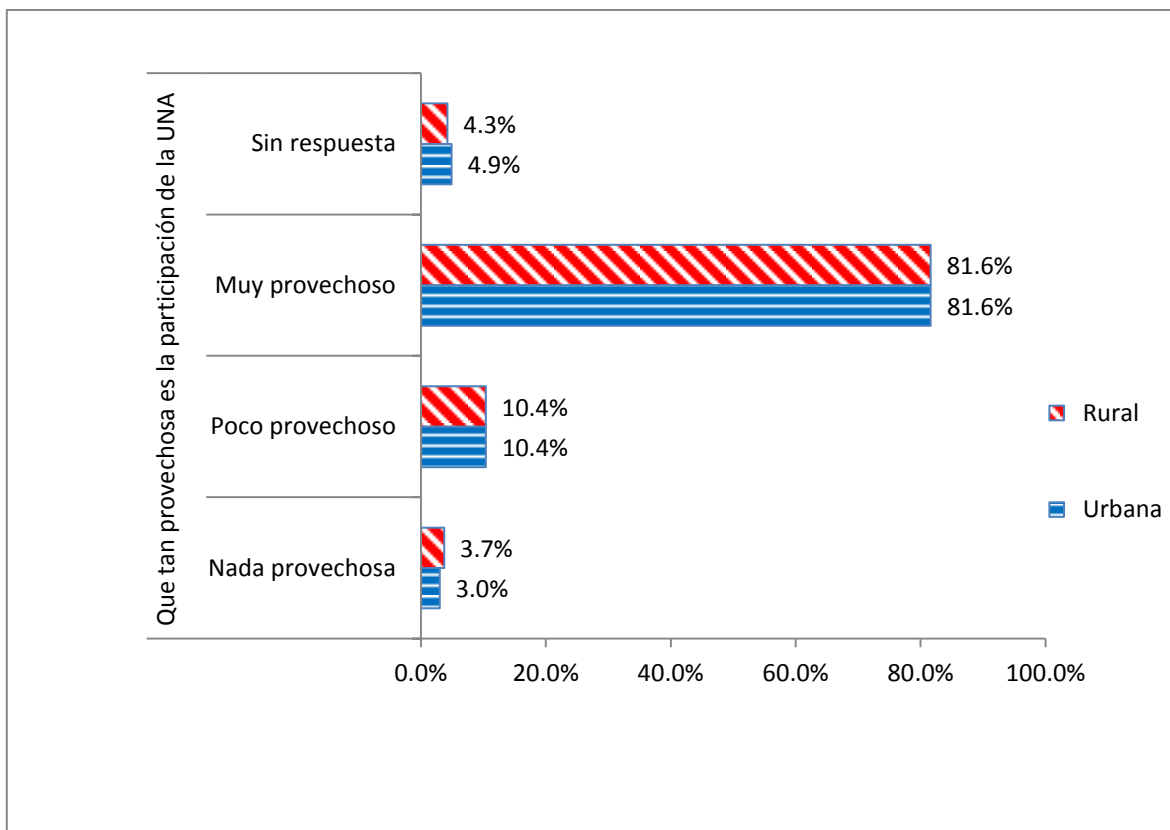


Figura 30. Importancia de la incorporación de la Universidad Nacional Agraria en la educación a través de la radio.

4.4.2.5 Áreas de interés para la participación

Como se indicó anteriormente, la Universidad Nacional Agraria al momento de tener una participación en Radio Camoapasería de gran provecho para la población, pues se considera una Universidad comprometida con el bien social de la comunidad. Según la población encuestada la Universidad Nacional Agraria debería tener una participación permanente en la programación de Radio Camoapa. Su inclusión puede ayudar a la población en las actividades realizadas a diario relativas al quehacer agropecuario.

La figura siguiente muestra las áreas en las cuales la población de Camoapa le gustaría que la Universidad Nacional Agraria incidiera: Un 81.3% de la zona rural y 72.1% para la zona urbana consideran que debe tener incidencias en temas de agricultura, otra área de interés sería la ganadería con un 63.7% de la zona rural y un 62.7% de la zona urbana. Otra área de interés sería la de medio ambiente con un 59.2% de la zona rural y un 44.4% de la zona urbana.

Las áreas mencionadas anteriormente son parte de la formación que la Universidad brinda a sus estudiantes, así mismo tiene experiencias de compartir estos conocimientos con productores, jóvenes rurales y mujeres a través de diversos vínculos.

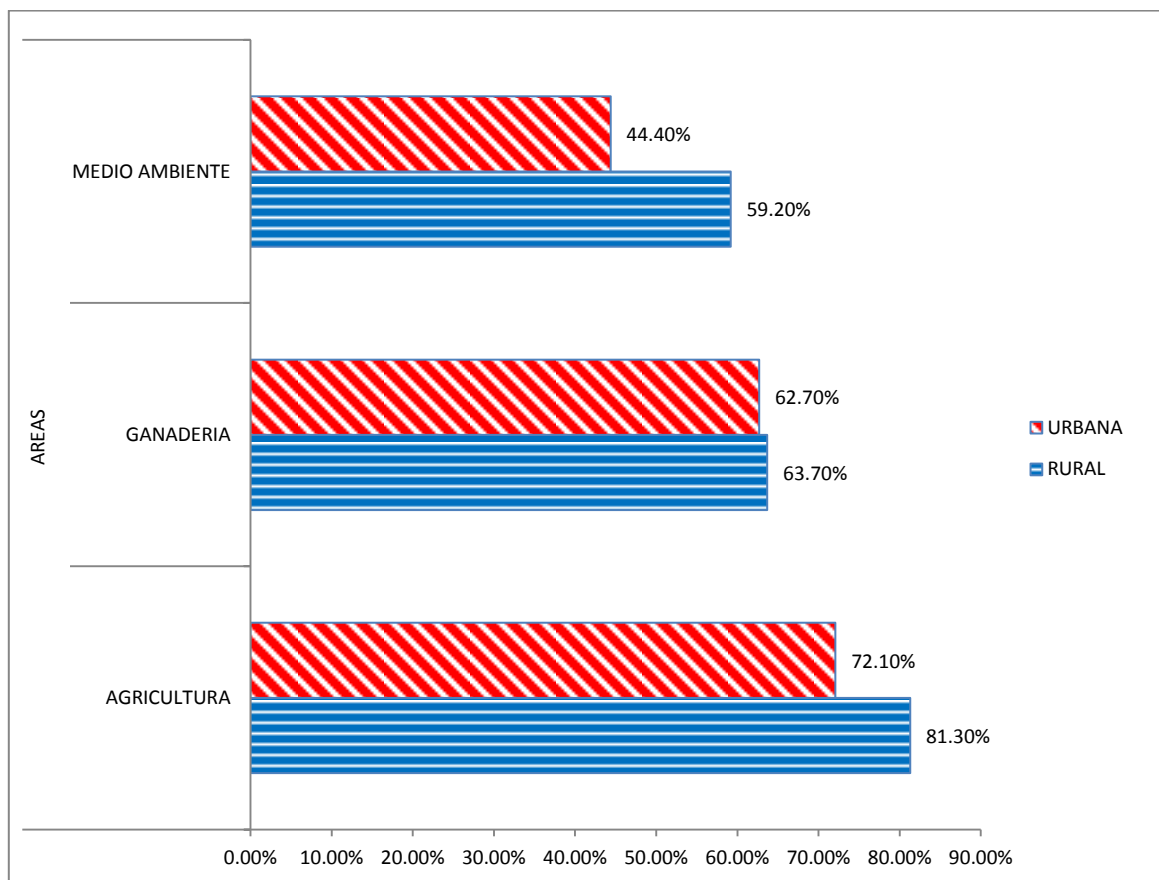


Figura 31. Áreas de interés para la incorporación de la Universidad Nacional Agraria en la educación a través de la radio.

V. CONCLUSIONES

- Radio Camoapa, a partir de su fundación, ha tenido un avance tecnológico en equipos informáticos y de comunicación, se realizó cambio en el transmisor de 250vatios por uno de 1kilovatio y una unidad móvil para mejor desplazamiento; en cuanto a la infraestructura posee una cabina donde se realizan las transmisiones de los programas, una oficina para el responsable de prensa, un área de recepción que permite dar atención directa al cliente. Su estructura organizacional está dirigida de manera horizontal, pertenece a una Sociedad Anónima, cuenta con un total de 20 personas involucradas directamente y 30 personas voluntarias que reciben el nombre de red de comunicadores.
- La audiencia de la radio está concentrada entre las edades de los 16 a los 35 años para ambos sexos, un 90% de la población reconoce a la radio como comunitaria, el horario de preferencia está concentrado en la noche y los programas de mayor frecuencia son los musicales. Los usuarios consideran haber recibido una buena atención en las instalaciones de la radio y entre los servicios más utilizados están los de avisos, saludos y especiales de 15 minutos. La población considera que los locutores presentan un buen desempeño pero deberían alcanzar la excelencia
- La Radio ha beneficiado a la población principalmente en el ámbito informativo. La población considera que esta emisora respeta a la audiencia sin distinción de creencias, además respeta la honra de las personas; sin embargo, los resultados presentan debilidad en cuanto al respeto a la ideología política.
- El programa “El Ordeño de la Tierra” promueve el bienestar social, desarrolla temas que la población considera de gran importancia y que además les han servido en el desarrollo de las actividades cotidianas tanto en la zona urbana como en la zona rural. La audiencia sugiere que el mismo se transmitiera en horarios más amplios y que sea en vivo para poder tener interacción con el locutor y que exista secciones de preguntas y respuestas.
- La audiencia recomienda que la Universidad Nacional Agraria conduzca un programa enfocado a temas relacionados con la agricultura, ganadería y medio ambiente aprovechando el personal de experiencia que permita transmitir los conocimientos a la audiencia interesada en los temas mencionados. La población encuestada considera que la participación de la Universidad Nacional Agraria en la transmisión regular de Radio Camoapa es de suma importancia.

VI. RECOMENDACIONES

- Capacitación a los colaboradores de la Radio para un mejor desempeño en especial a los locutores ya que la población considera que muchas veces no cumplen de manera adecuada con su trabajo.
- Especializar la atención al cliente o tener personal dedicado directamente a esta área ya que los clientes son primordiales en toda empresa.
- Promover el respeto a la ideología de cada persona es decir respetar la opinión política de cada ser humano pues la población merecemucho respeto.
- Ampliar las instalaciones de la radio para un mejor desempeño.
- Ampliación de los horarios de transmisión del programa,El ordeño de la tierra, ya que se considera que el tiempo es muy corto y ello no permite que la población quede clara con respecto a los temas.
- Transmitir el programa El ordeño de la tierra en vivo para una mayor participación y comprensión, ya que la audiencia desea interactuar más en este programa con quien lo dirige para poder realizar sesiones de preguntas y respuestas para aumentar los conocimientos.
- La Universidad Nacional Agraria debe retomar la opinión de la población y dirigir un programa donde se aborden temas relacionados con agricultura, ganadería y medio ambiente y que además este dirigido por personas con mucho conocimiento y debidamente capacitadas.

VII. LITERATURA CITADA

1. Andrades, C. A. 2007. Curso de capacitación venta y atención al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.fundacionrutten.cl/Download/courses/Tecnicasdeventas.pdf>.
2. Barreré. M, "Igualdad y discriminación positiva. Un esbozo de análisis teórico-conceptual," en <http://www.uv.es/CEFD/9/barrere1.pdf>.
3. Beltrán, E; y Maquierira, V. (eds.), Feminismos. Debates teóricos
4. Beltrán, L. R. 1995. "La radio popular y educativa en América Latina", ponencia en el Festival de Radio apasionados y Tele visionarios de América Latina y el Caribe", Quito, 1995.
5. Calleja, A; y Solís B. 2007. Con Permiso, la radio comunitaria en México. AMARC-AMEDI. México. DF, 2da edición. 2007. p. 22
6. contemporáneos, Ciencias Sociales Alianza Editorial, Madrid, 2008, p. 159
7. Director del Programa de Legislación y Derecho a la Comunicación de AMARC- América Latina y el Caribe. Gustavo Gómez.(2005)
8. Duarte, J. C. Director Radio Camoapa 2011.
9. García, D. M. at adl. 1999: De radio en radio: el escenario radiofónico. Revista Latina de Comunicación Social, 20. Recuperado el x de de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/59mara.htm>
10. Glass, L.1994: *Cómo expresarse correctamente*. Barcelona: Paidós.
11. Ideas para Pymes. (2011). ¿Cómo evalúa el cliente tu servicio?: la importancia de saber mirar y escuchar. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-atencion-clientes-servicios-comunicacion-mercadotecnia.html>.
12. Junta de Andalucía. (s.f.). Calidad de servicio y atención al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779pdf>

13. Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión
14. López, J. I "Comentarios a la Declaración de los radio apasionados y tele visionarios", AMARC, Quito, 2005
15. López, J.I. "Comentarios a la Declaración de los radioapasionados y tele visionarios", AMARC, Quito, 1995.
16. López, J.I. Entrevista en Causas y Azares número 5.
17. Martínez, M. y Díez, J. R. (2005). Lenguaje, género y programas de radio. Introducción a la narrativa radiofónica. Pamplona: Eunsa
18. Mejía, M. C. (s.f.). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf>.
19. Plan nacional de calidad turística del Perú. (Octubre de 2010). Manual de buenas prácticas para la atención de clientes. Recuperado el Enero de 2013, de http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf.
20. Ramírez, J.2011; jramirez@ulima.edu.pe Universidad de Lima (Perú) (2010-2011)
21. Reyes, J. 2011. Entrevista Personal. Radio: Curva Stereo. Realizada en 2011, junio 09. Maracaibo, Venezuela.
22. Rodero, A. 2002“una voz mágica para contar las noticias”, *chasqui*, 80, ecuador, 52-57.
23. Rodríguez, A. 1989: “La Construcción de una Voz Radiofónica”. Tesis Doctoral, Inédita. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.
24. Rodríguez, J, Un marco teórico para la discriminación, México, CONAPRED, 2006., pág. 26. En el punto d)
25. Toscano, M. A. (Septiembre de 2005). La atención al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf.

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Instrumento para recopilar información, entrevista al director de la radio.

Nombre del encuestado: _____

Nombre del encuestador: _____

Fecha: _____

Objetivo: Determinar los avances de la Radio Camoapa Estéreo en el ámbito social del municipio de Camoapa

1. Programación histórica

- 1.1 ¿Cómo se ha manejado la programación de la radio desde su fundación?
- 1.2 ¿Cuáles fueron los programas con que inició?
- 1.3 ¿Qué cambios se han incorporado en la programación?
- 1.4 ¿Qué planes futuros tienen?
- 1.5 ¿Considera la opinión de la audiencia para incorporar nuevos programas?

2. Cambios tecnológicos

- 2.1 ¿Con cuántos equipos tecnológicos (consola, micrófonos, transmisor, computadoras, etc.) dio inicio la radio?
- 2.2 ¿Cuál era el alcance de la radio?
- 2.3 ¿Con cuántos equipos cuenta en la actualidad?
- 2.4 ¿Cuál es la potencia del transmisor?
- 2.5 ¿Cuál es el alcance en la actualidad?

3. Infraestructura

- 3.1 ¿En qué local inició la radio?
- 3.2 ¿Han realizado alguna modificación de las áreas?
- 3.3 Podría describirnos ¿con cuántos espacios (cabinas, oficinas, etc.) cuenta en la actualidad?

4. Organización

- 4.1 ¿Qué tipo de sociedad?
- 4.2 ¿Cómo es la estructura organizativa de la radio?
- 4.3 ¿Cuáles son las áreas con las que cuenta la radio?
- 4.4 ¿Considera que son las suficientes?

5. Recurso Humano

- 5.1 ¿Con qué número de personal dieron inicio?

- 5.2 ¿Cuál es el número del personal que cuenta en la actualidad?
- 5.3 ¿Cómo es la relación que tiene con el personal que labora en la radio?
- 5.4 ¿Cuáles son los salarios que devengan los trabajadores?

6. Red de comunicadores

- 6.1 ¿Cómo funciona la red de comunicadores?
- 6.2 ¿Cuántas personas integran la red?
- 6.3 ¿En qué localidades se encuentran ubicados?
- 6.4 ¿Cuál es la función principal de los integrantes de la red?
- 6.5 ¿Cómo es la relación con los integrantes de la red?
- 6.6 ¿Reciben algún tipo de remuneración?

Anexo 2: Instrumento para recopilar información (Encuesta a radio escuchas).

**I. DATOS
GENERALES**

1.1 Sexo:

1.1.1 M 1.1.2 F

1.2 Edad:

1.2.1 16-25 años 1.2.2 26-35 años 1.2.3 36-45 años
1.2.4 46-60 años 1.2.5 Mayores de 60

1.3

Ocupación:

1.3.1 Agricultor 1.3.2 Ama de casa 1.3.3 Estudiante
1.3.4 Ganadero 1.3.5 Profesional 1.3.6 Técnico
1.3.2 Trabaja:
1.3.2.1 Si 1.3.2.2 No

Si la respuesta es

SI:

Por cuenta propia Para otra persona

1.4 Localidad

1.4.1 Urbana
(Barrio)
1.4.1.1 Concepción (), 1.4.1.2 Francisco Álvarez (), 1.4.1.3 Gaspar García (),
1.4.1.4 José Dolores (), 1.4.1.5 Pancasán (), 1.4.1.6 Pedro Joaquín (), 1.4.1.7 Ramón Obando ()
1.4.2 Rural
(Comarca)
1.4.2.1 Amores del Sol (), 1.4.2.2 Bijagua (), 1.4.2.3 Boaco Viejo (), 1.4.2.4 El Pochote (),
1.4.2.5 Laguna Negra (), 1.4.2.6 El Roblar (), 1.4.2.7 Las Trincheras (), 1.4.2.8 Masigue (),
1.4.2.9 Masiguito (), 1.4.2.10 Matamba (), 1.4.2.11 Mombachito (), 1.4.2.12 Mombacho (),
1.4.2.13 Salinas (), 1.4.2.14 San Antonio (), 1.4.2.15 San Isidro (), 1.4.2.16 Tablazón (),
1.4.2.17 Tesorero (), 1.4.2. 18Tolinapa ()

2.1. ¿Cuál de las siguientes emisoras identifica como radio comunitaria?

2.1.1 Radio Palabra de Mujer 2.1.2 Radio Alegre | | 2.1.3 Radio Ya

2.1.4 Radio Camoapa Estéreo 2.1.5 Radio Centro 2.1.6 Radio
 Corporación

2.1.7 Otra _____

2.2. ¿En qué horario de preferencia escucha Radio

Camoapa?

2.2.1 2.2.2 Mañana 2.2.3 Medio día
 Madrugada
 2.2.4 Tarde 2.2.5 Noche 2.2.6 Todo el día

III programación

3.1. ¿Cuáles programas de la radio escucha con más frecuencia?

3.1.1 3.1.2 3.1.3
 Informativos Políticos Religiosos
 3.1.4 Musicales 3.1.5 Deportivos 3.1.6 Sociales
 3.1.7 Otro _____

3.2. ¿Cuál es el programa de su preferencia? _____

3.3. ¿Sugiere alguna mejora en ese programa?

3.3.1 Si 3.3.2 No

Si la respuesta es

SI:

3.4. ¿En qué le gustaría mejorar?

3.4.1 Horario 3.4.2 Locutor 3.4.3 3.4.4
 Temas Otros

3.5. ¿Cómo valora la calidad del sonido de Radio Camoapa?

3.5.1 Regular 3.5.2 Buena 3.5.3 Muy 3.5.4
 buena Excelente

IV.

LOCUCION

4.1. ¿Cómo valora el desempeño de los locutores?

4.1.1 Regular 4.1.2 4.1.3 4.1.4
 Bueno Muy Bueno Excelente

4.2. ¿Considera que necesitan de entrenamiento para un mejor desempeño?

4.2.1 Si 4.2.2 No

V. SERVICIO

PRESTADO

5.1. ¿Ha visitado en alguna ocasión Radio Camoapa Estéreo?

5.1.1 Si 5.1.2 No

Si la respuesta es SI:

5.2 ¿Qué le pareció la atención?

5.2.1 Regular 5.2.2 Buena 5.2.3 Muy Buena 5.2.4 Excelente

5.3. ¿Qué servicios de los que presta Radio Camoapa ha utilizado? Marque uno o varios.

5.3.1 Avisos 5.3.2 Especiales de 15 min 5.3.3 Saludos
5.3.4 Servicios sociales 5.3.5 Espacios publicitario 5.3.6 Denuncias
5.3.7 Complacencias musicales 5.3.8 Otro _____

5.4. ¿Ha pagado por el servicio solicitado?

5.4.1 Si 5.4.2 No

5.5. Cómo considera el precio del servicio?

5.5.1 Accesible 5.5.2 Medianamente accesible 5.5.3 No accesible

VI. ENFOQUE ETICO

6.1. Cómo considera la información brindada por Radio Camoapa?

6.1.1 Creíble 6.1.2 Poco creíble 6.1.3 Nada creíble

6.2. ¿El trabajo de Radio Camoapa ante la sociedad es de: Marque uno o varios.

6.2.1 Respeto a las creencias 6.2.2 Respeto a las ideologías
6.2.3 Respeto a la honra de las personas 6.2.4 Otro _____

VII. TRABAJO SOCIAL

7.1. ¿Considera que contar con Radio Camoapa le ha beneficiado?

7.1.1 Si 7.1.2 No

7.1.3. Si la respuesta es SI ¿en qué aspectos?

7.1.3.1 Económico 7.1.3.2 Social 7.1.3.3 Cultural
7.1.3.4 Informativo 7.1.3.5 Otro _____

7.2. ¿Considera que contar con Radio Camoapa ha beneficiado al municipio?

7.2.1 Si 7.2.2 No
 7.2.3. Si la respuesta es SI ¿en qué aspectos?
 7.2.3.1 Económico 7.2.3.2 Social 7.1.2.3 Cultural
 7.2.3.4 Informativo 7.2.3.5 Otro

VIII. VALORACION DEL PROGRAMA "EL ORDEÑO DE LA TIERRA"

8.1 ¿Escucha el programa "El Ordeño de la Tierra"?

8.1.1 Si 8.1.2 No

Si la respuesta es SI continúe con los incisos siguientes

8.2 ¿Con qué frecuencia escucha el programa?

8.2.1 Semanal 8.2.2 Quincenal 8.2.3 Mensual 8.2.4 Esporádicamente

8.3 ¿Qué grado de importancia le concede al programa?

8.3.1. Muy importante 8.3.2. Medianamente importante 8.3.3. Nada importante

8.4 ¿Los temas abordados en el programa son?

8.4.1. Acorde a la realidad 8.4.2. Alejados de la realidad

8.5. ¿Qué tema es el de su preferencia?

8.5.1. Agrícola 8.5.2 Pecuaria 8.5.3 Ambiental

8.5.4. Otro

8.6. ¿Los temas abordados han sido de referencia para sus actividades cotidianas?

8.6.1. Si 8.6.2. No

IX VALORACION DEL QUE DIRIGE EL PROGRAMA "EL ORDEÑO DE LA TIERRA"

9.1. ¿Cómo valora la labor de quien dirige el programa?

9.1.1. Regular 9.1.2 Buena
 9.1.3. Muy buena 9.1.4. Excelente

X. TIEMPO REQUERIDO DEL PROGRAMA "EL ORDEÑO DE LA TIERRA"

10.1. Actualmente el programa dura 30 min ¿Considera que el tiempo de duración del programa es el más

adecuado?

10.1.1 Si 10.1.2 No

10.1.3 Si su respuesta anterior es NO ¿Cuál es el tiempo recomendado?

10.1.3.1. 45 min. 10.1.3.2 60 min. 10.1.3.3 Otro _____

10.2. ¿Considera que los momentos de transmisión del programa son apropiados?

10.2.1. Si 10.2.2. No

10.2.3. Si su respuesta es NO ¿En qué momento lo recomienda?

10.2.3.1. Mañana 10.2.3.2 Medio día
10.2.3.3. Tarde 10.2.3.4. Noche

10.3. ¿Qué días prefiere la transmisión del programa?

10.3.1. De Lunes a Viernes 10.3.2. Lunes, Martes y Viernes 10.3.3 Sábado y Domingo

XI. PERCEPCION DE LA POBLACION SOBRE EDUCACION A TRAVES DE LA RADIO

11.1. ¿Conoce de alguna campaña educativa promovida por Radio Camoapa?

Si 11.1.1. 11.1.2. No

11.2. Si su respuesta es SI ¿Cuál?

11.2.1. Abigeato 11.2.2. Contra las quemas
11.2.3. Derechos humanos 11.2.4. Contra el consumo de drogas
11.2.5. Derecho de educación 11.2.6. Sistemas agrosilvopastoril
11.2.7. Libertad de expresión 11.2.7. Medio ambiente

11.3. ¿Cómo valora la campaña?

11.3.1. Regular 11.3.2. Buena 11.3.2 Excelente 11.3.3 Muy buena

XII. PARTICIPACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

12.1. ¿Estaría de acuerdo con la incorporación de la Universidad Nacional Agraria en las campañas educativas que promueve Radio Camoapa?

12.1.1 Si 12.1.2 No

12.2. ¿Cómo debería ser la participación de la Universidad Nacional

Agraria?

12.2.1. Conducción de un programa nuevo 12.2.2. Participación en programa existente

12.2.3. Comparecías esporádicas

12.3. ¿En qué medida considera que dicha participación sea favorable a la población?

12.3.1. Nada provechoso 12.3.2. Poco provechoso 12.3.3 Muy provechoso

12.4. ¿Qué tan seguido debería involucrarse la Universidad Nacional Agraria?

12.4.1 De Lunes a Viernes 12.4.2. Lunes, Martes y Viernes 12.4.3 Sábado y Domingo

12.5. ¿Mencione tres áreas de su interés donde podría involucrarse la Universidad Nacional Agraria?

12.5.1 Agricultura 12.5.2 Ganadería 12.5.3 Medioambiente

12.5.4 Negocios 12.5.5 Tecnología 12.5.6 Servicio al cliente

12.6. ¿Cuándo se habla de la Universidad Nacional Agraria a través de Radio Camoapa que es lo que más le llama la atención?

12.6.1 Actividades académicas 12.6.2 Actividades culturales

12.6.3 Publicidad

Nombre del encuestado:

Nombre del encuestador:

Anexo 3: Tabla de distribución normal

N°	Comarcas seleccionadas	Población	Muestra
1	Masigue ✓	534	14
2	Trincheras	833	22
3	Salinas ✓	999	27
4	Tolinapa ✓	506	14
5	Tablazón	1,000	27
6	Tesorero	826	22
7	San Isidro ✓	418	11
8	Masiguito ✓	415	11
✓9	Matamba ✓	495	13
10	Bijagua ✓	430	11
11	Amores del Sol	483	13
12	Mombachito ✓	427	11
13	Mombacho ✓	449	12
14	San Antonio ✓	770	21
15	Laguna negra /El robla ✓	431	12
16	Boaco Viejo	4,000	107
17	El pochote	1,000	27
	TOTAL	14,016	374 (Error del 5% y nivel de confianza 95%)

Tamaño de la muestra:

$$\frac{N * (\alpha_e * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

N°	Barrios seleccionados	Población	Muestra
1	José Dolóres	137	5
2	Consepción	1,820	71
3	Francisco Alvarez	1,192	47
4	Pancasán	1,900	75
5	Ramón Obando	1,100	43
6	Gaspar García	1,051	41
7	Pedro Joaquín	2,200	86
	TOTAL	9,400	369 (Error del 5% y nivel de confianza 95%)

Error para población finita

$$e = \alpha_e * \sqrt{\frac{0,5^2 * N - n}{n * N - 1}}$$

Anexo 4: Capacitación a estudiantes y red de comunicadores para la aplicación de la herramienta de recopilación de datos.



Anexo 5: Levantamiento de la información con apoyo de alumnos de la Universidad y red de comunicadores.



Anexo 5: Continuación...



Anexo 5: Continuación...



Anexo 6: Presentación de resultados a Radio Camoapa e invitados.



Anexo 6: Continuación...

