

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA AGRÓNOMA  
TELEFONO 2222 1111

ZAMORANO  
CARRERA DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y AMBIENTE

# DISEÑO DE UNA METODOLOGIA PARA EVALUAR LA ADOPCION DE LA CAPACITACION IMPARTIDA POR PROEMPRESA

Tesis presentada como requisito parcial para optar  
al título de Ingeniero Agrónomo en el grado  
académico de Licenciatura.

300923

Por

Margareth Otilia Tordoya Ortega

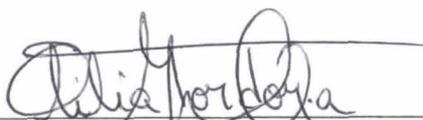
300923

MICROGIS:	_____
FECHA:	_____
ENCARGADO:	_____

Zamorano, Honduras, C. A.  
Mayo, 2000

#1139

El autor concede a Zamorano permiso para reproducir y distribuir copias de este trabajo para fines educativos. Para otras personas físicas o jurídicas se reservan los derechos de autor.



---

Margareth Otilia Tordoya Ortega

## **DEDICATORIA**

A Dios, por ser fuente de Amor, Sabiduría y Verdad

A mis abuelos, por su ternura y amor incondicional

A mi Madre, por ser mi fuente de inspiración y luz en mi camino

A mi Padre, por todo el esfuerzo que le implicó mis estudios

A mi Hermana Rosa, por ser mi mejor amiga y darme la dicha de ser su colega

A Javier el amor de mi vida, por ser mi amigo y compañero especial por siempre

A mi Patria Bolivia

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios todopoderoso por permitirme llegar hasta donde llegué.

A mi Madre y mi Padre por su ayuda incondicional en todo momento.

A mis asesores Leticia Flores, Leslie Salgado y Marcos Granadino, un millón de gracias por su dedicación, paciencia, consejos y tiempo dedicado a la elaboración de este documento.

A Javier que a pesar de todo siempre estuvo a mi lado apoyándome.

A la señora Mirian Lanza que Dios la puso en mi camino y me brindó el cariño de su hogar, su confianza y su ayuda cuando más lo necesitaba.

A la familia Lanza por permitirme compartir con ellos gratos momentos.

A todas aquellas personas que de una u otra manera me ayudaron en todo lo que pudieron.

## **AGRADECIMIENTO A PATROCINADORES**

Agradezco al Programa para el Desarrollo Empresarial Rural de Honduras PROEMPRESAH y a la Carrera de desarrollo Socioeconómico y Ambiente por el financiamiento brindado para continuar mis estudios en el Programa de Ingeniería Agronómica.

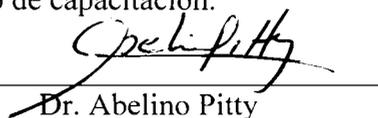
Agradezco a la DSE por el financiamiento brindado para la realización de mis estudios en el Programa de Agrónomo.

## RESUMEN

Tordoya Ortega, M. Otilia. 200. Diseño de una metodología para evaluar la adopción de la capacitación impartida por PROEMPRESAH. Tesis del Programa de Ingeniero Agrónomo, El Zamorano, Honduras. 105p.

PROEMPRESAH inició actividades de capacitación en 1997 con ocho grupos organizados que se encuentran en fase de evaluación de la capacitación impartida hace dos años. En el presente trabajo se diseñó e implementó una metodología para evaluar la adopción de la capacitación en tres grupos organizados: Unión y Esfuerzo, El Plan y COAAL. La capacitación es un proceso de enseñanza-aprendizaje para adquirir conocimientos, actitudes y habilidades. Evaluar es realizar un análisis crítico, objetivo y sistemático de resultados en relación a objetivos propuestos, estrategias utilizadas y recursos asignados. La evaluación de adopción se aplica una vez pasado un tiempo razonable después del evento para medir el dominio y la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en la capacitación. La metodología comprende: fase de diseño de los instrumentos, fase de aplicación de instrumentos, fase de diseño de análisis de información y fase de evaluación general de resultados. Los temas de capacitación en los que los grupos mostraron mayor adopción son: en el área técnico productiva que comprende manejo del paquete tecnológico en producción primaria y en valor agregado y sistema de funcionamiento de la planta industrial; el área organizacional que comprende estructura organizativa, proceso de toma de decisiones y planificación de actividades y en el área social que comprende integración de mujeres u hombres, integración de jóvenes y actividades de motivación de socios; muestran menor adopción en el área de comercialización que comprende mercado proveedor y competidor, canal de distribución, uso del formulario de análisis de mercado y estrategias de comercialización, y el área económica-financiera que comprende costos de producción primaria, costos de valor agregado, costos de comercialización y determinación de ganancias. En general los grupos no consultan el material didáctico y hay un bajo porcentaje de socios que transmiten los conocimientos recibidos en la capacitación. En general los socios de los grupos manifestaron necesidad de fortalecimiento de los conocimientos en el área de comercialización y económica-financiera. El estudio permite concluir que los objetivos instruccionales formulados por PROEMPRESAH para las capacitaciones fueron de vital importancia para definir claramente los indicadores a evaluar para medir el grado de adopción de los conocimientos. Se recomienda aplicar la metodología de evaluación de adopción a los demás grupos organizados capacitados por PROEMPRESAH.

**Palabras claves:** Adopción de conocimientos, evaluación de capacitación, necesidad de fortalecimiento de los conocimientos, fortalecimiento de capacitación.



---

Dr. Abelino Pitty

## **NOTA DE PRENSA**

### **LA EVALUACIÓN DE ADOPCIÓN DE LA CAPACITACIÓN: UNA NECESIDAD PARA LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO RURAL EN HONDURAS**

La capacitación campesina está incluida de una u otra forma en los programas de desarrollo rural; sin embargo, la evaluación que se realiza al final de este proceso es insuficiente, inadecuado e ineficaz. La evaluación es un instrumento de apoyo a un programa de capacitación, así como la capacitación es uno de los elementos básicos en un programa de desarrollo rural.

Una de las causas para que la evaluación sea inexacta, es la confusión sobre el verdadero papel que le corresponde desempeñar dentro del proceso de valoración, debido a la falta de una metodología, de instrumentos válidos y sistemáticos.

Una evaluación de adopción, se aplica después que transcurre un tiempo razonable de la capacitación, con el fin de medir el dominio de aplicación práctica de los conocimientos adquiridos, de las personas instruidas.

Después de dos años, el Programa para el Desarrollo Empresarial Rural de Honduras PROEMPRESAH en Zamorano, se encuentra en la fase de evaluación de adopción de la capacitación impartida a grupos organizados en comunidades. Este estudio pretende ser un primer instrumento para diseñar y planificar evaluaciones de proyectos, programas o actividades de capacitación que se desarrollen a través de la institución en los próximos años.

Para evaluar el nivel de adopción de la capacitación, PROEMPRESAH diseñó e implementó una metodología con tres grupos: “El Plan” dedicado a la venta de frijol empacado ubicado en la aldea El Plan, Municipio de Morocelí; “Unión y Esfuerzo” dedicado a la elaboración de jabón de sábila, ubicado en la aldea de Galeras, Municipio de Güinope; y COAAL (Cooperativa Agropecuaria Azacualpa Limitada) dedicado a la venta de papa en mallas, ubicado en la aldea de Azacualpa, Municipio de Intibucá.

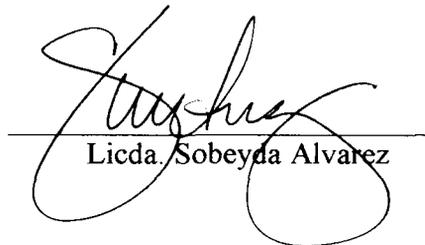
La metodología comprendió cuatro fases de trabajo: diseño de los instrumentos de evaluación, aplicación de los instrumentos, diseño de análisis de la información y evaluación general de la información.

El trabajo comenzó con la definición de los temas de capacitación a evaluar, a partir de los objetivos instruccionales que formuló PROEMPRESAH, para las respectivas capacitaciones de los grupos. Posteriormente, se elaboró las preguntas para cada tema y se realizaron las encuestas para ser aplicadas a los socios de los grupos y a sus empresas.

Los temas de capacitación en los que los grupos mostraron mayor adopción son: en el área-técnico-productiva, el área organizacional, el área social; y mostraron menor adopción en el área de comercialización y el área económica-financiera. En general, los grupos no consultan el material didáctico y hay un bajo porcentaje de socios que transmiten los conocimientos recibidos en la capacitación.

Los grupos también manifestaron necesidad de fortalecimiento de los conocimientos en el área de comercialización y en el área económica-financiera. El estudio permitió concluir que los objetivos instruccionales formulados por PROEMPRESAH para las capacitaciones, fueron de vital importancia para definir claramente los indicadores a evaluar y para medir el grado de adopción de los conocimientos. Se recomienda aplicar la metodología de evaluación de adopción a los demás grupos organizados capacitados por PROEMPRESAH.

El modelo desarrollado por PROEMPRESAH, es un modelo sencillo de evaluación de adopción, esto no significa que sea menos eficaz que otros modelos más complejos y que requieren enormes recursos humanos, económicos y de tiempo; por el contrario, este diseño corresponde a los requerimientos de PROEMPRESAH y puede ser fácilmente implementado por el personal del Programa y por otros proyectos.



Licda. Sobeyda Alvarez

## CONTENIDO

	Portadilla.....	i
	Autoría.....	ii
	Páginas de firmas.....	iii
	Dedicatoria.....	iv
	Agradecimientos.....	v
	Agradecimiento a patrocinadores.....	vi
	Resumen.....	vii
	Nota de prensa.....	viii
	Contenido.....	x
	Índice de cuadros.....	xiii
	Índice de figuras.....	xiv
	Índice de anexos.....	xv
<b>1.</b>	<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
1.1	ANTECEDENTES.....	1
1.1.1	De PROEMPRESAH.....	1
1.1.2	Del componente de capacitación.....	1
1.1.3	De los G.O's.....	2
1.1.4	De experiencias de evaluación sobre actividades de capacitación.....	2
1.2	JUSTIFICACION DEL ESTUDIO.....	3
1.3	OBJETIVOS.....	4
1.3.1	General.....	4
1.3.2	Específicos.....	4
<b>2.</b>	<b>REVISION DE LITERATURA.....</b>	<b>5</b>
2.1	CAPACITACION.....	5
2.2	VARIABLES DEL PROCESO DE CAPACITACION.....	5
2.3	PRINCIPIOS DE LA CAPACITACION.....	6
2.4	ETAPAS DEL PROCESO DE CAPACITACION.....	6
2.5	EVALUACION.....	6
2.6	ENFOQUES MAS CONOCIDOS Y DIFUNDIDOS SOBRE EVALUACION.....	7
2.7	FUNDAMENTOS DEL ENFOQUE DE EVALUACION DE IMPACTO.....	8
2.8	DIFERENTES FORMAS DE EVALUACION.....	9
2.9	EVALUACION EX-POST.....	10
2.9.1	Criterios a considerar en una evaluación ex-post.....	11

2.10	EVALUACION DE CAPACITACION.....	11
2.11	PRINCIPIOS DE LA EVALUACION DE CAPACITACION.....	12
2.11.1	Aportes.....	12
2.12	METODOLOGIAS DE CAPACITACION Y SU EVALUACION EN HONDURAS.....	13
2.12.1	Metodología de la Secretaría de Recursos Naturales.....	13
2.12.2	La metodología del Programa LUPE.....	13
2.12.3	La metodología de vecinos mundiales.....	14
2.13	METODOLOGIA DE CAPACITACION DE PROEMPRESAH.....	14
2.13.1	Investigación de pre-capacitación.....	14
2.13.2	Diseño y ejecución de los cursos.....	15
<b>3.</b>	<b>METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>16</b>
3.1	DESCRIPCION DEL AREA DE ESTUDIO.....	16
3.1.1	Grupo Unión y Esfuerzo.....	16
3.1.2	Antecedentes del grupo.....	16
3.1.3	Grupo El Plan.....	16
3.1.4	Antecedentes del grupo.....	17
3.1.5	Grupo COAAL.....	17
3.1.6	Antecedentes del grupo.....	17
3.2	CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE ESTUDIO...	18
3.3	RECOLECCION, REVISION Y ANALISIS DE LA INFORMACION.....	18
3.4	VARIABLES GENERALES EVALUADAS EN LOS GRUPOS.....	18
3.4.1	Grupo: “EL PLAN”.....	18
3.4.2	Grupo: “Unión y Esfuerzo”.....	20
3.5	DISEÑO DEL INSTRUMENTO.....	21
3.6	APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO Y EVALUACION DE INFORMACION.....	21
<b>4.</b>	<b>RESULTADOS Y DISCUSION.....</b>	<b>24</b>
4.1	FASE DE DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION.	24
4.2	FASE DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION.....	25
4.3	FASE DEL DISEÑO DE ANALISIS DE LA INFORMACION.....	26
4.4	FASE DE EVALUACION GENERAL DE LA INFORMACION....	28
4.4.1	Grupo Unión y Esfuerzo.....	28
4.4.1.1	Temas de capacitación que muestran mayor adopción en el grupo Unión y Esfuerzo.....	32
4.4.1.2	Temas de capacitación que muestran menor adopción en el grupo Unión y Esfuerzo.....	35
4.4.2	Grupo El Plan.....	36
4.4.2.1	Temas de capacitación que muestran mayor adopción en el grupo El Plan.....	40

4.4.2.2	Temas de capacitación que muestran menor adopción en el grupo El Plan.....	44
4.4.3	Grupo COAAL.....	45
4.4.3.1	Temas de capacitación que muestran mayor adopción en el grupo COAAL.....	49
4.4.3.2	Temas de capacitación que muestran menor adopción en el grupo COAAL.....	51
4.4.4	Temas de capacitación que se evaluaron solo a nivel de empresa.....	54
4.5	<b>NECESIDAD DE FORTALECIMIENTO DE CONOCIMIENTOS EN DISTINTAS AREAS DE CAPACITACIÓN.....</b>	<b>55</b>
4.5.1	Grupo Unión y Esfuerzo.....	55
4.5.1.1	Necesidad de fortalecimiento a nivel individual.....	55
4.5.1.2	Necesidad de fortalecimiento a nivel de empresa.....	57
4.5.2	Grupo El Plan.....	58
4.5.2.1	Necesidad de fortalecimiento a nivel individual.....	58
4.5.2.2	Necesidad de fortalecimiento a nivel de empresa.....	60
4.5.3	Grupo COAAL.....	61
4.5.3.1	Necesidad de fortalecimiento a nivel individual.....	61
4.5.3.2	Necesidad de fortalecimiento a nivel de empresa.....	63
<b>5.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>65</b>
<b>6.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>69</b>
<b>7.</b>	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>71</b>
<b>8.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>73</b>

## INDICE DE CUADROS

### Cuadro

1.	Datos generales de los tres G.O's. en estudio atendidos por PROEMPRESAH.....	17
2.	Programa de capacitación y aplicación de los instrumentos de evaluación de adopción a cada grupo de estudio.....	25
3.	Procedimiento matemático para obtener el porcentaje promedio de socios por variables.....	26
4.	Porcentaje promedio de socias capacitadas del Grupo Unión y Esfuerzo que adoptaron en diferentes grados los temas de capacitación.....	29
5.	Adopción de los temas de capacitación a nivel de empresa del grupo Unión y Esfuerzo.....	31
6.	Porcentaje promedio de socios capacitados del grupo El Plan que adoptaron en diferentes grados los temas de capacitación.....	37
7.	Adopción de los temas de capacitación a nivel de empresa del grupo El Plan..	39
8.	Porcentaje promedio de socios capacitados del grupo COAAL que adoptaron en diferentes grados los temas de capacitación.....	46
9.	Adopción de los temas de capacitación a nivel de empresa del grupo COAAL.....	48
10.	Porcentaje promedio de socias que necesitan fortalecimiento de conocimientos a nivel individual del grupo Unión y Esfuerzo.....	56
11.	Necesidad de fortalecimiento de la capacitación a nivel de empresa en el grupo Unión y Esfuerzo.....	57
12.	Porcentaje promedio de socios que necesitan fortalecimiento de conocimientos a nivel individual del grupo El Plan.....	59
13.	Necesidad de fortalecimiento de la capacitación a nivel de empresa en el grupo El Plan.....	60
14.	Porcentaje promedio de socios que necesitan fortalecimiento de conocimientos a nivel individual del grupo COAAL.....	62
15.	Necesidad de fortalecimiento de la capacitación a nivel de empresa en el grupo COAAL.....	63

## INDICE DE FIGURAS

### Figura

1. Pasos para el diseño de la metodología de evaluación de adopción de la capacitación impartida por PROEMPRESAH..... 22

**INDICE DE ANEXOS**

## Anexo

1.	Formato de la encuesta individual aplicada a los socios de los tres grupos de estudio.....	74
2.	Formato de la encuesta a nivel de empresa aplicada a los tres grupos de Estudio.....	80
3.	Formato del procedimiento que se siguió para obtener los porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos a nivel individual del grupo Unión y Esfuerzo.....	99
4.	Formato del procedimiento que se siguió para obtener los porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos a nivel individual del grupo El Plan.....	101
5.	Formato del procedimiento que se siguió para obtener los porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos a nivel individual del grupo COAAL.....	103
6.	Registro de marca y patente y registro sanitario.....	105

# **1. INTRODUCCION**

Zamorano en estos últimos 15 años ha dado mayor énfasis al desarrollo rural sostenible para apoyar diferentes regiones que actualmente enfrentan un sin número de problemas como la baja productividad, el escaso valor agregado a la producción, desaprovechamiento de los mercados potenciales, muy poca organización y participación comunitaria, analfabetismo, mal uso de los recursos naturales, falta de visión empresarial, etc.

Con el establecimiento del Programa para el Desarrollo Empresarial Rural de Honduras PROEMPRESAH, busca contribuir a superación de los problemas mencionados y con ello mejorar las condiciones de vida de la familia rural en forma participativa con el apoyo de instituciones privadas e internacionales.

## **1.1 ANTECEDENTES**

### **1.1.1 De PROEMPRESAH**

El Programa para el Desarrollo Empresarial Rural de Honduras, PROEMPRESAH, es financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID/FOMIN) y ejecutado por Zamorano con el fin de contribuir a la transformación de los pequeños y medianos productores agrícolas y agroindustriales del sector rural de Honduras en empresarios exitosos y ambientalmente responsables.

Al término del Programa la meta es cubrir 40 grupos organizados (G.O.'s) con capacitación, asistencia técnico-administrativa, servicios de información de mercados, apoyo organizativo, capacitar 300 empresarios jóvenes y transferir la metodología Zamorano a 30 organismos de desarrollo públicos, privados y asociaciones de productores.

### **1.1.2 Del componente de capacitación**

El componente de capacitación fue desarrollado partiendo de un curso de pre-capacitación, donde se obtuvo un diagnóstico de las necesidades de capacitación que tenía cada grupo para definir el contenido de los cursos posteriores.

PROEMPRESAH proporciona a los grupos durante el primer año un curso de capacitación, asistencia técnica intensiva y un taller para solución de problemas. Durante el segundo año, brinda asistencia técnica intensiva y organiza un taller focalizado a la solución de problemas; y en el último año, realiza seguimiento y monitoreo.

Los cursos de capacitación tuvieron una duración de 44 horas cada uno; de cada grupo se capacitó 10 personas pertenecientes a la Junta Directiva y directivos potenciales. Como parte de la capacitación se desarrollaron dos talleres de 2 días de duración en la sede de cada G.O., dirigidos a los miembros de las Juntas Directivas e integrantes de los grupos. Su objetivo principal fue solucionar problemas específicos que se detectaron en las áreas técnico - administrativas durante la ejecución del proyecto.

### **1.1.3 De los G.O.'s**

El área de acción con que inició el Programa en 1997 corresponde a los Departamentos de El Paraíso, Francisco Morazán, Intibucá, Comayagua y La Paz con ocho grupos que de acuerdo a la Metodología Zamorano para el Desarrollo Empresarial se encuentran en la fase de evaluación de resultados de la capacitación después de dos años de transcurrida ésta.

Para efectos de este estudio se considerará dos grupos con los que se diseñará la metodología y un tercer grupo con el que se validará la metodología.

### **1.1.4 De experiencias de evaluación sobre actividades de capacitación**

Zamorano a través del Departamento de Protección Vegetal ha impartido capacitaciones a grupos de agricultores de Guatemala, Costa Rica y Honduras. Para completar su actividad ha buscado conocer el impacto que éstas han tenido a través de evaluaciones con el fin de determinar el cambio en conocimientos y conducta de los agricultores capacitados. Para dicho fin, se han realizado evaluaciones de impacto en Guatemala, Costa Rica y Honduras (Rodríguez, 1995).

Los escasos estudios de evaluación de capacitación a grupos realizados en Zamorano están enfocados al área de protección vegetal. No se encontró información de evaluación de capacitación a grupos sobre organización, administración general, control financiero, finanzas, producción y mercadeo en Zamorano .

Una experiencia de evaluación sobre capacitación empresarial es la realizada por la Compañía de Comercio Exterior S.L. EQUINOCCIO (Consultora Internacional con sede en España). EQUINOCCIO fue contratada por PROEMPRESAH en agosto de 1998 para evaluar todos los componentes del Programa en tres fases, dos de ellas ya fueron finalizadas.

La evaluación para el componente de capacitación se enfocó en el análisis de necesidades de cada grupo, el diseño de los cursos, material didáctico y resultado de las pruebas realizadas a cada grupo antes y después de la capacitación.

Es importante mencionar que cada una de estas experiencias de evaluación de capacitación describen implícitamente el diseño de la metodología de evaluación que siguieron durante el proceso.

## 1.2 JUSTIFICACION DEL ESTUDIO

En el desarrollo de los proyectos siempre es necesario tomar decisiones, ya sea sobre aspectos centrales o bien sobre otros que surjan sobre la marcha. Es allí donde aparece la necesidad de la evaluación, ya que de lo contrario se corre el riesgo de que esas decisiones sean arbitrarias. Y aunque estén llenas de "buena voluntad", no siempre serán las más adecuadas y convenientes para los fines del proyecto que se trata de impulsar (Pichardo, 1988).

La evaluación es una etapa muy importante dentro de un proceso de capacitación pues es difícil que un programa o un proyecto pueda acercarse en un 100% a los problemas reales de un grupo o participantes de la capacitación.

El proceso de capacitación implementado por PROEMPRESAH inicia con la determinación de necesidades de capacitación, partiendo de esto se formulan los objetivos instruccionales para las respectivas capacitaciones y la capacitación en sí, que concluye con la aplicación de pruebas evaluativas.

De ahí que el diseño de una metodología para evaluar la adopción de la capacitación permitiría verificar, a través de su aplicación a los distintos grupos, el valor que tiene la investigación de pre-capacitación que realiza el Programa para determinar cuáles son las necesidades de capacitación de cada grupo, medir el nivel de aprendizaje de los participantes; además determinar cuál es el nivel de aplicación de los conocimientos en su grupo, familia y comunidad. Con relación a los objetivos instruccionales que se plantean en las capacitaciones de cada grupo, la evaluación mostrará qué objetivos están siendo implementados y cuáles no.

En general, la aplicación posterior de la metodología de evaluación de adopción a los grupos capacitados permitirá conocer a los encargados de PROEMPRESAH los logros y desaciertos obtenidos en la capacitación de distintos grupos, realizar una replanificación de las actividades de capacitación, si fuera necesario, hacer mejoras y/o corregir las fallas para los futuros grupos que van a ser capacitados por el Programa, e incluso por otros proyectos que tengan un componente de capacitación.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 General**

Desarrollar una metodología para evaluar la adopción de la capacitación impartida por PROEMPRESAH.

#### **1.3.2 Específicos**

- a) Diseñar los instrumentos necesarios para la evaluación de impacto de la capacitación.
- b) Aplicar los instrumentos diseñados a dos grupos organizados atendidos.
- c) Evaluar los resultados obtenidos.
- d) Validar la metodología en un tercer grupo organizado atendido.

## **2. REVISION DE LITERATURA**

### **2.1 CAPACITACION**

Según Celorio 1992, la capacitación campesina siempre está inserta , de una u otra forma, en los programas de desarrollo rural, asignando recursos humanos y materiales priorizándolos en estructuras, planes y estrategias. No obstante, con mucha frecuencia se evalúa como insuficiente, inadecuada o ineficaz.

La capacitación no es un fin. No genera cambios a nivel social por sí sola. La capacitación es un medio que debe integrarse en los proyectos que los grupos campesinos realizan con el apoyo del programa de desarrollo (CCI, 1988).

La capacitación es un proceso de enseñanza-aprendizaje mediante el cual los grupos campesinos adquieren los conocimientos, actitudes y habilidades para realizar en forma óptima sus actividades y proyectos (CEESTEM, 1982).

### **2.2 VARIABLES DEL PROCESO DE CAPACITACION**

En cualquier programa de capacitación o experiencia de aprendizaje existen cuatro variables principales relacionadas entre sí: el proceso, el contenido, el capacitador y el capacitando (Friedman y Yarbrough, 1995).

El proceso es el método o modelo de capacitación utilizado para proporcionar el aprendizaje a los capacitandos.

El contenido es el conocimiento o las habilidades que los capacitados deben adquirir.

El capacitador o facilitador es la persona que facilita el aprendizaje a los capacitandos por medio de la aplicación de métodos y técnicas de capacitación apropiadas.

El capacitando, es, sin lugar a dudas, la variable más importante. Del capacitando se deben considerar las siguientes características:

- a) Las bases de contenido o conocimientos previos.
- b) La motivación. El capacitando debe tener un interés, disposición y cierto nivel de necesidad para adquirir el conocimiento o la habilidad.
- c) Responsabilidad. El capacitando tiene que asumir un grado de responsabilidad por su propio aprendizaje.

### 2.3 PRINCIPIOS DE LA CAPACITACION

Los principios inspiran, norman y orientan el proceso de capacitación en cada una de sus etapas (FAO, 1995). Los principios de la capacitación son:

- a. **Dialógica:** los capacitadores y capacitandos establecen una relación en la que ambos enseñan y aprenden con base en sus conocimientos y experiencias. Todos aprenden de todos.
- b. **Reflexiva:** en la capacitación se genera una dinámica de reflexión-acción que parte de la problemática del grupo, acude a la experiencia y la teoría acumulada y toma decisiones para emprender acciones concretas.
- c. **Formadora:** toma en consideración a la persona de manera integral, su inteligencia, su voluntad y sus habilidades.
- d. **Transformadora:** los conocimientos son útiles para enfrentar y resolver los problemas productivos, sociales y organizativos.

### 2.4 ETAPAS DEL PROCESO DE CAPACITACION

La capacitación campesina se considera como un proceso de enseñanza-aprendizaje que debe planificarse y ejecutarse según las necesidades de los grupos campesinos, en función de esto, el proceso de capacitación se implementa en varias etapas: la planificación de la capacitación, la capacitación y seguimiento y la evaluación de la capacitación (PNUD-FAO, 1987).

En la planificación, se debe caracterizar el grupo, determinar las necesidades de capacitación y elaborar un plan de capacitación. Los objetivos específicos de la capacitación deben tener tres componentes: un enunciado de la conducta terminal que proporcione al capacitador una base fácilmente observable sobre la cual se pueda evaluar el aprendizaje, un enunciado del nivel de ejecución que esperamos logre el capacitado y las condiciones según las cuales se espera que el capacitando ejecute la conducta (Mager, 1995).

El seguimiento es la etapa del proceso de capacitación que consiste en el acompañamiento a los grupos campesinos en su proceso productivo en el que aplican los conocimientos actitudes y habilidades adquiridos en el proceso de capacitación (PNUD-FAO, 1987).

La evaluación es la acción que permite identificar y medir los resultados que se obtienen en cada una de las etapas del proceso de capacitación (Celorio, 1992).

### 2.5 EVALUACION

Según Paredes de Rendón y Murcia (1987), el concepto de evaluación cambia a través del tiempo, en relación a quién se debe evaluar, qué evaluar, cómo hacerlo, y cambia también en forma paralela a los conceptos de quién debe ser evaluado y cómo hacerlo.

Según la FAO (1980), evaluar un proyecto significa realizar un análisis crítico, objetivo y sistemático de las realizaciones y resultados de éste, en relación a los objetivos propuestos, las estrategias utilizadas y los recursos asignados.

Para Riecken (1987), la evaluación es “la medición de las consecuencias deseables e indeseables de una acción encaminada hacia una meta que valoramos”. Puede verse que orienta la evaluación a las actividades programáticas y dirigida a una meta que tendrá múltiples efectos. Según este enfoque la actividad que se evalúe será de cambio social, donde el individuo puede influir sobre otros individuos y sobre su entorno.

La evaluación es el proceso mediante el cual se analizan los problemas y logros, así como las estrategias para enfrentarlos y consolidarlos, en los tres momentos evaluativos: antes, durante y después de la ejecución de los proyectos (Pichardo, 1989).

Evaluar es un proceso integral y continuo para retroalimentar la toma de decisiones y permitir no sólo detectar las irregularidades que se presentan, sino también proponer las medidas correctivas necesarias. En términos semánticos, evaluar significa "estimar, apreciar, calcular el valor de una cosa" (Pichardo, 1989).

Según Suschman (1987) en general se puede decir que se está llevando un estudio evaluativo cuando se responde a preguntas como:

- ¿Qué tan bueno es el programa?
- ¿Qué efectos está teniendo?
- ¿Cuáles son los problemas?
- ¿Cómo se pueden enfrentar?
- ¿Cuáles son los logros?
- ¿Cómo se pueden consolidar?
- ¿Opera el programa como se esperaba?
- ¿Cuál es el impacto de las actividades desarrolladas en el marco de los proyectos?

Según Celorio, 1992, evaluación es la acción que permite identificar, procesar y analizar la información relacionada con los resultados obtenidos en cada una de las etapas del proceso de capacitación y tiene por objetivo identificar y medir los resultados que se obtienen en cada una de las etapas del proceso de capacitación; diagnóstico, planificación, ejecución y seguimiento.

## **2.6 ENFOQUES MAS CONOCIDOS Y DIFUNDIDOS SOBRE EVALUACION**

Según Pichardo (1989), entre las perspectivas teórico-metodológicas más conocidas y difundidas para la evaluación de proyectos, se destacan cuatro enfoques:

- 1. Evaluación privada o empresarial:** también se la denomina evaluación financiera. Parte del análisis de la rentabilidad de los proyectos a precios de mercado. La

maximización de las ganancias, desde el punto de vista del empresario privado, es el centro de este enfoque.

2. **Evaluación social de proyectos:** conocida como el análisis costo/beneficio. Se interesa por los beneficiarios derivados de los proyectos en función de objetivos nacionales de desarrollo, procurando reflejar las condiciones de la economía y los fines de la política económica. Algunos autores la denominan análisis económico.
3. **Evaluación experimental:** Se interesa por la comparación entre lo programado y lo efectivamente realizado, a partir del cumplimiento de las metas establecidas.
4. **Evaluación del impacto social:** Centra su interés en los cambios o variaciones observables en los destinatarios de los proyectos y en el contexto del mismo que pueden ser atribuibles a la presencia de éste.

## 2.7 FUNDAMENTOS DEL ENFOQUE DE EVALUACION DE IMPACTO

La evaluación de impacto es un instrumento para determinar la necesidad de ciertas políticas, controlar sistemáticamente las actividades programadas y los resultados obtenidos, producir información que se utilizará en la toma de decisiones y prestación de servicios socioeconómicos (FAO, 1984).

El fundamento esencial de la evaluación de impacto reside en la comparación de los objetivos propuestos y los logrados al finalizar el período de ejecución, para establecer el éxito relativo del programa evaluado. La evaluación trata de responder a la pregunta ¿Qué fue lo que ocurrió como resultado de esta estrategia de trabajo que no hubiera ocurrido en ausencia del programa? (Paredes de Rendón y Murcia 1987).

Algunos autores conciben al impacto social solamente como un criterio de la evaluación ex-post, incluso hay quienes sostienen que el impacto social generado por un proyecto no puede evaluarse inmediatamente después de concluido sino que es necesario esperar un tiempo para poder observarlo (Pichardo, 1989).

El impacto social se refiere a los cambios o variaciones observables en el contexto “situacional” en que se inscriben los proyectos que pueden ser atribuibles a la presencia de éstos y en los destinatarios en cuanto a:

- Su contribución por satisfacer necesidades básicas o no básicas.
- Promover o procurar condiciones para el mejoramiento de condiciones de vida.
- Propiciar cambios de actitudes, condicionantes, aptitudes, comportamientos, mentalidades, etc.

Las cuestiones centrales por las que se interesa el enfoque del impacto social se pueden resumir de la siguiente manera:

- a. ¿Han cambiado de manera significativa las condiciones iniciales de los grupos destinatarios a través de la acción de los proyectos?.

- b. ¿Cuál es el sentido de los cambios observables?. Aquí hay que considerar que los cambios no siempre son positivos; incluso, hay efectos no previstos o impredecibles que pueden variar sustancialmente el rumbo de acción de un proyecto.
- c. ¿En qué medida son observables los cambios?.
- d. ¿Hasta qué punto los cambios observables pueden atribuirse al tipo y características del proyecto que se trate, o a las condiciones del medio social del mismo?.
- e. O bien, ¿De qué forma se combinan ambos factores para producir los cambios buscados?.

Involucra la forma en cómo los destinatarios utilizan los efectos generados por un proyecto. Los elementos a considerar en el análisis del impacto social son los siguientes:

- Percepción de los destinatarios acerca del cumplimiento de los objetivos del proyecto.
- Opiniones de los destinatarios, sobre las contribuciones del proyecto en relación con:
  - Satisfacer necesidades
  - Mejorar condiciones de vida
  - Generar cambios de actitudes, condicionantes, aptitudes, comportamientos, mentalidades, etc.
  - Opiniones de los destinatarios sobre los aportes específicos recibidos.
  - Factores que a juicio de los destinatarios contribuyeron y obstaculizaron el logro de los objetivos del proyecto.
  - Logros alcanzados por los destinatarios del proyecto.
  - Proceso de desarrollo seguido por los destinatarios durante la ejecución del proyecto.

## 2.8 DIFERENTES FORMAS DE EVALUACION

Dependiendo quiénes son los agentes que participan en la evaluación, Pichardo (1989) plantea la siguiente clasificación:

- a) **Evaluación externa.**- Es la que realizan personas que no están vinculadas directamente a los proyectos, ni pertenecen a la institución u organización responsable del mismo.
- b) **Evaluación interna.**- Es realizada por personas pertenecientes a la institución u organización responsable del proyecto.
- c) **Evaluación mixta.**- Es cuando se hace una combinación de los dos modos anteriores.

- d) **Autoevaluación.-** Como su nombre lo indica corresponde a la evaluación que realizan los responsables directos de los proyectos o bien de actividades y tareas específicas del mismo.
- e) **Evaluación participante.-** Generalmente, se reserva este nombre para designar a la evaluación en que participan los destinatarios de los proyectos.

Según FAO-INA-PNUD (1980) de acuerdo con los fines perseguidos por la evaluación de proyectos, la naturaleza de la misma puede ser:

- a) **Exploratoria-descriptiva.-** Su interés es tener una primera aproximación o acercamiento inicial para recopilar las informaciones que permitan decidir si es necesario proponer o incorporar medidas correctivas que garanticen el cumplimiento de los objetivos.
- b) **Analítica-reflexiva.-** Lo que se busca es profundizar en el análisis e interpretación de las informaciones recopiladas. El fin último es proponer recomendaciones para cambiar o reforzar las situaciones existentes, que aludan al desarrollo de ciertas actitudes, mentalidades, motivaciones en las personas que participan en el proyecto. O bien, modificaciones en la estructura institucional en que se inserta el proyecto.
- c) **Sumativa.-** es una síntesis de los elementos esenciales de las dos anteriores .

Según Pichardo (1989) de acuerdo a los momentos en que se puede realizar la evaluación se clasifica en:

- a) **Evaluación ex-ante.-** Determina la viabilidad de los proyectos, entendida ésta como la posibilidad de ejecución. Los resultados de esta evaluación constituyen un insumo fundamental para formular los proyectos.
- b) **Evaluación concurrente.-** Analiza la organización de los medios disponibles que garanticen el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas. De ahí que la supervisión y el seguimiento de las acciones ocupen un papel central en este momento evaluativo.
- c) **Evaluación ex-post.-** Determina el cumplimiento efectivo y eficiente de los objetivos buscados, en función del esquema de asignación de recursos y del impacto real logrado.

## 2.9 EVALUACION EX-POST

La evaluación ex-post, como ya se ha señalado, es la que se realiza después de la ejecución de un proyecto o actividad de capacitación. Su fin principal es determinar la efectividad de los resultados obtenidos, para producir un impacto social deseado (Celorio 1979). De ahí que el principal parámetro es el impacto social, entendido como los cambios observados que pueden ser atribuibles al proyecto, en tres niveles básicos:

- Los destinatarios.
- Las instituciones u organizaciones involucradas.
- El medio social en que se desarrolló el proyecto.

En este sentido, la evaluación ex-post va dirigida a determinar hasta qué punto los resultados obtenidos se deben a la naturaleza y características del proyecto y cuál es la incidencia del medio social en el cual se ejecutó (Celorio, 1979).

La evaluación ex-post puede realizarse en dos momentos:

- Inmediatamente después de finalizado el proyecto.
- Un tiempo después de terminado el proyecto.

En ambos casos, los propósitos fundamentales se plantean en dos sentidos complementarios entre sí:

Analizar los resultados obtenidos con el proyecto, cuyo alcance puede verse en tres niveles: los productos, los efectos y el impacto (Pichardo, 1989).

A partir de lo anterior, extraer conclusiones sobre la validez de los objetivos buscados y las estrategias de acción utilizadas, en función de los resultados obtenidos y de la contribución del proyecto al cumplimiento de los fines y propósitos de las instituciones u organizaciones participantes en su ejecución (Pichardo, 1989).

### 2.9.1 Criterios a considerar en una evaluación ex-post

1. **Prioridad.**- Consiste en determinar hasta qué punto las acciones que se realizaron, eran las necesarias para el cumplimiento de los objetivos propuestos.
2. **Adecuación.**- Trata de determinar, a la luz de los resultados obtenidos durante la ejecución del proyecto, si el tipo y características del mismo eran los más apropiados para el logro de los objetivos buscados.
3. **Eficacia.**- Se refiere, en lo fundamental, a determinar el grado de cumplimiento de los objetivos previstos.
4. **Eficiencia.**- Involucra lo relativo a la calidad de los bienes producidos y/o de los servicios prestados en el marco del proyecto.

### 2.10 EVALUACION DE CAPACITACION

Los tipos de evaluación desde el punto de vista de capacitación según Celorio (1992) son:

- a) **Evaluación de suficiencia.** Se aplica al diagnóstico de necesidades de capacitación del grupo para determinar si es suficiente y confiable para elaborar el plan de capacitación, o bien, si hay que revisarlo y complementarlo.
- b) **Evaluación de correspondencia.** Se aplica al plan de capacitación del grupo para medir si éste corresponde o da respuesta a las necesidades de capacitación planteadas en el diagnóstico. Si no corresponde se deberá ajustar.
- c) **Evaluación de coherencia.** Se aplica al plan de capacitación del grupo para definir si tiene coherencia entre los diversos elementos que lo integran como pueden ser : eventos y fechas, participantes y proyectos o nivel del evento y de los participantes .

- d) **Evaluación de viabilidad** . Se aplica sobre el mismo plan de capacitación del grupo para establecer si éste es viable de ser ejecutado, teniendo en cuenta los recursos humanos y materiales, tanto del grupo como del equipo capacitador .
- e) **Evaluación diagnóstica**. Se aplica al iniciar un evento de capacitación para identificar los conocimientos que tiene el grupo, sobre los contenidos del evento al empezar la capacitación .
- f) **Evaluación de eficacia**. Se aplica al finalizar el mismo evento en el que se aplicó la evaluación diagnóstica para medir los conocimientos adquiridos por los participantes durante el evento .La evaluación de eficacia mide el logro de los objetivos de la capacitación.
- g) **Evaluación de eficiencia**. Se aplica al finalizar un evento para medir la eficiencia de los medios técnicos y los recursos operativos utilizados en un evento. En eventos de varios días se puede aplicar a la mitad del evento para mejorar su funcionamiento técnico y operativo.
- h) **Evaluación de adopción** . Se aplica una vez pasado un tiempo razonable después del evento, para medir el dominio y la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en la capacitación .
- i) **Evaluación sumaria**.- es la concentración de los resultados de varias evaluaciones aplicadas en uno o varios grupos, para elaborar análisis y conclusiones más amplias .

## 2.11 PRINCIPIOS DE LA EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN

Según Garibay, F., et. al. (1981), los principios que rigen la evaluación son:

- **Permanente:** se aplica en todas las etapas del proceso de capacitación para retroalimentar a cada una de ellas.
- **Participativa:** requiere la participación de todos los involucrados en la capacitación: responsables, capacitadores, capacitandos.
- **Funcional:** aporta información útil y oportuna para resolver los problemas que se presentan en el proceso de capacitación.
- **Didáctica:** contribuye a incrementar la capacidad de reflexión y análisis y de crítica y autocrítica de los participantes en la evaluación.

### 2.11.1 Aportes.

Según Celorio (1992) la evaluación aporta al sistema de capacitación en el sentido que permite:

- Verificar el logro de objetivos del proceso de capacitación en general y de cada evento en particular.
- Analizar las causas que generan deficiencias en cada etapa del proceso y que obstaculizan el logro de objetivos.
- Apoyar la toma de decisiones para enfrentar los problemas, desviaciones y deficiencias, que limitan la eficacia y eficiencia de las actividades de capacitación.
- Orientar y retroalimentar las acciones concretas de capacitación.

## 2.12 METODOLOGIAS DE CAPACITACION Y SU EVALUACION EN HONDURAS

La mayoría de los modelos y metodologías de capacitación aplicadas en Honduras han sido definidas en una forma lineal de desarrollo, es decir enfocadas a la utilización de las tecnologías modernas para el aumento de la producción y los rendimientos. En Honduras han sido utilizadas muchas metodologías tanto por entes gubernamentales, programas colaborativos y ONG's.

### 2.12.1 Metodología de la Secretaría de Recursos Naturales

En Honduras las actividades de capacitación se inician en 1951 a través del Servicio Técnico Interamericano de Cooperación para la Agricultura (STICA). Durante sus inicios la capacitación estaba centrada en los clubes de amas de casa y juventud rural pero luego su marco principal estaba constituido en resolver los problemas del productor y su familia a través de la participación integrada y permanente de los beneficiarios (Palencia, 1997).

La metodología estaba basada principalmente en cuatro aspectos:

1. **Diagnóstico:** en esta etapa se realizaba la recopilación de la información de la comunidad utilizando metodologías participativas. Posteriormente se analizaba la información, para luego identificar cuáles eran los principales problemas productivos que requerían una pronta atención.
2. **Programación:** con base en los problemas productivos que eran priorizados, se elaboraban proyectos en los cuales se establecían cuáles eran las necesidades de capacitación agrícola, pecuaria y social.
3. **Ejecución:** requería de la participación de los productores en los cursos planificados, y además elaboraban ensayos para realizar investigaciones que beneficiaban a los agricultores determinados con base en necesidades sentidas.
4. **Evaluación:** la evaluación se hacía en todos los niveles anteriormente mencionados por parte del personal que era debidamente seleccionado y educado para relacionarse de forma más eficiente al campesinado.

### 2.12.2 La metodología del Programa LUPE

El Proyecto de Mejoramiento del Uso y Productividad de la Tierra (LUPE), inició sus trabajos en 1989 en la región centro y sur oriente de Honduras. Este tenía como objetivo principal mejorar las condiciones socioeconómicas de la familia rural, mejorando en forma sostenible la producción y productividad agrícola en áreas de ladera, incluyendo el adecuado uso de los recursos naturales (Palencia, 1997).

Los componentes del proyecto fueron:

1. La capacitación por medio del productor enlace, técnico y familias asistidas.

2. Investigación.
3. Organización (formación de asociaciones de productores) y
4. Capacitación agrícola.

Además, el programa posee un sistema de seguimiento y evaluación a través de visitas al campo y reuniones de retroalimentación con los técnicos y no así un sistema de evaluación definida para la capacitación en sí.

### **2.12.3 La metodología de Vecinos Mundiales**

Vecinos Mundiales es una agencia voluntaria de los Estados Unidos que trabaja en cooperación con organizaciones locales, nacionales e internacionales para mejorar la productividad del campesino. Bunch (1982) indica que los principales componentes de este modelo son:

1. Planificación con la participación de la población beneficiaria para definir cuáles son las necesidades primordiales.
2. Selección de las áreas de capacitación que produzcan resultados a corto plazo y que se adapte a las condiciones locales.
3. La enseñanza que debe tomar como parte fundamental en la capacitación, el lenguaje utilizado debe ser fácilmente comprendido por los campesinos, donde se dé una repetición continua de los conceptos que se desean transmitir.
4. Para la evaluación, deben definirse con anterioridad indicadores que midan el grado de impacto del programa tanto por los beneficiarios del Programa como los que están trabajando en dicha área.

## **2.13 METODOLOGIA DE CAPACITACION DE PROEMPRESAH**

El componente de capacitación de Grupos Organizados consiste en diseñar cursos y material didáctico a partir de análisis de necesidades de capacitación, con énfasis en organización y administración básica y en actividades prácticas específicas para cada rubro de producción seleccionado.

La jornada de capacitación impartida se dividió en dos etapas: la primera de investigación de pre-capacitación que se realizó con base en el “Diagnóstico de Necesidades de Capacitación”, la segunda etapa consistió en el diseño y ejecución del curso, cuyo contenido fue elaborado con base en los resultados de la investigación de pre-capacitación.

### **2.13.1 investigación de pre-capacitación**

La investigación de pre-capacitación consistió en la realización de reuniones con los miembros de la junta directiva del grupo, con los que mediante un procedimiento

participativo, se destacó la importancia de la capacitación como complemento de la enseñanza, y para el buen funcionamiento del Programa se aplicó el instrumento “Diagnóstico de Necesidades de Capacitación” del que se realizó un informe, cuyo resultado sirvió como base para el diseño y ejecución del curso (PROEMPRESA; 1997).

### **2.13.2 Diseño y ejecución de los cursos**

Una vez obtenidos los resultados de la investigación de pre-capacitación se diseñó los cursos determinándose los objetivos instruccionales como temas principales, incluyéndose los temas en los que cada grupo reflejaba mayor interés y mayor necesidad de capacitación. También se destinó actividades prácticas de valor agregado y elaboración de marcas (PROEMPRESA, 1997).

### **3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

#### **3.1 DESCRIPCION DEL AREA DE ESTUDIO**

A continuación se hace una descripción del área de estudio para cada uno de los grupos de estudio.

##### **3.1.1 Grupo Unión y Esfuerzo**

El grupo Unión y Esfuerzo se encuentra ubicado en la aldea de Galeras, municipio de Guinope, Departamento de El Paraíso. Las vías de acceso son transitables a lo largo del año y consta de 20 Km. de carretera de tierra en buen estado.

La aldea de Galeras se encuentra a 12 Km. al sudeste de Zamorano, en la cuenca del río Yeguaré. Se localiza a una altura de 800 m.s.n.m., tiene una precipitación anual promedio de 1500 a 2000 mm. Y una temperatura promedio de 23°C. Cuentan con una población total de 664 habitantes que viven en 154 viviendas (Cruz, 1993).

##### **3.1.2 Antecedentes del grupo**

El grupo se fundó en el año 1995, no cuenta aún con personería jurídica. Actualmente el grupo cuenta con seis socias activas, en su totalidad mujeres que realizan los trabajos de producción agroindustrial y comercialización en forma colectiva de jabón de sábila. Las socias del grupo tienen tres años de experiencia en la producción de jabón.

##### **3.1.3 Grupo El Plan**

La Empresa Asociativa EL Plan se encuentra ubicada en la aldea El Plan, municipio de Moroceli, Departamento de El Paraíso. Las vías de acceso son transitables todo el año y consta de 15 Km. de carretera de tierra en buen estado.

La aldea El Plan se localiza a una altura de 900 m.s.n.m., tiene una precipitación anual promedio de 1500 a 1800 mm. Y una temperatura promedio de 21°C. Cuentan con una población total de 87 habitantes en 21 viviendas (Cruz, 1993).

### 3.1.4 Antecedentes del grupo

El grupo cuenta con personería jurídica a partir de 1991. El número de miembros que forman la empresa es de 15 socios activos en su totalidad hombres.

El área total de terreno de la empresa es de 200 manzanas, de éstas 48 son dedicadas a la agricultura. Como empresa cuentan con una experiencia de 13 años de trabajo en agricultura.

### 3.1.5 Grupo COAAL

La Cooperativa Agropecuaria Azacualpa Ltda. se encuentra ubicada en la aldea de Azacualpa, municipio Intibucá, Departamento de Intibucá a 12 Km. de la ciudad de la Esperanza con carretera de tierra transitable todo el año.

Se localiza a una altura de 1980 m.s.n.m., tiene una precipitación anual promedio de 2000 mm. y una temperatura promedio de 15°C a 18°C. Tiene una población total de 413 habitantes en 83 viviendas (Cruz, 1993).

### 3.1.6 Antecedentes del grupo

La Cooperativa fue constituida desde 1980 y actualmente cuenta con 87 socios activos.

Cuenta con título de propiedad de dominio pleno de 353 Ha. de terreno de las que 291 Ha. de topografía semiplana son dedicadas a la producción de papa, maíz y hortalizas, la actividad central del grupo es la producción de papa durante todo el año, adicionalmente se dedican a la comercialización en una tienda de insumos agrícolas y una tienda de consumo.

En el Cuadro 1 se hace una descripción detallada sobre la ubicación, año de fundación, número de socios (as) y el rubro (os) de producción de los tres grupos que se seleccionaron para este estudio.

Cuadro 1. Datos generales de los tres G.O's en estudio atendidos por PROEMPRESAH.

GRUPO	MUNICIPIO	DPTO.	AÑO FUNDA- CION	# SO- CIOS	RUBRO
El Plan	Morocelí	El Paraíso	1991	14	Frijol empacado
Unión y Esfuerzo	Güinope	El Paraíso	1995	6	Jabón de sábila y pan
COAAL	Intibucá	Intibucá	1980	87	Papas empacadas en mallas

Fuente: PROEMPRESAH (1997).

### **3.2 CRITERIOS DE SELECCION DE LOS GRUPOS DE ESTUDIO**

Estos grupos fueron seleccionados bajo los siguientes criterios:

- “Unión y Esfuerzo” y Empresa Asociativa “El Plan”, por la cercanía a Zamorano, lo que facilitó la movilización continua a la sede de los grupos para el monitoreo, la recolección de información y pruebas de los instrumentos.
- Cooperativa Agropecuaria Azacualpa Limitada, COAAL. Se seleccionó este grupo para determinar si la metodología diseñada se adapta y se puede extrapolar a grupos dedicados a otras actividades productivas y con otros niveles en cuanto a infraestructura, organización, número de socios y distancia (poco contacto con Zamorano) a diferencia de los otros dos grupos que recibieron muchas capacitaciones de Zamorano.

### **3.3 RECOLECCION, REVISION Y ANALISIS DE LA INFORMACION**

- El primer paso para diseñar la metodología, fue la revisión de los objetivos instruccionales de capacitación (cursos y talleres) de cada uno de los grupos de estudio y la extracción de las variables a evaluar.
- De los tres grupos de estudio, el grupo “Unión y Esfuerzo” y COAAL recibieron un curso de capacitación y dos talleres, la Empresa Asociativa “El Plan” recibió un curso de capacitación y un taller.

### **3.4 VARIABLES GENERALES EVALUADAS EN LOS GRUPOS**

- A continuación se describe las variables generales que se evaluaron en los grupos:

#### **3.4.1 Grupo: “EL PLAN”**

##### **A. Matemática básica.**

1. Manejo de la calculadora.

##### **B. Preparación y evaluación de proyectos.**

###### **➤ Estudio de mercado**

1. Mercado proveedor.
2. Mercado competidor.
3. Canal de distribución.
4. Uso del formulario de análisis de mercado.
5. Estrategia de comercialización definida.

➤ **Estudio técnico**

1. Paquete tecnológico en producción primaria.
2. Paquete tecnológico en valor agregado.
3. Sistema de funcionamiento de la planta industrial.

➤ **Estudio organizacional y legal**

1. Estructura organizativa.
2. Proceso de toma de decisiones.
3. Planificación de actividades.
4. Requisitos legales para producción y comercialización.
5. Registro y patente de marca.

➤ **Estudio económico-financiero.**

1. Costos de producción primaria.
2. Costos de producción de valor agregado.
3. Costos de mercadeo.
4. Determinación de ganancias.
5. Fuentes de financiamiento.
6. Trámites de financiamiento.

**C. Conservación de los RR.NN y el medio ambiente.**

1. Protección y conservación de agua y bosque.
2. Otras actividades.

**D. Producción**

1. Toma de muestras de suelo.
2. Análisis de resultados de laboratorios.

**E. Participación de mujeres y jóvenes.**

1. Integración de mujeres y jóvenes.

**F. Motivación.**

1. Actividades de motivación de los socios.

**G. Material didáctico**

1. Revisión del material didáctico entregado.

## **H. Efecto multiplicador**

1. Transmisión de conocimientos

### **3.4.2 Grupo: “Unión y Esfuerzo”**

#### **A. Preparación y evaluación de proyectos.**

##### **➤ Estudio de mercado**

1. Mercado proveedor.
2. Mercado competidor.
3. Canal de distribución.
4. Uso del formulario de análisis de mercado.
5. Estrategia de comercialización definida.
6. Estrategia de promoción.

##### **➤ Estudio técnico**

1. Paquete tecnológico en valor agregado.
2. Sistema de funcionamiento de la planta industrial.

##### **➤ Estudio organizacional y legal**

1. Estructura organizativa.
2. Proceso de toma de decisiones.
3. Planificación de actividades.
4. Requisitos legales para producción y comercialización.
5. Registro y patente de marca.

##### **➤ Estudio económico-financiero.**

1. Costos de producción.
2. Determinación de ganancias.
3. Fuentes de financiamiento.
4. Trámites de financiamiento.

#### **B. Conservación de los RR.NN y el medio ambiente.**

1. Protección y conservación de agua y bosque.

#### **C. Motivación.**

1. Actividades de motivación de los socios.

## **D. Material didáctico**

1. Revisión del material didáctico entregado.

## **I. Efecto multiplicador**

1. Transmisión de conocimientos

### **3.5 DISEÑO DEL INSTRUMENTO**

Para el diseño de los instrumentos fue necesario una convivencia con cada grupo participando en las actividades que realizan en su empresa. El tiempo requerido para la convivencia fue de 2 semanas por grupo tomando en cuenta el calendario de actividades de los grupos o la planificación del trabajo que realizan. Es importante destacar que existieron actividades aisladas fuera de las dos semanas dedicadas a cada grupo en las que se participó para tratar de cubrir la mayor cantidad de actividades dentro del proceso de producción. De esta manera se logró seleccionar cuál o cuáles instrumentos aplicar para evaluar los distintos grupos.

### **3.6 APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO Y EVALUACION DE INFORMACION**

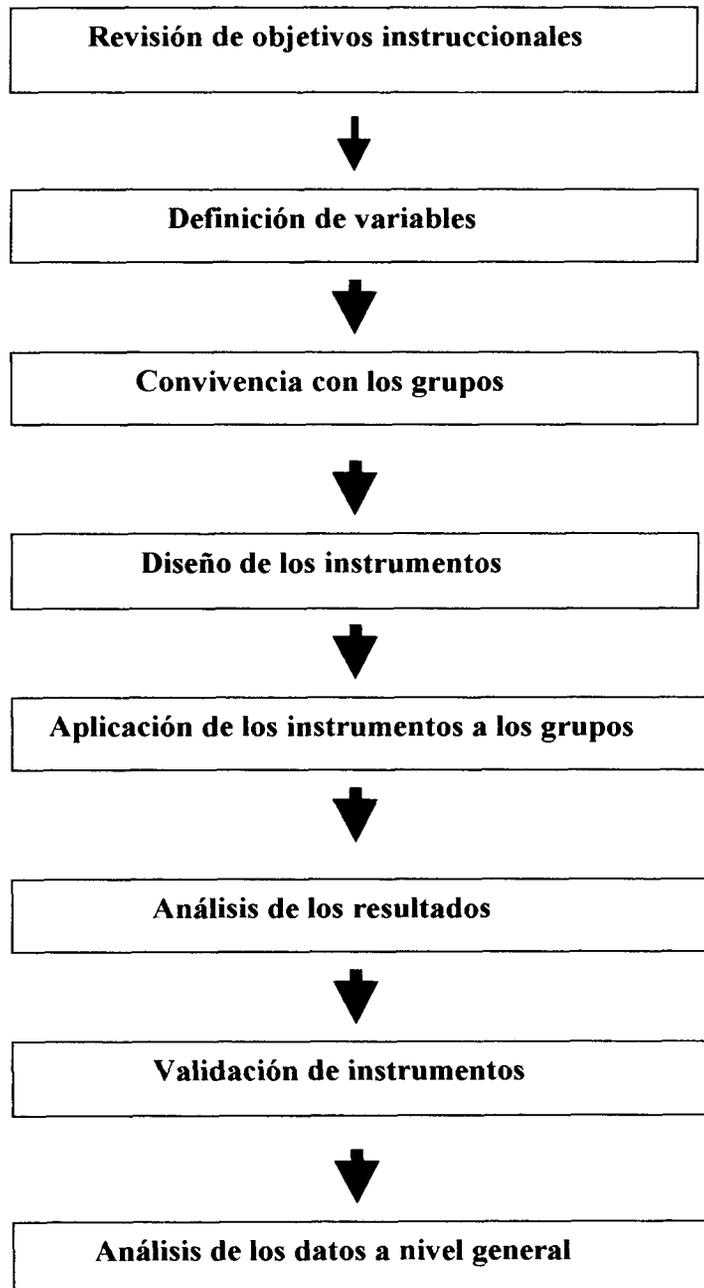
Una vez diseñados los instrumentos, se aplicó a dos de los grupos seleccionados: “Unión y Esfuerzo” y “El Plan”, escogidos para obtener la información requerida y posteriormente analizarla.

El tipo de análisis a utilizar dependió de la naturaleza de la información obtenida con los grupos y de los instrumentos de recopilación de datos que se utilizaron.

Para validar la funcionalidad de los instrumentos y la metodología en sí también se aplicó a un tercer grupo organizado que fue la Cooperativa Agropecuaria Azacualpa Limitada COAAL.

En la Figura 1 muestra un esquema de los pasos que se siguieron para diseñar la metodología de evaluación de impacto.

**Figura 1. Pasos para el diseño de la metodología de evaluación de adopción de la capacitación impartida por PROEMPRESAH.**



300923

El diseño de la metodología se enfocó en tres aspectos generales:

- Aprendizaje de los conocimientos.
- Grado de aplicación de los conocimientos.
- Si fue suficiente lo aprendido.

En los aspectos que se mencionan se asumió que se observaron cambios previstos y no previstos, mismos que fueron influenciados por el medio social o entorno donde se desenvuelve el grupo, la actuación de otras instituciones que brindaron capacitación, el trabajo o actividad que desempeñe el socio dentro del grupo y la actitud positiva hacia el cambio por parte de los destinatarios.

## **4. RESULTADOS Y DISCUSION**

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir de la información recopilada durante el trabajo de campo y se realiza paralelamente la discusión de los mismos. Para un mejor ordenamiento del trabajo, se ha dividido en cuatro fases: diseño del instrumento de evaluación, aplicación del instrumento a los grupos seleccionados para el estudio, diseño del análisis de la información obtenida, procesamiento de la información y evaluación general de la información.

### **4.1 FASE DE DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION**

Como se menciona en la metodología de la investigación, el primer paso para el diseño de los instrumentos de evaluación para medir el grado de adopción de los conocimientos fue definir las variables, obtenidas a partir de los objetivos instruccionales formulados para las diferentes capacitaciones a los G.O's.

A partir de cada variable se formularon preguntas (medios de verificación) para medir el grado de adopción de conocimientos con relación a cada variable, tomando en cuenta los objetivos instruccionales de las capacitaciones.

Con las variables y los medios de verificación se elaboró una encuesta estructurada general que se sometió a su respectivo análisis.

Los medios de verificación de la encuesta general fueron clasificados en dos categorías:

1. Una encuesta estructurada individual para cada socio (Anexo 1) que recibió la capacitación, y
2. Una encuesta semi-estructurada grupal aplicada a la empresa en general (Anexo 2).

Esta clasificación se debe a que la encuesta individual formula preguntas que están enfocadas al conocimiento, capacidad y participación de cada socio con relación a la variable planteada, mientras que la encuesta grupal está enfocada a la aplicación de las variables en su empresa.

Por ejemplo, la variable mercado proveedor, a nivel individual, se pregunta si el socio sabe investigar cómo su empresa podría obtener la materia prima para la planta industrial y si participa en la investigación de la mencionada actividad. La pregunta formulada a nivel de empresa es si la empresa acostumbra a investigar cómo obtener la materia prima para la planta industrial.

La variable de necesidad de fortalecimiento para cada tema de capacitación se incluye en cada una de las encuestas (individual y grupal); posteriormente se analizaron por separado.

La escala de calificación que se utilizó en las encuestas para cada medio de verificación fue del 0 al 2, donde 0 indica que no hay adopción de los conocimientos y habilidades, 1 indica que parte de los conocimientos fueron adoptados y 2 indica que todos los conocimientos impartidos en la capacitación fueron adoptados.

La relación de confianza, las observaciones al trabajo de los grupos y entrevistas a informantes claves que se logró con los dos primeros grupos de estudio (Unión y Esfuerzo y El Plan) ayudó a definir cómo formular las preguntas de la encuesta a cada uno de ellos de tal manera que se comprenda y se obtenga una respuesta acertada. Luego fue complementado y afinado para ser aplicado al tercer grupo de estudio (COAAL).

#### **4.2 FASE DE APLICACION DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION**

La aplicación del instrumento se realizó después de haber transcurrido dos años de la capacitación del grupo organizado.

La encuesta individual se aplicó a cada socio capacitado por PROEMPRESAH. Es importante mencionar que la encuesta individual se aplicó a todos los socios en los grupos de Unión y Esfuerzo y El Plan debido a que todos participaron en la capacitación y algunos en los talleres; en COAAL solo se aplicó la encuesta a los diez socios que recibieron capacitación, la encuesta grupal formulada para la empresa fue aplicada a todo el grupo en el caso de Unión y Esfuerzo por el poco número de socias, en cambio en El Plan y COAAL solo se aplicó a la junta directiva.

El orden establecido para la aplicación del instrumento se muestra en el cuadro 2.

Cuadro 2. Programa de capacitación y aplicación de los instrumentos de evaluación de adopción a cada grupo de estudio.

<b>Grupo de estudio</b>	<b># socios capacitados</b>	<b>FECHAS</b>	
		<b>Capacitación</b>	<b>Aplicación instrumento</b>
Unión y Esfuerzo	6	Diciembre de 1997	19 de Octubre de 1999
El Plan	14	Septiembre de 1997	27 de Octubre de 1999
COAAL	10	Octubre de 1997	15 de Noviembre de 1999

### 4.3 FASE DEL DISEÑO DE ANÁLISIS DE LA INFORMACION

La fase de diseño del análisis de la información se clasificó en dos niveles de análisis :

- Para obtener porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos y que tienen necesidad de fortalecimiento.
- Obtención de un índice de adopción para medir el porcentaje de adopción de los conocimientos y necesidad de fortalecimiento.

Para la tabulación y análisis de la información se utilizó el paquete de computación Microsoft Excel.

En el Cuadro 3 se muestra un ejemplo del procedimiento para la variable paquete tecnológico en valor agregado del grupo Unión y Esfuerzo:

Cuadro 3. Procedimiento matemático para obtener el porcentaje promedio de socios por variable.

<b>VARIABLES O INDICADORES</b>	<b>Número de pregunta</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Paquete tecnológico en valor agregado.	17	6	0	0
	18	6	0	0
	19	5	1	0
	20	5	1	0
	21	5	1	0
	22	1	0	5
	23	0	1	5
	24	0	0	6
	25	0	1	5
	26	0	0	6
	27	0	1	5
	28	0	0	6
	29	0	1	5
<b>Total de respuestas.</b>		28	7	43
<b>Promedio de respuestas.</b>		2.15	0.54	3.31
<b>Porcentaje promedio de socios.</b>		35%	9%	55%

0= No hubo adopción de los conocimientos.

1= Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2= Si hubo adopción de todos los conocimientos.

Para comprender mejor esta fase y el procedimiento realizado a continuación se describe cada uno de los elementos del cuadro 3:

- 1) **VARIABLES.** Son los elementos fundamentales de la investigación, en el estudio también se definen como indicadores para evaluar la adopción de la capacitación. Las variables empleadas en la encuesta individual son las mismas a excepción de cuatro: (fuentes de financiamiento, trámites de financiamiento, protección y conservación de

agua y bosque y otras actividades de protección al medio ambiente) que fueron evaluadas solamente a nivel de empresa (encuesta grupal).

- 2) **Número de pregunta.** El número de preguntas corresponde a cada pregunta o medio de verificación formulados para cada variable (el número de preguntas no es el mismo para cada variable).
- 3) **La escala de calificación (0, 1, 2).** Ayudó a clasificar las respuestas de cada socio y las respuestas de cada grupo para luego ser analizadas. En donde 0 indica que no hubo adopción de los conocimientos, 1 indica que solo ciertos conocimientos fueron adoptados y 2 indica que si hubo adopción de todos los conocimientos.
- 4) **Total de respuestas.** Representa la suma de todas las respuestas de todos los socios clasificadas de acuerdo a la escala de calificación.
- 5) **Promedio de respuestas.** Representa la media obtenida de dividir el total de respuestas entre el número de preguntas de cada variable (en el caso del ejemplo del cuadro 3 se divide entre trece).
- 6) **Porcentaje promedio de socios.** Representa la media obtenida al multiplicar el promedio de respuestas (que es igual al promedio de los socios) por cien y dividir entre el número de socios del grupo.

Pasos a seguir para la obtención del índice de adopción:

- 1) Se multiplicaron los porcentajes promedio de socios ubicados en cada nivel de la escala de calificación por el valor de la escala (0, 1, 2).
- 2) Se sumaron los tres valores obtenidos.
- 3) El valor de la suma total se multiplicó por 100 y se dividió entre 200.

El valor obtenido corresponde al porcentaje de adopción que es un procedimiento matemático de regla de tres simple donde: 200 representa el valor máximo u óptimo de puntaje (si todos los socios hubieran respondido en la escala dos) y 100 representa el máximo índice de adopción.

El porcentaje de adopción está clasificado en tres rangos de acuerdo a:

- Adopción de conocimientos:
  - 0-59 nivel de adopción no satisfactorio.
  - 60-74 nivel de adopción satisfactorio.
  - 75-100 alto nivel de adopción..

- Necesidad de fortalecimiento de los conocimientos:
  - 0-59%. Un bajo porcentaje de los socios necesitan fortalecimiento de los conocimientos.
  - 60%-74%. Un porcentaje medio de los socios necesitan fortalecimiento de los conocimientos.
  - 75%-100%.. Un alto porcentaje de los socios necesitan fortalecimiento de los conocimientos.

Para elaborar la escala de calificación por rangos se tomó como base la evaluación realizada por la Consultora Internacional EQUINOCCIO quien realizó una evaluación de todos los componentes de PROEMPRESAH basado en índices de desempeño.

La escala es aplicable para evaluar la educación no formal.

#### **4.4 FASE DE EVALUACION GENERAL DE LA INFORMACION**

La fase de evaluación general de la información obtenida de los grupos se describe para cada grupo en particular, partiendo de los datos de los anexos 3,4 y 5.

##### **4.4.1 Grupo Unión y Esfuerzo**

El grupo Unión y Esfuerzo no recibió capacitación en el manejo de la calculadora debido a que las socias no manifestaron deficiencias en este aspecto en el análisis de necesidades de capacitación, tampoco se les brindó capacitación en los temas de paquete tecnológico en producción primaria y costos de producción primaria debido a que PROEMPRESAH no apoyó en un principio el área de producción primaria con el grupo.

El Cuadro 4 muestra los resultados obtenidos en las encuestas individuales con relación al porcentaje promedio de socias que adoptaron los conocimientos en diferentes grados de la escala propuesta para la evaluación de cada variable y el cuadro 5 presenta la información obtenida a nivel de empresa.

Cuadro 4. Porcentaje promedio de socias capacitadas del grupo Unión y Esfuerzo que adoptaron en diferentes grados los temas de capacitación.

Temas de capacitación	% de socias en diferentes niveles de adopción			% de adopción de conocimientos
	0	1	2	
Manejo de la calculadora.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Mercado proveedor.	83.3	16.7	0	8.4
Mercado competidor.	66.7	16.6	16.7	25
Canal de distribución.	58.3	25	16.7	29.2
Uso del formulario de análisis de mercado.	33.3	50	16.3	41.2
Estrategia de comercialización.	16.7	45	38.3	60.8
Paquete tecnológico en producción primaria.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Paquete tecnológico en valor agregado.	35	9	55	59.5
Sistema de funcionamiento de la planta industrial.	0	16.7	83.8	92.2
Estructura organizativa.	8.3	41.7	50	70.9
Proceso de toma de decisiones.	16.7	16.7	66.7	75.1
Planificación de actividades.	16.7	0	83.3	83.3
Requisitos legales para produc. y comercialización.	16.7	0	83.3	83.3
Registro de marca y patente.	91.7	0	8.3	8.3
Costos de producción primaria.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Costos de producción de valor agregado.	41.7	25	33.3	45.8
Costos de comercialización.	41.7	33.3	25	41.7
Determinación de ganancias.	16.7	41.7	41.7	62.6
Manejo de registros.	50	16.7	33.3	41.7
Integración de hombres o mujeres.	0	0	100	100
Integración de jóvenes.	16.7	0	83.3	83.3
Actividades de motivación de los socios.	0	0	100	100
Revisión del material didáctico	77.8	22.2	0	11.1
Transmisión de conocimientos.	0	83.3	16.7	58.4

0= No hubo adopción de los conocimientos.

1= Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2= Si hubo adopción de todos los conocimientos.

N.A.= No se aplicó capacitación.

El total de las variables evaluadas en este grupo fueron 21, de las cuales:

- El 43% de las variables presentaron altos porcentajes promedio de socias que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida, dichas variables son: estructura organizativa, paquete tecnológico en valor agregado, proceso de toma de decisiones, integración de jóvenes, planificación de actividades, requisitos legales para la producción y comercialización, sistema de funcionamiento de la planta industrial, actividades de motivación de los socios e integración de hombres.
- El 24% de las variables presentaron en general un porcentaje promedio de socias entre 25% y 41% que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida. Dichas

variables son: costos de comercialización, costos de producción de valor agregado, manejo de registros, estrategias de comercialización y determinación de ganancias.

- El 19% de las variables presentaron en general un porcentaje promedio de socias de 16% que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida. Dichas variables son: uso del formulario de análisis de mercado, canal de distribución, mercado competidor y transmisión de conocimientos.
- El 14% de las variables presentaron bajos porcentajes promedio de socias que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida. Dichas variables son: mercado proveedor, revisión de material didáctico y registro de marca y patente.
- Las socias muestran un alto porcentaje de adopción de los conocimientos en los temas de capacitación que pertenecen al área social y el área organizacional y muestran un porcentaje no satisfactorio de adopción de los conocimientos en al área de comercialización, el área económica financiera y área legal (no muy relevante para PROEMPRESAH debido a que los aspectos legales deben ser tramitados a través de un apoderado legal).

Cuadro 5. Adopción de los temas de capacitación a nivel de empresa del grupo Unión y Esfuerzo.

TEMAS DE CAPACITACION	# preg.	Niveles de adopción			% de adopción de conocimientos
		0	1	2	
Mercado proveedor.	1	x			0
Mercado competidor.	3		x		50
Canal de distribución.	5		x		50
Uso del formulario de análisis de mercado.	7	x			0
Estrategia de comercialización.	9		x		50
	10		x		
Paquete tecnológico en valor agregado.	12			x	77.8
	13			x	
	14			x	
	15			x	
	16			x	
	17			x	
	18			x	
	20	x			
	21	x			
Sistema de funcionamiento de la planta industrial.	23		x		75
	24			x	
Estructura organizativa.	26		x		25
	27	x			
Proceso de toma de decisiones.	29	x			0
	30	x			
	31	x			
Planificación de actividades.	32			x	100
Requisitos legales para produc. y comercialización.	34			x	100
Registro de marca y patente.	35	x			0
Costos de producción de valor agregado.	36			x	100
Costos de comercialización.	40			x	100
Determinación de ganancias.	42			x	100
Manejo de registros.	44		x		50
Fuentes de financiamiento.	46	x			0
Trámites de financiamiento.	47	x			0
	49	x			
Protección y conservación de agua y bosque.	52	x			0
	53	x			
Otras actividades a favor del medio ambiente.	55		x		50
Integración de hombres.	56	x			0
Integración de jóvenes.	58			x	100
Actividades de motivación de los socios.	60	x			50
	61			x	

0- No hubo adopción de los conocimientos.

1- Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2- Si hubo adopción de todos los conocimientos.

En el Cuadro 5 se observa que a nivel de empresa el grupo Unión y Esfuerzo presenta un alto porcentaje de adopción de los conocimientos en el área técnico-productiva (paquete tecnológico en valor agregado), el área económica financiera (manejo de costos en

general), el área organizacional (planificación de actividades e integración de jóvenes) y área legal (requisitos legales para la producción y comercialización).

Presenta un porcentaje no satisfactorio de adopción en el área de comercialización en general, área organizacional (fuentes y trámites de financiamiento) y el área de recursos naturales (protección y conservación de agua y bosque).

**4.4.1.1 Temas de capacitación que muestran mayor adopción en el grupo Unión y Esfuerzo.** En esta sección se muestran los resultados obtenidos en el grupo Unión y Esfuerzo tanto a nivel individual (Cuadro 4) como a nivel de empresa (Cuadro 5) con relación a los temas de capacitación que tuvieron mayor adopción de conocimientos.

### **Estructura organizativa**

A nivel individual en promedio 50% de las socias afirma que tanto la junta directiva como los comités de trabajo funcionan muy bien, el 41.7% de las socias afirman que ambos funcionan satisfactoriamente y el 8.3% (una socia) consideran que las dos funcionan mal.

A nivel de empresa el grupo posee un organigrama con funciones definidas que es del conocimiento de todas las socias a pesar de no estar documentado, las socias manifestaron la necesidad de un reglamento interno para el cumplimiento de las actividades tanto de la junta directiva como el resto de las socias.

### **Paquete tecnológico en valor agregado**

A nivel individual en promedio 55% de las socias afirman tener los conocimientos y habilidades necesarias para el manejo del paquete tecnológico en valor agregado, lo que significa que la mayoría de las socias saben cómo seleccionar los ingredientes para hacer el jabón de sábila, preparar la base del jabón, controlar los factores que afectan la producción de jabón, hacer el control de calidad del producto y siempre participan de cada una de estas actividades.

El 9% de las socias afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para manejar el paquete tecnológico en valor agregado y el 35% considera que no tiene los conocimientos y habilidades necesarias para el manejo de dicho paquete.

A nivel de empresa, Unión y Esfuerzo manifestó que la tecnología en la producción de jabón cambió totalmente después de la capacitación impartida por PROEMPRESAH, debido al cambio de ingredientes en la producción de jabón, obteniendo productos de mejor calidad.

Con PROEMPRESAH aprendieron otra forma de fabricar jabón, este proceso es mucho más efectivo; anteriormente el principal ingrediente que utilizaban era jabón de barra que rallaban y derretían a base de calor agregando la sábila y otras hierbas, produciendo un jabón de mala calidad debido a su alto contenido de soda cáustica (dañina para la piel).

Actualmente en el proceso de elaboración de jabón, ellas preparan la base para el jabón utilizando aceite de palma o de coquito y soda cáustica con lo que obtienen un producto

de calidad debido a que parte del proceso consiste en eliminar la soda cáustica de la base de jabón.

### **Proceso de toma de decisiones**

En promedio 66.7% de las socias afirman que siempre participan en la toma de decisiones sobre las actividades que realiza el grupo o la empresa, el 16.7% de las socias afirma que no siempre participa en la toma de decisiones del grupo y el 16.7% (una socia) considera que no tiene participación en la toma de decisiones debido a que no asiste a las reuniones por atender asuntos familiares.

A nivel de empresa, las socias indican que existe una asamblea general donde se analiza y estudia las ventajas y desventajas de la situación planteada para la toma de decisiones por lo tanto la decisión final se toma en asamblea.

### **Integración de jóvenes**

En promedio 83.3% de las socias afirma que conoce muy bien cuales son las ventajas de la integración de jóvenes en actividades productivas y de procesamiento, el 16.7% manifiesta que no conoce las ventajas de dicha integración.

A nivel de empresa el grupo integra jóvenes a pesar de haber tenido una experiencia negativa con una socia joven que desertó del grupo. Actualmente cuentan con una socia joven, misma que rara vez participa en la elaboración de jabón y reuniones del grupo justificando su ausencia con el hecho que debe atender sus estudios.

En general el grupo motiva la integración de jóvenes como socias para puestos directivos y en actividades de producción, agroindustriales y de comercialización pero las jóvenes del lugar no muestran interés en integrarse a la empresa.

### **Planificación de actividades**

En promedio 83.3% de las socias afirma que siempre participan en la planificación de actividades de producción y procesamiento de la empresa y el 16.7% (una socia) considera que nunca participa de dicha planificación debido a que no asiste a las reuniones por atender asuntos familiares.

A nivel de empresa el grupo planifica las actividades de producción de jabón de acuerdo a la capacidad de su planta, el nivel de demanda y disposición de mano de obra de las socias, todas ellas son responsables de la planificación de cada ciclo de producción a corto plazo.

### **Requisitos legales para la producción y comercialización**

A nivel individual todas las socias afirman que conocen los requisitos sanitarios exigidos por el Ministerio de Salud y afirman que su empresa cumple con ellos.

A nivel de empresa las socias afirman que su empresa cumple con todos los requisitos de sanidad exigidos por el ministerio de salud, es importante mencionar que ellas manifestaron que antes de trabajar con PROEMPRESAH desconocían por completo las leyes sanitarias y por tanto carecían de un registro sanitario.

### **Sistema de funcionamiento de la planta industrial**

En promedio 83.3% de las socias afirman que saben muy bien cómo es el manejo de la planta industrial incluyendo el flujo del proceso de la materia prima, el 16.7% de las socias afirman tener ciertos conocimientos sobre el manejo de la planta industrial.

A nivel de empresa, Unión y Esfuerzo manifestó que todas las socias realizan las actividades en forma rotatoria puesto que conocen muy bien el procedimiento del trabajo.

El grupo no cuenta con un local o edificio propio por lo que el proceso de producción y las reuniones las realizan en la casa de una de las socias quien les alquila el local.

Antes de trabajar con PROEMPRESAH una de las principales limitantes del grupo era la falta de equipo y material de calidad para producir el jabón, sin embargo, el funcionamiento actual de la planta les permite aprovechar al máximo los recursos de la empresa gracias a nuevos equipos que han adaptado a su planta como ser el molde del jabón, material para cortar, empacar y etiquetar el jabón.

### **Actividades de motivación**

A nivel individual 100% de las socias afirman que el grupo muestra un cambio de actitud positivo sobre motivación desde que PROEMPRESAH les apoyó con la producción de jabón.

A nivel de empresa las socias afirman que el grupo no realiza ninguna actividad de motivación en la empresa, pero, manifestaron que desde que comenzaron el trabajo con PROEMPRESAH, el grupo se muestra más optimista y trabajador por la misma visión empresarial que PROEMPRESAH ha promovido entre las socias y la identidad que desarrollo el grupo como empresa a través de todo este proceso.

### **Integración de hombres**

A nivel individual todas las socias afirman conocer las ventajas de la integración de hombres a su empresa, pero no están de acuerdo en integrarlos porque temen que ellos dirijan la empresa.

A nivel de empresa el grupo Unión y Esfuerzo no ha integrado ni quiere integrar hombres como socios en su empresa, sino contratarlos como jornales para que realicen el trabajo que requiere mayor esfuerzo en la producción de jabón.

**4.4.1.2 Temas de capacitación que muestran menor adopción en el grupo Unión y Esfuerzo.** En esta sección se muestran los resultados obtenidos en el grupo Unión y Esfuerzo con relación a los temas de capacitación que tuvieron menor adopción de conocimientos. Los porcentajes que se indican en cada una de las variables se muestran en el cuadro 4 a nivel individual y cuadro 5 a nivel de empresa.

### **Mercado proveedor**

En promedio 16.7% de las socias afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para investigar sobre cómo proveerse de materia prima para la planta industrial y el 83.3% de las socias considera que no tienen los conocimientos y habilidades para investigar el mercado proveedor.

A nivel de empresa a pesar de que fueron capacitadas, las socias no realizaron una investigación sobre cómo proveerse en un futuro de materia prima para su planta industrial de jabón.

Antes de trabajar con PROEMPRESAH el grupo no tenía una parcela destinada a la producción de sábila sino que ésta procedía de las plantas que crecen en forma natural en las casas de las socias o las compraban a los vecinos, actualmente las socias ya cuentan con una pequeña parcela de sábila a pesar de que no se les capacitó en la producción primaria.

El resto de la materia prima (soda cáustica y aceite de palma o coquito) las socias la adquieren en Tegucigalpa con el apoyo del consultor.

### **Revisión del material didáctico**

En promedio el 22.2% de las socias afirman que a veces revisan el material didáctico que se les entregó como parte de la capacitación y el 77.8% manifestó que nunca revisan el material didáctico.

### **Registro de marca y patente**

En promedio 8.3% de las socias afirman que conocen la mayoría de los requisitos que exige el Ministerio de Economía para patentar y registrar una marca, y que además participaron del registro de la marca del producto de su empresa. El 91.7% considera que no conoce cuáles son esos requisitos, ni participó del registro de la marca.

Sobre este tema se debe aclarar que todo el proceso de registro de marca y patente debe realizarlo un apoderado legal contratado por la empresa y las socias solo deben proporcionar la información, muestras del producto y cubrir los gastos de su apoderado legal para el respectivo trámite (anexo 8).

### **Uso del formulario de análisis de mercado.**

En promedio 16.3% de las socias afirma conocer y poder llenar el formulario de análisis de mercado, el 50% de las socias afirma tener ciertos conocimientos y habilidades para el uso del formulario, y 33.3% de las socias considera que no tienen los conocimientos y habilidades necesarias para el uso de formulario de análisis del mercado.

A nivel de empresa el grupo no hace uso del formulario de análisis de mercado, para informarse de los precios hacen viajes a Tegucigalpa y visitan los supermercados y con la ayuda de PROEMPRESAH se informan del precio de los insumos.

### **Transmisión de conocimientos**

En promedio 16.7% de las socias afirman haber transmitido todos los conocimientos recibidos en la capacitación y el 83.3% de las socias afirma haber transmitido ciertos conocimientos al resto de las socias.

### **Estrategias de comercialización**

En promedio 38.3% de las socias afirman tener los conocimientos y habilidades necesarias sobre estrategias de comercialización, el 45% de las socias afirman tener ciertos conocimientos y habilidades sobre estrategias de comercialización y 16.7% de las socias considera que no tienen los conocimientos y habilidades sobre estrategias de comercialización.

A nivel de empresa, el grupo comercializa sus productos en el puesto de ventas de Zamorano, en su aldea y aldeas vecinas, con el apoyo de PROEMPRESAH comercializa a nivel de supermercados en Tegucigalpa.

#### **4.4.2 Grupo El Plan**

En el Cuadro 6 se muestra los resultados obtenidos en las encuestas individuales con relación al porcentaje promedio de socios que adoptaron los conocimientos en diferentes grados de la escala propuesta para la evaluación de cada variable. En el Cuadro 7 se presenta la información a nivel de empresa.

Cuadro 6. Porcentaje promedio de socios capacitados del grupo El Plan que adoptaron en diferentes grados los temas de capacitación.

Temas de capacitación	Niveles de adopción			% de adopción de conocimientos
	0	1	2	
Manejo de la calculadora.	7.6	25.7	66.6	79.5
Mercado proveedor.	71.4	14.3	14.3	21.5
Mercado competidor.	50	17.9	32.1	41.1
Canal de distribución.	25	35.7	39.3	57.2
Uso del formulario de análisis de mercado.	82.1	14.3	3.6	10.8
Estrategia de comercialización.	16.7	43	40.5	62
Paquete tecnológico en producción primaria.	10.7	14.3	75	82.2
Paquete tecnológico en valor agregado.	32.9	18.6	48.6	57.9
Sistema de funcionamiento de la planta industrial	7.1	14.3	78.6	85.8
Estructura organizativa.	0	89.3	10.7	55.4
Proceso de toma de decisiones.	0	0	100	100
Planificación de actividades.	0	0	100	100
Requisitos legales para produc. y comercialización.	7.1	46.4	46.4	69.6
Registro de marca y patente.	92.9	0	7.1	7.1
Costos de producción primaria.	42.9	25	32.1	44.6
Costos de producción de valor agregado.	39.3	28.6	32.1	46.4
Costos de comercialización.	50	32.1	17.9	34
Determinación de ganancias.	50	21.4	28.6	39.3
Manejo de registros.	46.4	21.4	32.1	42.8
Integración de hombres o mujeres.	35.7	21.4	42.9	53.6
Integración de jóvenes.	28.9	7.1	64.3	67.9
Actividades de motivación de los socios.	0	35.7	64.3	82.2
Revisión del material didáctico	82.9	0	16.7	16.7
Transmisión de conocimientos.	64.3	7.14	28.6	32.2

0= No hubo adopción de los conocimientos.

1= Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2= Si hubo adopción de todos los conocimientos.

24 variables fueron evaluadas en el grupo El Plan, de las cuales:

- El 42% de las variables presentaron altos porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida, dichas variables son: integración de mujeres, requisitos legales para la producción y comercialización, paquete tecnológico en valor agregado, integración de jóvenes, actividades de motivación de los socios, manejo de la calculadora, paquete tecnológico en producción primaria, sistema de funcionamiento de la planta industrial, proceso de toma de decisiones y planificación de actividades.
- El 21% de las variables presentaron porcentajes promedio entre 32% y 39% de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación, dichas variables son: mercado competidor, costos de producción de valor agregado, manejo de registros, canal de distribución y costos de producción primaria.
- El 16.7% de las variables presentaron porcentajes promedio entre 16% y 28% de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación, dichas variables son:

revisión del material didáctico, costos de comercialización, determinación de ganancias y transmisión de conocimientos.

- El 16.7% de las variables presentaron bajos porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida, dichas variables son: uso del formulario de análisis de mercado, registro y patente de marca, estructura organizativa y mercado proveedor.
- Los socios muestran un alto porcentaje de adopción de los conocimientos en los temas de capacitación que pertenecen al área social, área técnico productiva (paquete tecnológico en producción primaria y sistema de funcionamiento de la planta industrial), el área de matemática básica (manejo de la calculadora) y el área organizacional (proceso de toma de decisiones y planificación de actividades) y muestran un porcentaje no satisfactorio de adopción de los conocimientos en el área de comercialización, el área económica financiera (manejo de costos en general) y área legal (registro de marca y patente, tema no muy relevante para PROEMPRESA debido a que los aspectos legales deben ser tramitados por un apoderado legal).

Cuadro 7. Adopción de los temas de capacitación a nivel de empresa del grupo EL Plan.

Temas de capacitación	# preg.	Niveles de adopción			% de adopción de conocimientos
		0	1	2	
Mercado proveedor.	1	x			50
Mercado competidor.	3			x	100
Canal de distribución.	5	x			100
Uso del formulario de análisis de mercado.	7	x			100
Estrategia de comercialización.	9	x			75
	10			x	
Paquete tecnológico en producción primaria.	12			x	94.43
	13			x	
	14			x	
	15			x	
	16			x	
	17	x			
	18			x	
	20			x	
	21			x	
Paquete tecnológico en valor agregado.	23			x	100
	24			x	
				x	
Sistema de funcionamiento de la planta industrial.	26		x		50
	27		x		
Estructura organizativa.	29		x		50
	30		x		
Proceso de toma de decisiones.	32			x	100
	33			x	
	34			x	
Planificación de actividades.	35			x	100
Requisitos legales para produc. y comercialización.	37		x		50
Registro de marca y patente.	38			x	100
Costos de producción primaria.	39			x	100
Costos de producción de valor agregado.	41			x	100
Costos de comercialización.	43			x	100
Determinación de ganancias.	45			x	100
Manejo de registros.	47		x		50
Fuentes de financiamiento.	49	x			50
Trámites de financiamiento.	50	x			50
	52	x			
Protección y conservación de agua y bosque.	54	x			50
	55	x			
Otras actividades a favor del medio ambiente.	58	x			50
Integración de hombres.	59	x			50
Integración de jóvenes.	61	x			50
Actividades de motivación de los socios.	63		x		50
	64		x		

0= No hubo adopción de los conocimientos.

1= Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2= Si hubo adopción de todos los conocimientos.

En el Cuadro 7 se observa que a nivel de empresa el grupo El Plan presenta un alto porcentaje de adopción de los conocimientos en el área técnico-productiva (paquete tecnológico en producción primaria y paquete tecnológico en valor agregado), el área de comercialización (mercado competidor, canal de distribución y uso del formulario de análisis de mercado), el área económica financiera (manejo de costos en general), el área organizacional (planificación de actividades y proceso de toma de decisiones) y área legal (registro de marca y patente).

Presenta un porcentaje no satisfactorio de adopción en el área organizacional (fuentes y trámites de financiamiento) y el área de recursos naturales (protección y conservación de agua y bosque).

#### **4.4.2.1 Temas de capacitación que muestran mayor adopción en el grupo El Plan.**

En esta sección se muestra los resultados obtenidos en el grupo El Plan con relación a los temas de capacitación que tuvieron mayor adopción de conocimientos. Los porcentajes que se indican en cada una de las variables se muestran en el Cuadro 6.

#### **Integración de mujeres**

En promedio 42.9% de los socios afirma conocer todas las ventajas sobre la integración de mujeres en la empresa, el 21.4% de los socios afirman tener ciertos conocimientos sobre las ventajas de la integración de mujeres a la empresa y el 35.7% considera que no conocen dichas ventajas.

A nivel de empresa, El Plan no ha integrado a mujeres en su empresa. Los socios manifestaron que lo ideal es integrar a la mujer en el proceso de clasificación de frijol, actividad que ya fue practicada por algunas mujeres de la comunidad en la empresa y en la cual mostraron mejor trabajo que los varones.

#### **Requisitos legales para la producción y comercialización**

A nivel individual en promedio 46.4% de los socios afirma que conocen todos los requisitos sanitarios exigidos por el Ministerio de Salud para la producción y comercialización de frijol, además, afirman que su empresa cumple con esos requisitos. Asimismo el 46.4% de los socios afirman tener ciertos conocimientos de los requisitos sanitarios para la producción y comercialización de frijol y que su empresa no cumple con todos los requisitos exigidos y el 7.1% (un socio) considera que no tienen dichos conocimientos por lo tanto no saben si la empresa cumple o no con todos los requisitos.

Como empresa, El Plan indicó que no cumplían con todos los requisitos sanitarios debido a que la bodega donde ellos almacenan el frijol antes de empacarlo no es aseada continuamente ya que ninguno de los socios permanece allí y solo limpian cuando tienen reuniones de grupo. Por otro lado la bodega permanece libre de todo contaminante químico como ser fertilizantes y pesticidas.

### **Paquete tecnológico en valor agregado**

A nivel individual, en promedio 48.6% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para el manejo del paquete tecnológico en valor agregado, el 18.6% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades sobre el manejo del paquete tecnológico en valor agregado y el 32.9% considera que no tienen los conocimientos y habilidades sobre el manejo de dicho paquete.

A nivel de empresa, El Plan presenta 100% de cambio con relación a las actividades que realizan actualmente para dar valor agregado al frijol desde la limpieza, pulido y clasificado hasta el pesado y empacado.

Los socios manifiestan que este cambio en la manera de vender su producto es beneficioso a largo plazo desde el punto de vista económico, pero la actividad de darle valor agregado al frijol representa mayores costos económicos y éstos no los recuperan en el momento que entregan el frijol empacado sino de dos a tres meses después, tiempo que tardan en cobrar el producto.

### **Integración de jóvenes**

A nivel individual en promedio 64.3% de los socios afirma que conoce todas las ventajas de la integración de jóvenes al proceso productivo de la empresa, el 7.1% de los socios afirman tener ciertos conocimientos sobre el tema y 28.6% de los socios considera que no conocen las ventajas de esta integración.

Los socios de mayor edad del grupo El Plan manifiestan que ellos no rinden lo mismo en el trabajo con relación a un joven por eso quieren integrar a sus hijos en la empresa.

Antes de trabajar con PROEMPRESAH, el grupo no aceptaba que un hijo reemplace a un socio en el trabajo, ahora si un socio no puede ir a trabajar, el grupo acepta en su reemplazo a un hijo de éste.

### **Actividades de motivación de los socios**

A nivel individual, en promedio 64.3% de los socios afirma que si hay un cambio de actitud total de los socios y el 35.7% de los socios afirma que solo ciertos socios han cambiado de actitud y que resto sigue igual.

A nivel de empresa, los socios de El Plan muestran un cambio de actitud sobre motivación y se presenta la misma situación que el grupo Unión y Esfuerzo, están motivados debido a la identidad empresarial que ha desarrollado el grupo desde que comenzó a trabajar con PROEMPRESAH, pero no realizan ningún tipo de actividad para mantener motivados a los socios.

### **Manejo de la calculadora**

En promedio 66.4% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para el manejo de la calculadora, el 25.7% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para manejar la calculadora y el 7.4% considera que no tienen los conocimientos y habilidades necesarias para el manejo de la calculadora.

Es importante mencionar que esta variable solo se formuló en la encuesta individual.

### **Paquete tecnológico en producción primaria**

A nivel individual en promedio 75% de los socios afirma conocer bien el manejo del paquete tecnológico en producción primaria que implica conocer bien lo que es una parcela de pre-producción, análisis de suelo, la toma de muestras para el análisis de suelos, su interpretación y la total participación en dichas actividades; por otra parte el 12.9% de los socios afirma tener solo ciertos conocimientos para el manejo del paquete tecnológico en producción primaria y el 10.7% afirma no tener ningún conocimiento para el manejo del paquete tecnológico en producción primaria.

Como empresa, El Plan manifestó que la tecnología en la producción de sus parcelas cambió después de la capacitación recibida a través de PROEMPRESAH en aspectos como: la preparación del terreno, antes el grupo no araba la tierra o muy rara vez lo hacía; en las parcelas de pre-producción comprobaron que arar la tierra aumenta el rendimiento del frijol en sus parcelas, actualmente hacen todo lo posible por alquilar un tractor para realizar esta actividad.

Cambió la forma de siembra después de la capacitación, anteriormente a pesar de que tenían sembradoras, no las utilizaban porque no sabían cómo hacerlo, en las parcelas de pre-producción aprendieron a calibrarlas y usarlas; con lo que se ahorraron horas de trabajo y realizan una siembra uniforme.

Hubo cambio en la variedad de semilla de frijol, antes utilizaban semillas de variedades criollas como ceda, chile y catrachita, ahora utilizan la variedad Tio Canela, que fue sembrada en las parcelas de pre-producción donde comprobaron que la variedad Tio Canela era más prometedora que la que ellos sembraban por tener mayor rendimiento, resistencia a plagas, resistente a lluvias, uniforme en cuanto a peso, color y tamaño del grano.

También hubo un aumento en la fertilización de las parcelas, antes aplicaban un quintal de fertilizante 12-24-12 por manzana, en ocasiones no fertilizaban. Ahora debido a los rendimientos que se obtuvo en las parcelas de pre-producción utilizan 2,5 quintales de fertilizante 18-46-0 por manzana.

También hubo cambio en el control de plagas, antes no utilizaban químicos y ahora sí lo hacen porque la pérdida de grano por plagas es alto aunque la aplicación resulta complicado por la carencia de agua cerca de las parcelas.

No hubo cambio en el control de malezas, ahora como antes utilizan el azadón para controlar malezas, los socios manifestaron que es muy costoso comprar herbicidas.

Al final el grupo manifestó que la parcela de pre-producción dio excelente resultado en el aprendizaje de nuevas técnicas para la producción de frijol.

### **Sistema de funcionamiento de la planta industrial**

A nivel individual, en promedio 78.6% de los socios afirma conocer el manejo de la planta industrial, el 14.6% de los socios afirman tener ciertos conocimientos para el manejo de la planta industrial y el 7.1% de los socios considera que no conoce sobre el sistema de funcionamiento de la planta industrial.

El grupo posee un local propio en la aldea de El Plan para almacenar el frijol y alquilan otro en Moroceli para realizar las actividades de valor agregado que requiere el frijol, ya que en ese local cuenta con energía eléctrica. Lo que hace que el funcionamiento actual de la planta industrial no les permita aprovechar al máximo los recursos de la empresa porque tiene que trasladar el frijol hasta Moroceli para poder empacarlo lo que implica más mano de obra, mayor tiempo y mayor costo.

A nivel de empresa los socios no cuentan con un equipo adecuado para dar valor agregado a la producción como ser clasificadora, pulidora ni selladora por lo que actualmente deben solicitar prestado el equipo o fabricar uno provisional artesanalmente (la pulidora).

### **Proceso de toma de decisiones**

A nivel individual todos los socios afirman que participan en la toma de decisiones sobre las actividades que se realizan en la empresa.

### **Planificación de actividades**

A nivel individual los socios afirman que todos participan de la planificación de actividades de producción, procesamiento y comercialización del producto.

A nivel de empresa la planificación de actividades se cumple a través de la junta directiva que asigna actividades a cada comité y estos son controlados por el fiscal quien es el encargado de fiscalizar si la actividad planificada por el grupo se está llevando a cabo o no.

El grupo planifica a corto plazo las actividades de producción, valor agregado y comercialización del producto.

**4.4.2.2 Temas de capacitación que muestran menor adopción en el grupo El Plan.** En esta sección se muestra los resultados obtenidos en el grupo El Plan con relación a los temas de capacitación que tuvieron menor adopción de conocimientos. Los porcentajes que se indican en cada una de las variables se muestran en el Cuadro 6.

#### **Uso del formulario de análisis de mercado**

En promedio 3.6% de los socios afirma que conocen y pueden llenar el formulario de análisis de mercado, el 14.3% de los socios afirman tener ciertos conocimientos para el uso del formulario y el 82.1% de los socios considera que no tienen los conocimientos necesarios para utilizar y llenar el formulario de análisis de mercado.

A nivel de empresa, el grupo no hace uso del formulario de análisis de mercado. Sin embargo, para investigar los precios del frijol, ellos manejan la hoja de información de precios y además se informan sobre ello en los constantes viajes a Tegucigalpa cuando se trata de vender el producto a los supermercados o por la radio cuando venden directamente al intermediario.

#### **Registro de marca y patente**

En promedio, 7.1% de los socios conocen los requisitos exigidos por el Ministerio de Economía para registrar y patentar la marca y participó de ello, y el 92.9% considera que no conocen los requisitos ni participó del registro y patente de marca.

Es importante mencionar que todo el proceso de registro de marca y patente debe realizarlo un apoderado legal contratado por la empresa y que los socios solo deben proporcionar la información, muestras del producto y cubrir los gastos al apoderado legal para el respectivo trámite (Anexo 8).

#### **Estructura organizativa**

En promedio 10.7% de los socios afirma que la junta directiva y los comités funcionan muy bien y el 89.3% de los socios afirman que ambos funcionan de manera satisfactoria.

Como empresa, El Plan maneja una estructura organizativa con funciones definidas, donde la asamblea general tiene como responsabilidad tomar las decisiones y la junta directiva se encarga de las actividades gerenciales y administrativas del grupo.

Con respecto a los comités, les falta mejorar en la asignación de responsabilidades a cada comité y que los socios asuman con responsabilidad sus obligaciones, principalmente en el comité de comercialización que últimamente solo quedó un socio de los tres responsables cumpliendo con la obligación de viajar a Tegucigalpa.

La experiencia de El Plan muestra que la actitud de los socios que integran el comité de comercialización desmotiva al resto del grupo, puesto que a los integrantes del comité no les agrada realizar los viajes a Tegucigalpa donde realizan las siguientes actividades:

1. Entregar el producto en las bodegas de los supermercados (actividad que resulta muy tediosa para ellos).
2. Colocar producto en las góndolas de los supermercados y verificar cada ocho días si hay o no producto en las góndolas.
3. Recoger y cobrar los cheques emitidos al grupo por los supermercados (cheques que tardan de dos a tres meses en salir después de la entrega del producto).

Estos factores influyen mucho en el resto de los socios del grupo en la decisión de darle o no valor agregado al producto.

### **Mercado proveedor**

En promedio, 14.3% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para investigar sobre cómo su empresa podría proveerse de materia prima para la planta industrial, el 14.3% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para la investigación del mercado proveedor y el 71.4% considera que no tienen los conocimientos y habilidades para dicha investigación.

Como empresa, El Plan señaló que en el futuro comprarán frijol a los socios. Sin embargo, para esto se presentan dos limitantes, la primera, los socios no siembran la misma variedad de frijol que vende la empresa y segundo, tendría que ampliarse la bodega para aumentar la capacidad de almacenamiento de frijol de la empresa.

### **Estrategia de comercialización**

En promedio 40.5% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para definir estrategias de comercialización, el 43% de los socios afirma tener ciertos conocimientos y habilidades sobre estrategias de comercialización y 16.7% de los socios considera que no tienen los conocimientos y habilidades sobre estrategias de comercialización.

A nivel de empresa, El Plan tiene dos estrategias de comercialización del frijol, la venta a granel al intermediario (coyote) que llega a comprar a la aldea y la venta de frijol empacado a los supermercados en Tegucigalpa.

#### **4.4.3 Grupo COAAL**

En el Cuadro 8 se muestra los resultados obtenidos en las encuestas individuales con relación al porcentaje promedio de socios que adoptaron los conocimientos en diferentes grados de la escala propuesta para la evaluación de cada variable, y el Cuadro 9 presenta la información a nivel de empresa.

Cuadro 8. Porcentaje promedio de socios capacitados del grupo COAAL que adoptaron en diferentes grados los temas de capacitación.

Temas de capacitación	Niveles de adopción			% de adopción de conocimientos
	0	1	2	
Manejo de la calculadora.	0	43.3	56.7	78.4
Mercado proveedor.	95	5	0	2.5
Mercado competidor.	45	30	25	40
Canal de distribución.	75	0	25	25
Uso del formulario de análisis de mercado.	75	25	0	12.5
Estrategia de comercialización.	90	3.3	6.7	8.4
Paquete tecnológico en producción primaria.	36.4	24.5	39.1	51.4
Paquete tecnológico en valor agregado.	70	0	30	30
Sistema de funcionamiento de la planta industrial	0	10	90	95
Estructura organizativa.	5	50	45	70
Proceso de toma de decisiones.	0	0	100	100
Planificación de actividades.	0	0	100	100
Requisitos legales para produc. y comercialización.	20	60	20	50
Registro de marca y patente.	100	0	0	0
Costos de producción primaria.	50	35	15	32.5
Costos de producción de valor agregado.	20	75	5	42.5
Costos de comercialización.	20	80	0	40
Determinación de ganancias.	55	35	10	27.5
Manejo de registros.	90	10	0	5
Integración de hombres o mujeres.	20	10	70	75
Integración de jóvenes.	10	0	90	90
Actividades de motivación de los socios.	0	0	100	100
Revisión del material didáctico	56.6	26.7	16.7	30.1
Transmisión de conocimientos.	10	70	20	55

0- No hubo adopción de los conocimientos.

1- Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2- Si hubo adopción de todos los conocimientos.

Las variables evaluadas en COAAL fueron 24, de las cuales:

- El 37.5% de las variables presentaron altos porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida, dichas variables son: paquete tecnológico en producción primaria, estructura organizativa, manejo de la calculadora, integración de mujeres, sistema de funcionamiento de la planta industrial, integración de jóvenes, proceso de toma de decisiones, planificación de actividades y actividades de motivación de los socios.
- El 29% de las variables presentaron porcentajes promedios entre 15% y 30% de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida, dichas variables son: costos de producción primaria, revisión del material didáctico, requisitos legales para la producción y comercialización, transmisión de conocimientos, mercado competidor, canal de distribución y paquete tecnológico en valor agregado.
- El 33.3% de las variables presentaron bajos porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos de la capacitación impartida, dichas variables son:

En el Cuadro 9 se observa que a nivel de empresa el grupo COAAL presenta un alto porcentaje de adopción de los conocimientos en el área económica financiera (manejo de costos en general), el área organizacional (planificación de actividades y proceso de toma de decisiones) y área legal (registro de marca y patente).

Presenta un porcentaje no satisfactorio de adopción en el área de comercialización en general, en el área organizacional (fuentes y trámites de financiamiento) y el área de recursos naturales (protección y conservación de agua y bosque).

#### **4.4.3.1 Temas de capacitación que muestran mayor adopción en el grupo COAAL.**

En esta sección se muestra los resultados obtenidos en el grupo COAAL con relación a los temas de capacitación que tuvieron mayor adopción de conocimientos. Los porcentajes que se indican en cada una de las variables se muestran en el Cuadro 8.

#### **Paquete tecnológico en producción primaria**

En promedio 39.1% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para el manejo del paquete tecnológico en producción primaria, lo que implica que conocen bien lo que es una parcela de pre-producción, conocen las medidas de seguridad para el manejo de plaguicidas, pueden calibrar la bomba manual, conocen lo que es el análisis de suelos, conocen el proceso de elaboración de papas fritas y además siempre que es necesario participan de dichas actividades, el 24.5% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para el manejo del paquete tecnológico en producción primaria y 36.4% de los socios considera que no tienen esos conocimientos y habilidades.

Cabe mencionar que a los socios se les capacitó para que aprendieran a elaborar papas fritas, pero la elaboración de las mismas no resultó en la sede del grupo por razones de adaptación de la tecnología al clima de la zona.

A nivel de empresa, el grupo manifestó que hubo poco cambio en la tecnología de las parcelas de producción de papa después de la capacitación, a excepción de algunos aspectos.

Como la preparación del terreno, ya que antes solamente araban y ahora al momento de arar aplican cal dolomítica para elevar el pH del suelo, debido a que esta técnica en las parcelas de pre-producción aumentó los rendimientos.

También hubo cambios en la fertilización, antes aplicaban 20 quintales por manzana de 12-24-12, ahora aplican 16 quintales por manzana de 12-24-12, 4 quintales de KCl (cloruro de potasio), 6 quintales de úrea y 3 libras por manzana de fertilizante foliar (20-20-20). Este cambio se dió porque los socios experimentaron mejores rendimientos en las parcelas de pre-producción con el cambio de fertilización.

No hubo cambios en la siembra, ni las variedades de semilla certificada de Holanda que siguen siendo las mismas que sembraban antes de trabajar con PROEMPRESAH (Caesar, Provento y Diamante) ya que éstas variedades se adaptan mejor a la zona.

No hubo cambio en el control de malezas, actividad que realizan manualmente para disminuir los costos, y el control de plagas es mínimo.

En general, el grupo afirmó que la parcela de pre-producción les dio excelentes resultados en el aprendizaje de nuevas técnicas sobre todo en el tratamiento que se da a la tierra antes de sembrar y la fertilización adecuada al cultivo.

### **Estructura organizativa**

En promedio 45% de los socios afirma que tanto la junta directiva como los comités de trabajo funcionan muy bien mientras que el 50% de los socios afirman que funcionan regularmente y 5% de los socios considera que ambos funcionan mal.

COAAL como empresa cuenta con una estructura organizativa, y por ser una Cooperativa tienen estatutos generales de las cooperativas.

### **Manejo de la calculadora**

En promedio 56.7% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para manejar la calculadora y el 43.3% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para manejar la calculadora.

En la entrevista algunos socios de COAAL manifestaron que estos conocimientos lo ponen en práctica en los cálculos de la producción de sus parcelas individuales, a nivel de grupo no lo hacen, según lo manifestado tienen un encargado que realiza todos los cálculos matemáticos.

### **Integración de mujeres**

En promedio 70% de los socios afirma conocer las ventajas de la integración de mujeres a su empresa, el 10% de los socios afirman tener ciertos conocimientos de las ventajas de la integración de mujeres y 20% de los socios considera que no conocen las ventajas de la integración de mujeres.

En COAAL no ha integrado mujeres. Sin embargo, cuando se habló con cada uno de los socios se percibió que no desean integrar a mujeres, esto se debe a que las familias son muy conservadoras y prefieren que la mujer atienda el hogar.

### **Sistema de funcionamiento de la planta industrial**

En promedio 90% de los socios afirma que saben cómo es el manejo de la planta industrial para el empacado de la papa y 10% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para el manejo de la planta.

Como empresa tienen una planta propia que les permite aprovechar al máximo los recursos de la empresa ya que cuentan con suficiente mano de obra de los socios para darle valor agregado al producto.

mercado proveedor, uso del formulario de análisis de mercado, registro de patente y marca, costos de comercialización, manejo de registros, costos de producción de valor agregado, estrategias de comercialización y determinación de ganancias.

- Los socios muestran un alto porcentaje de adopción de los conocimientos en los temas de capacitación que pertenecen al área social (integración de hombres e integración de jóvenes), área técnico productiva (paquete tecnológico (sistema de funcionamiento de la planta industrial), el área de matemática básica (manejo de la calculadora) y el área organizacional (estructura organizativa) y muestran un porcentaje no satisfactorio de adopción de los conocimientos en el área de comercialización, el área económica financiera (manejo de costos en general) y área legal (registro de marca y patente, tema no muy relevante para PROEMPRESAH debido a que los aspectos legales deben ser tramitados por un apoderado legal).

Cuadro 9. Adopción de los temas de capacitación a nivel de empresa del grupo COAAL.

Temas de capacitación	# preg.	Niveles de adopción			%de adopción de conocimientos
		0	1	2	
Mercado proveedor.	1	x			0
Mercado competidor.	3	x			0
Canal de distribución.	5	x			0
Uso del formulario de análisis de mercado.	7	x			0
Estrategia de comercialización.	9	x			0
	10	x			0
Paquete tecnológico en producción primaria.	12		x		30
	13			x	
	14	x			
	15	x			
	16			x	
	17	x			
	18	x			
	19			x	
	20		x		
	21		x		
Paquete tecnológico en valor agregado.	23		x		66.7
	24			x	
	25			x	
Sistema de funcionamiento de la planta industrial.	27			x	50
	28		x		
Estructura organizativa.	30			x	50
	31	x			
Proceso de toma de decisiones.	33			x	100
	34			x	
	35			x	
Planificación de actividades.	36			x	100
Requisitos legales para produc. y comercilización.	38			x	100
Costos de producción primaria	40			x	100
Costos de producción de valor agregado.	42			x	100
Costos de comercialización.	44			x	100
Determinación de ganancias.	46			x	100
Manejo de registros.	48			x	100
Fuentes de financiamiento.	50	x			0
Trámites de financiamiento.	51	x			0
	53	x			
Protección y conservación de agua y bosque.	55	x			0
	56	x			
	57			x	
Otras actividades a favor del medio ambiente.	59	x			0
Integración de hombres.	60	x			0
Integración de jóvenes.	62			x	100
Actividades de motivación de los socios.	64	x			0

0= No hubo adopción de los conocimientos.

1= Solo ciertos conocimientos fueron adoptados.

2= Si hubo adopción de todos los conocimientos.

## **Integración de jóvenes**

En promedio 90% de los socios afirma conocer lo necesario sobre el tema de integración de jóvenes y 10% de los socios considera que no conoce dichas ventajas.

A nivel de empresa COAAL, mucho antes de trabajar con PROEMPRESAH, cuenta con socios jóvenes quienes participan de todas las actividades de la empresa y de la cooperativa en si.

## **Proceso de toma de decisiones**

Todos los socios capacitados afirmaron que participan en la toma de decisiones de la empresa a pesar de ser un grupo muy numeroso.

Cabe hacer notar que COAAL es un Cooperativa y como tal tiene una organización consolidada desde antes de trabajar con PROEMPRESAH donde las decisiones son tomadas por todos los socios (87 socios) en Asamblea General.

## **Planificación de actividades**

Todos los socios capacitados afirman que participan en la planificación de actividades de la empresa. Y como se menciona en la toma de decisiones la planificación también la realizaban desde antes de trabajar con PROEMPRESAH.

## **Actividades de motivación de los socios**

A nivel individual los socios afirman que hubo un cambio total en la actitud de motivación de los socios desde que trabajan con PROEMPRESAH, sin embargo, a nivel de empresa los socios no se muestran muy contentos con las actividades que deben realizar con relación al valor agregado del producto, debido a que no están acostumbrados a lavar, seleccionar, pesar y empacar la papa ni venderla en los supermercados, sobre esto el grupo se muestra muy conservador y apegado a sus actividades tradicionales de comercialización de la papa (la venta al granel al intermediario).

Lo anterior provoca desmotivación en los socios y hace que decidan vender el producto directamente al intermediario.

### **4.4.3.2 Temas de capacitación que muestran menor adopción en el grupo COAAL.**

En esta sección se muestra los resultados obtenidos en el grupo COAAL con relación a los temas de capacitación que tuvieron menor adopción de conocimientos. Los porcentajes que se indican en cada una de las variables se muestran en el Cuadro 6.

## **Mercado proveedor**

A nivel individual en promedio ninguno de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para la investigación sobre cómo proveerse de la materia prima para la planta, el 5% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para

investigar el mercado proveedor y el 95% de los socios considera que no tienen los conocimientos y habilidades necesarias para la investigación del mercado proveedor.

Como empresa al igual que los otros grupos no realizó ninguna investigación sobre cómo proveerse en un futuro de materia prima para su planta. Sin embargo, los socios encuestados manifestaron que están averiguando cómo producir su propia semilla certificada, pues actualmente compran semilla proveniente de Holanda y con relación a los insumos ellos se abastecen de la tienda de insumos que posee la Cooperativa.

### **Uso del formulario de análisis de mercado**

En promedio ninguno de los socios afirma conocer y poder llenar el formulario de análisis de mercado, el 25% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para el uso del formulario y 75% de los socios considera que no tienen los conocimientos y habilidades necesarias para el uso del formulario de análisis de mercado.

A nivel de empresa, el grupo no hace uso del formulario de análisis de mercado pero se mantienen informados del cambio de los precios en el producto a través del SIMPAH (Sistema de Información de Mercado de Productos Agrícolas de Honduras), radio y otros centros de acopio de papa (bodegas, etc.).

### **Registro de marca y patente**

A nivel individual ningún socio conoce los requisitos que exige el Ministerio de Economía para patentar y registrar la marca y ninguno participó en dicha actividad.

Con relación a este tema se repite la misma situación de los dos grupos anteriores (Anexo 8).

### **Costos de comercialización**

En promedio el 80% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades sobre el manejo de los costos de comercialización y 20% afirmó que no tienen los conocimientos y habilidades sobre el manejo de los costos de comercialización.

A nivel de empresa, los socios manifestaron que tienen contratada una persona que se encarga de la contabilidad de la Cooperativa controlada por la Junta Directiva.

### **Manejo de registros**

A nivel individual, en promedio ninguno de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para manejar registros, el 10% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades para el manejo de registros y 90% de los socios considera que no tienen dichos conocimientos y habilidades.

A nivel de empresa, tienen un responsable de registros supervisado también por la junta directiva, debido a esto los socios no se interesan en aprender a manejarlos.

### **Costos de producción de valor agregado**

A nivel individual en promedio 5% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias sobre el manejo de los costos de producción de valor agregado, el 75% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades sobre el manejo de los costos de producción de valor agregado y 20% de los socios considera que no tienen los conocimientos y habilidades sobre dicho tema.

A nivel de empresa, existe un responsable contratado por el grupo que lleva la contabilidad de la empresa y quien rinde cuentas de las entradas y salidas seguido muy de cerca de la junta directiva.

### **Estrategias de comercialización**

En promedio 6.7% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para manejar las estrategias de comercialización, el 3.3% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades sobre estrategias de comercialización y 90% de los socios considera que no tienen los conocimientos y habilidades sobre estrategias de comercialización.

En la práctica el grupo tiene dos estrategias de comercialización de la papa, la venta directa al intermediario y la venta de papa empacada a los supermercados.

Es importante mencionar que por el hecho de que este grupo es muy numeroso existe una alta posibilidad de que los socios que no fueron capacitados sean los que participan en el comité de comercialización y estén encargados de esas actividades de venta y promoción del producto.

### **Determinación de ganancias**

En promedio 10% de los socios afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias sobre la determinación de ganancias, el 35% de los socios afirman tener ciertos conocimientos y habilidades sobre la determinación de ganancias y 55% de los socios considera que no tienen los conocimientos y habilidades sobre la determinación de ganancias de su actividad productiva.

A nivel de empresa, existe un responsable encargado de la contabilidad de la empresa por lo que el nivel de involucramiento de los socios se limita a los que integran la Junta Directiva y éstos posteriormente informan al resto de los socios.

### **Requisitos legales para la producción y comercialización**

A nivel individual 20% de los socios afirma que conoce los requisitos sanitarios exigidos por el Ministerio de Salud y afirman que la empresa cumple con ellos, el 60% de los socios afirma no conocer todos los requisitos y 20% afirman que no conocen los requisitos sanitarios exigidos por el Ministerio de Salud.

A nivel de empresa los socios afirman que su empresa cumple con todos los requisitos de sanidad exigidos por el Ministerio de Salud para empacar papa.

### **Transmisión de conocimientos.**

En promedio, 20% de los socios afirma haber transmitido todos los conocimientos recibidos en la capacitación, el 70% de los socios afirma haber transmitido ciertos conocimientos al resto de los socios y 10% de los socios afirman que no han transmitido los conocimientos adquiridos.

#### **4.4.4 Temas de capacitación que se evaluaron solo a nivel de empresa**

Las variables: fuentes de financiamiento, trámites de financiamiento, protección y conservación de los recursos naturales y otras actividades de protección al medio ambiente fueron tomadas en cuenta solo en la encuesta a nivel de empresa por no considerarlas necesarias a nivel individual.

### **Fuentes de financiamiento.**

De los tres grupos solo COAAL recurrió a financiamiento para su empresa, los socios de Unión y Esfuerzo y El Plan manifestaron que le tienen temor a las deudas con otras instituciones.

### **Trámites de financiamiento.**

De los grupos tres grupos solo COAAL realizó trámites de financiamiento.

El grupo El Plan afirmó que se consideran capaces de llenar una solicitud para financiamiento pero por desición del grupo no se hace por el mismo temor a las deudas.

El grupo Unión y Esfuerzo no realizó ningún trámite.

### **Protección y conservación de agua y bosque.**

#### **Unión y Esfuerzo**

El grupo Unión y Esfuerzo no tiene ninguna actividad concreta para protección de bosque ni de fuentes de agua. Sin embargo, las socias manifestaron que realizan actividades esporádicas de trabajo comunitario relacionadas con el mejoramiento de una piscina y áreas verdes aledañas a sus viviendas con el fin de obtener ingresos con la visita de turistas y demás personas que llegan a Galeras.

#### **El Plan**

El grupo El Plan no realiza ninguna actividad de protección y conservación de agua y bosque.

## **COAAL**

COAAL manifestó que tienen una actividad planificada para construir un vivero de plantas forestales con el fin de delimitar las parcelas.

### **Otras actividades de protección al medio ambiente.**

#### **Unión y Esfuerzo**

Las socias indicaron que la actividad que realizan de protección a favor del medio ambiente es el manejo de desechos de la elaboración del jabón sobre todo desechos de soda cáustica, mismos que son enterrados para evitar contaminación y accidentes.

#### **El Plan**

El Plan manifestó que no realizan ninguna actividad de protección al medio ambiente sin embargo, en la actividad de clasificación de frijol en el proceso de valor agregado, el frijol que no logra calificar para empaque es repartido entre los socios para su consumo.

## **COAAL**

COAAL manifestó que no realizan ninguna otra actividad para proteger al medio ambiente, sin embargo, los socios indicaron que PROEMPRESAH les enseñó a diseñar ropa para protegerse durante la aplicación de productos químicos como insecticidas, etc. y que muchos socios lo ponen en práctica.

## **4.5 NECESIDAD DE FORTALECIMIENTO DE CONOCIMIENTOS EN DISTINTAS AREAS DE CAPACITACION**

A continuación se muestra los resultados obtenidos con relación a la necesidad de fortalecimiento de conocimientos para cada grupo a nivel individual y a nivel de empresa.

Esta pregunta fue planteada para cada variable en las encuestas (individual y grupal) para determinar en que grado los grupos necesitan fortalecer los temas de capacitación brindados por PROEMPRESAH hace dos años.

### **4.5.1 Grupo Unión y Esfuerzo**

**4.5.1.1 Necesidad de fortalecimiento a nivel individual.** En el Cuadro 10 se hace mención de los diferentes grados de necesidad de fortalecimiento de conocimientos a nivel individual de acuerdo a los temas de capacitación impartidos por PROEMPRESAH.

Cuadro 10. Porcentaje promedio de socias que necesitan fortalecimiento de conocimientos a nivel individual del grupo Unión y Esfuerzo.

Temas de capacitación	% de socias que necesitan de fortalecimiento en diferentes niveles			% de necesidad de fortalecimiento de conocimientos
	%mucho	%poco	%nada	
Manejo de la calculadora.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A
Mercado proveedor.	66.8	33.3	0	83.5
Mercado competidor.	66.7	33.3	0	83.4
Canal de distribución.	66.7	33.3	0	83.4
Uso del formulario de análisis de mercado.	16.7	50	33.3	41.7
Estrategia de comercialización.	16.7	33.3	50	33.4
Paquete tecnológico en valor agregado.	0	0	100	0
Estructura organizativa.	16.7	33.3	50	33.4
Planificación de actividades.	16.7	0	83.3	16.7
Costos de producción de valor agregado.	33.3	0	66.7	33.3
Costos de comercialización.	33.3	0	66.7	33.3
Determinación de ganancias.	0	50	50	25
Manejo de registros.	100	0	0	100
Integración de hombres o mujeres.	33.3	33.3	33.3	50
Integración de jóvenes.	33.3	50	16.7	58.3
Actividades de motivación de los socios.	16.6	50	33.3	41.6

N.A= No se aplicó capacitación.

En el grupo Unión y Esfuerzo de acuerdo a la encuesta individual las socias muestran que necesitan mucho fortalecimiento en mercado proveedor, mercado competidor, canal de distribución y manejo de registros. Dichos temas de capacitación se consideran como las debilidades de las integrantes del grupo.

Los temas que necesitan poco fortalecimiento son: uso del formulario de análisis de mercado, determinación de ganancias, integración de jóvenes y actividades de motivación de los socios.

Por otro lado los temas de capacitación que no necesitan fortalecimiento de conocimientos son: paquete tecnológico en valor agregado, planificación de actividades, costos de producción de valor agregado, costos de comercialización y determinación de ganancias, dichos temas de capacitación son considerados como fortalezas de los integrantes del grupo.

Es importante mencionar que ninguna socia afirmó que necesita fortalecimiento de conocimientos en paquete tecnológico en valor agregado con énfasis en la producción de jabón de sábila, pues en la entrevista ellas comentaron que manejan bien estos aspectos a tal grado que habían sido invitadas a Nicaragua para dar una capacitación sobre la elaboración de jabón. Por lo que el manejo del paquete tecnológico en valor agregado representa la mayor fortaleza a nivel de las integrantes del grupo.

En general, las socias muestran un porcentaje bajo de necesidad de fortalecimiento en los temas que pertenecen al área técnico- productiva (paquete tecnológico en valor agregado), el área económica-financiera (manejo de costos en general) y área social.

Presentan un porcentaje no satisfactorio en el área de comercialización (mercado competidor y mercado proveedor)

**4.5.1.2 Necesidad de fortalecimiento a nivel de empresa.** El Cuadro 11 presenta la información sobre los diferentes niveles de necesidad de fortalecimiento de la capacitación impartida por PROEMPRESAH a nivel de empresa del grupo Unión y Esfuerzo.

Cuadro 11. Necesidad de fortalecimiento de la capacitación a nivel de empresa en el grupo Unión y Esfuerzo.

Temas de capacitación	Necesidad de fortalecimiento				% de necesidad de fortalecimiento de conocimientos
	# Preg.	mucho	poco	nada	
Mercado proveedor.	2	x			100
Mercado competidor.	4	x			100
Canal de distribución.	6	x			100
Uso del formulario de análisis de mercado.	8	x			100
Estrategia de comercialización.	11	x			100
Paquete tecnológico en valor agregado.	22			x	0
Sistema de funcionamiento de la planta industrial.	25		x		50
Estructura organizativa.	28	x			100
Planificación de actividades.	33		x		50
Costos de producción de valor agregado.	39	x			100
Costos de comercialización.	41	x			100
Determinación de ganancias.	43	x			100
Manejo de registros.	45	x			100
Fuentes de financiamiento.	48	x			100
Trámites de financiamiento.	50	x			100
Protección y conservación de agua y bosque.	54		x		50
Integración de hombres.	57	x			100
Integración de jóvenes.	59		x		50
Actividades de motivación de los socios.	62		x		50

Como empresa Unión y Esfuerzo indicó que 63% de los temas de capacitación (trece variables de evaluación) planteados en la encuesta grupal necesitan mucho fortalecimiento, entre estos temas o áreas de capacitación están: investigación del mercado competidor y proveedor, canal de distribución, uso del formulario de análisis de mercado, estructura organizativa, costos de producción de valor agregado, costos de

comercialización, determinación de ganancias, manejo de registros, fuentes de financiamiento, trámites de financiamiento. Dichos temas de capacitación se consideran como las debilidades de la empresa.

Si se relaciona los temas de capacitación que necesitan mucho fortalecimiento a nivel individual con los temas de capacitación que necesitan mucho fortalecimiento a nivel de empresa, se observa que a nivel individual las socias solo mencionan cuatro temas (mercado proveedor, mercado competidor, canal de distribución y manejo de registros) mientras que a nivel de empresa mencionan siete temas más, de los cuales dos fueron formulados solo a nivel de empresa (fuentes de financiamiento y trámites de financiamiento) y los demás pueden indicar que sí hay el conocimiento y la capacidad necesaria a nivel individual pero las socias no quieren asumir la responsabilidad por temor a cometer fallas y porque la presidenta y una socia siempre realizan esas actividades.

El grupo indicó que temas como sistema de funcionamiento de la planta industrial, planificación de actividades, protección y conservación de agua y bosque, integración de hombres y jóvenes y actividades de motivación de los socios, que representa 32% de los temas de capacitación impartidos, necesitan poco fortalecimiento.

Solo el tema de capacitación que se relaciona con el paquete tecnológico en valor agregado que representa el 5% de los temas de capacitación impartidos por PROEMPRESAH no necesita fortalecimiento, la producción de jabón representa la principal fortaleza del grupo como empresa.

Con relación al porcentaje de fortalecimiento de los conocimientos a nivel de empresa, el grupo presenta un porcentaje bajo de necesidad de fortalecimiento en las áreas: técnico-productiva, social y de recursos naturales. Las áreas de: comercialización y económica-financiera presentan un porcentaje alto de necesidad de fortalecimiento.

## **4.5.2 Grupo El Plan**

**4.5.2.1 Necesidad de fortalecimiento a nivel individual.** En el Cuadro 12 se hace mención la necesidad de fortalecimiento de conocimientos de acuerdo a los temas de capacitación impartidos por PROEMPRESAH.

Cuadro 12. Porcentaje promedio de socios que necesitan fortalecimiento de conocimientos a nivel individual del grupo El Plan.

Temas de capacitación	% de socias que necesitan de fortalecimiento en diferentes niveles			% de necesidad de fortalecimiento de conocimientos
	% Mucho	%poco	%Nada	
Manejo de la calculadora.	7.1	35.7	57.1	24.95
Mercado proveedor.	50	35.7	14.2	67.85
Mercado competidor.	35.7	28.5	35.7	49.95
Canal de distribución.	7.1	21.4	71.4	17.8
Uso del formulario de análisis de mercado.	85.7	14.3	0	92.85
Estrategia de comercialización.	21.4	50	28.5	46.4
Paquete tecnológico en producción primaria.	21.4	7.1	71.4	24.95
Paquete tecnológico en valor agregado.	14.28	35.7	50	32.13
Estructura organizativa.	14.3	7.1	78.5	17.85
Planificación de actividades.	0	21.4	78.5	10.7
Costos de producción primaria.	21.4	28.5	50	35.65
Costos de producción de valor agregado.	28.6	35.7	35.7	46.45
Costos de comercialización.	21.4	50	28.5	46.4
Determinación de ganancias.	28.6	28.5	42.8	42.85
Manejo de registros.	50	14.2	35.7	57.1
Integración de hombres o mujeres.	35.7	21.4	42.8	46.4
Integración de jóvenes.	28.6	14.2	57.1	35.7
Actividades de motivación de los socios.	0	35.7	64.3	17.85

En el grupo El Plan los temas de capacitación que necesitan mayor fortalecimiento de acuerdo a la encuesta individual son: uso del formulario de análisis de mercado, mercado proveedor y manejo de registros. Dichos temas de capacitación se consideran como las debilidades de los integrantes del grupo.

Los temas de capacitación que necesitan poco fortalecimiento son: estrategias de comercialización y costos de comercialización.

Los temas en los que no necesitan fortalecimiento de conocimientos son: manejo de la calculadora, canal de distribución, paquete tecnológico en producción primaria, estructura organizativa, planificación de actividades, costos de producción primaria, integración de jóvenes y actividades de motivación de los socios. Dichos temas de capacitación representan las fortalezas de los integrantes.

En general, los socios muestran un porcentaje bajo de necesidad de fortalecimiento en todos los temas de capacitación.

**4.5.2.2 Necesidad de fortalecimiento a nivel de empresa.** El cuadro 13 presenta la información sobre los diferentes niveles de necesidad de fortalecimiento de la capacitación impartida por PROEMPRESAH a nivel de empresa del grupo El Plan.

Cuadro 13. Necesidad de fortalecimiento de la capacitación a nivel de empresa en el grupo El Plan

Temas de capacitación	# Preg.	Necesidad de fortalecimiento			% de necesidad de fortalecimiento de conocimientos
		Mucho	Poco	Nada	
Mercado proveedor.	2	x			100
Mercado competidor.	4	x			100
Canal de distribución.	6	x			100
Uso del formulario de análisis de mercado.	8	x			100
Estrategia de comercialización.	11		x		50
Paquete tecnológico en producción primaria	21			x	0
Paquete tecnológico en valor agregado.	25			x	0
Sistema de funcionamiento de la planta industrial	28		x		50
Estructura organizativa.	31		x		50
Planificación de actividades.	36		x		50
Costos de producción primaria	40			x	0
Costos de producción de valor agregado.	42			x	0
Costos de comercialización.	44			x	0
Determinación de ganancias.	46			x	0
Manejo de registros.	48	x			100
Fuentes de financiamiento	51	x			100
Trámites de financiamiento	53	x			100
Protección y conservación de agua y bosque	57	x			100
Integración de hombres.	60	x			100
Integración de jóvenes.	62	x			100
Actividades de motivación de los socios.	65	x			100

A nivel de empresa, los socios de El Plan indicaron que necesitan mucho fortalecimiento de conocimientos en 63% de los temas de capacitación impartidos por el Programa, estos son: investigación del mercado competidor y proveedor, canal de distribución, uso del formulario de análisis de mercado, estrategia de comercialización, estructura organizativa, costos de producción primaria, de valor agregado, de comercialización, determinación de ganancias, manejo de registros, fuentes de financiamiento y trámites de financiamiento. Dichos temas de capacitación se consideran como las debilidades de la empresa y son temas de capacitación que necesitan fortalecimiento a corto plazo por ser mucha la necesidad de fortalecimiento de conocimientos.

Si se relaciona los temas de capacitación que necesitan mucho fortalecimiento a nivel individual con los temas de capacitación que necesitan mucho fortalecimiento a nivel de empresa, se observa que a nivel individual los socios solo mencionan tres temas (mercado proveedor, uso del formulario de análisis de mercado y manejo de registros) mientras que a nivel de empresa mencionan diez temas más, de los cuales dos fueron formulados solo a nivel de empresa (fuentes de financiamiento y trámites de financiamiento) y los demás muestran que existe un conocimiento y la capacidad a nivel individual pero los socios no quieren asumir esa responsabilidad (tal es el caso del manejo de los costos) y algunos se muestran poco colaboradores con el grupo.

El 28% de los temas fueron indicados con poca necesidad de fortalecimiento, estos son: sistema de funcionamiento de la planta industrial, planificación de actividades, protección y conservación de agua y bosque, integración de hombres, integración de jóvenes y actividades de motivación de los socios.

Las fortalezas de la empresa son el manejo del paquete tecnológico en producción primaria y el paquete tecnológico en valor agregado ya que los socios mencionaron que en estos aspectos no necesitan de fortalecimiento ya que la parcela de pre-producción fue un elemento positivo para el grupo y el valor agregado que dan a su producto tuvo un fuerte apoyo de PROEMPRESAH.

Con relación al porcentaje de fortalecimiento de los conocimientos a nivel de empresa, el grupo presenta un porcentaje bajo de necesidad de fortalecimiento en las áreas: técnico-productiva, organizacional y económica-financiera.

Presentan un alto porcentaje de necesidad de fortalecimiento en el área de comercialización en general, el área legal y área de recursos naturales.

### **4.5.3 Grupo COAAL**

**4.5.3.1 Necesidad de fortalecimiento a nivel individual.** En el cuadro 14 se hace mención la necesidad de fortalecimiento de conocimientos a nivel individual de acuerdo a los temas de capacitación impartidos por POREMPRESAH.

Cuadro 14. Porcentaje promedio de socios que necesitan fortalecimiento de conocimientos a nivel individual del grupo COAAL.

Temas de capacitación	% de socios que necesitan de fortalecimiento en diferentes niveles			% de necesidad de fortalecimiento de conocimientos
	% Mucho	% Poco	% Nada	
Manejo de la calculadora.	20	40	40	40
Mercado proveedor.	100	0	0	100
Mercado competidor.	20	50	30	45
Canal de distribución.	80	20	0	90
Uso del formulario de análisis de mercado.	70	30	0	85
Estrategia de comercialización.	70	30	0	85
Paquete tecnológico en producción primaria.	90	10	0	95
Paquete tecnológico en valor agregado.	90	10	0	95
Estructura organizativa.	20	60	20	50
Planificación de actividades.	10	30	60	25
Costos de producción primaria.	20	80	0	60
Costos de producción de valor agregado.	90	10	0	95
Costos de comercialización.	90	10	0	95
Determinación de ganancias.	20	80	0	60
Manejo de registros.	90	10	0	95
Integración de hombres o mujeres.	30	10	60	35
Integración de jóvenes.	20	0	80	20
Actividades de motivación de los socios.	0	10	90	5

Los temas de capacitación de mayor necesidad de fortalecimiento para los socios de COAAL son: mercado proveedor, canal de distribución, uso del formulario de análisis de mercado, estrategias de comercialización, paquete tecnológico en producción primaria, paquete tecnológico en valor agregado, costos de producción de valor agregado, costos de comercialización y manejo de registros. Dichos temas de capacitación se consideran como las debilidades de los integrantes.

Los temas de capacitación de poca necesidad de fortalecimiento para los socios son: mercado competidor, estructura organizativa, costos de producción primaria y determinación de ganancias.

Los temas de capacitación en los que no necesitan fortalecimiento son planificación de actividades, integración de mujeres, integración de jóvenes y actividades de motivación de los socios. Estos temas de capacitación representan las fortalezas de los socios del grupo.

En general los socios de COAAL presentan un bajo porcentaje de necesidad de fortalecimiento de los conocimientos en el área social, el área organizacional, el área de matemática básica y presenta un porcentaje alto de necesidad de fortalecimiento de los conocimientos en el área técnico-productiva y el área económica-financiera

**4.5.3.2 Necesidad de fortalecimiento a nivel de empresa.** El Cuadro 15 presenta la información sobre los diferentes niveles de necesidad de fortalecimiento de la capacitación impartida por PROEMPRESAH a nivel de empresa del grupo COAAL.

Cuadro 15. Necesidad de fortalecimiento de la capacitación a nivel de empresa en el grupo COAAL

Temas de capacitación	# Preg.	Necesidad de fortalecimiento			% de necesidad de fortalecimiento de conocimientos
		Mucho	Poco	Nada	
Mercado proveedor.	2	x			100
Mercado competidor.	4	x			100
Canal de distribución.	6	x			100
Uso del formulario de análisis de mercado.	8	x			100
Estrategia de comercialización.	11	x			100
Paquete tecnológico en producción primaria	21		x		50
Paquete tecnológico en valor agregado.	25		x		50
Sistema de funcionamiento de la planta industrial.	28		x		50
Estructura organizativa.	31	x			100
Planificación de actividades.	36			x	0
Costos de producción primaria	40			x	0
Costos de producción de valor agregado.	42			x	0
Costos de comercialización.	44			x	0
Determinación de ganancias.	46			x	0
Manejo de registros.	48		x		50
Fuentes de financiamiento.	51			x	0
Trámites de financiamiento.	53			x	0
Protección y conservación de agua y bosque.	57			x	0
Integración de hombres.	60			x	0
Integración de jóvenes.	62			x	0
Actividades de motivación de los socios.	65			x	0

Como empresa COAAL muestra que necesitan mucho fortalecimiento en 33% de los temas sobre los que fueron capacitados, estos temas son: mercado competidor y proveedor, canal de distribución, usos del formulario de análisis de mercado, estrategias de comercialización, sistema de funcionamiento de la planta industrial y estructura organizativa. Dichos temas de capacitación se consideran como las debilidades de la empresa.

Si se relaciona los temas de capacitación que necesitan mucho fortalecimiento a nivel individual con los temas de capacitación que necesitan mucho fortalecimiento a nivel de empresa, se observa que a nivel individual los socios solo mencionan cuatro temas (mercado proveedor, canal de distribución, uso del formulario de análisis de mercado y estrategias de comercialización) coincidentes a nivel individual y a nivel de empresa.

A nivel individual los socios manifiestan necesitar fortalecimiento en el manejo de costos en general y manejo de registros debido a que existe un responsable contratado por el grupo para realizar este trabajo mientras que a nivel de empresa no surge esta necesidad por el mismo hecho de que hay un responsable.

La empresa necesita poco fortalecimiento en 15% de los temas de capacitación impartidos: paquete tecnológico en producción primaria, paquete tecnológico en valor agregado y manejo de registros.

Por último, no necesitan fortalecimiento en 52% de los temas de capacitación, esto incluye todo lo relacionado con la determinación de los costos pues como empresa consolidada tienen una persona que se encarga de toda la parte contable y ellos no ven como prioridad aprender sobre estos temas. Dichas variables representan la fortaleza del grupo como empresa, misma que ellos tenían incluso antes de trabajar con PROEMPRESAH.

En general a nivel de empresa el grupo COAAL presenta un bajo porcentaje de necesidad de fortalecimiento en el área técnico-productiva, el área económica-financiera, en el área legal, el área de recursos naturales y el área social. En el área de comercialización en general presenta un porcentaje alto de necesidad de fortalecimiento de los conocimientos.

## **5. CONCLUSIONES**

Las principales conclusiones derivadas de este estudio están clasificadas en tres aspectos: sobre el diseño de la metodología de evaluación, sobre la implementación de la metodología propuesta y sobre los grupos.

### **Sobre el diseño de la metodología de evaluación:**

1. El diseño de la metodología se basa en la determinación de indicadores para cada componente de la capacitación a evaluar y trata de verificar la adopción de los conocimientos de los temas de capacitación impartidos en la capacitación con base en los resultados obtenidos.
2. Los objetivos instruccionales formulados por PROEMPRESAH para las capacitaciones fue de vital importancia para definir claramente los indicadores a evaluar para medir el grado de adopción de los conocimientos.
3. La clasificación de los instrumentos de evaluación en individual y grupal permitió evaluar tanto la situación de los integrantes de los grupos como de las empresas en sí.
4. La validación de la metodología en un tercer grupo permite concluir que el instrumento de evaluación es válido para medir el grado de adopción de la capacitación en otros grupos e incluso otros proyectos.

### **Sobre la implementación de la metodología:**

1. La aplicación del instrumento de evaluación de capacitación después de haber transcurrido dos años de brindada esta, constituyó un factor determinante en los resultados de la evaluación porque es un lapso de tiempo adecuado que permitió evaluar lo que realmente quedó de la capacitación impartida a los socios.
2. La metodología empleada para la evaluación de adopción estuvo enfocada directamente en la participación de los socios de los distintos grupos, de esta manera el estudio se enriqueció con datos que no podrían haberse obtenido sin su participación.

**Sobre los grupos:**

Con relación al grado de adopción de los conocimientos impartidos en la capacitación a nivel individual:

1. Los temas de capacitación sobre sistema de funcionamiento de la planta industrial, proceso de toma de decisiones, planificación de actividades y actividades de motivación de los socios presentan un alto porcentaje de adopción de conocimientos impartidos en la capacitación.
2. Los temas de capacitación de mercado proveedor, mercado competidor, canal de distribución, uso del formulario de análisis de mercado, paquete tecnológico en valor agregado, registro de marca y patente, costos de producción de valor agregado, costos de comercialización, manejo de registros en los tres grupos presentan un nivel no satisfactorio de adopción de conocimientos impartidos en la capacitación.
3. De los tres grupos de estudio a nivel individual, el que demuestra tener una mayor adopción de los conocimientos impartidos en la capacitación es el grupo Unión y Esfuerzo y el que demuestra tener menor adopción de los conocimientos es el grupo COAAL.
4. El número de socios que lograron un efecto multiplicador de los conocimientos adquiridos en la capacitación y los que consultan el material didáctico entregado en la capacitación es bajo.

Con relación al grado de adopción de los conocimientos impartidos en la capacitación a nivel de empresa:

1. Los temas de capacitación que mostraron un alto porcentaje de adopción de los conocimientos a nivel de empresa en los tres grupos son: planificación de actividades, costos de producción de valor agregado, costos de comercialización y determinación de ganancias.
2. Los temas de capacitación que mostraron un porcentaje no satisfactorio de adopción de los conocimientos a nivel de empresa en los tres grupos son: mercado proveedor, estructura organizativa, fuentes de financiamiento, trámites de financiamiento, protección y conservación de agua y bosque, otras actividades a favor del medio ambiente, integración de hombres o mujeres y actividades de motivación.
3. En el área de producción primaria y valor agregado los grupos muestran que tienen conocimiento de las técnicas adecuadas para la producción de los rubros específicos.
4. Las parcelas de pre-producción en general dieron buenos resultados en el aprendizaje de nuevas técnicas en los grupos que se capacitó sobre el manejo del paquete tecnológico en producción primaria (El Plan y COAAL).

5 A pesar del énfasis de PROEMPRESAH en la comercialización de productos con valor agregado esta área resulta ser en los tres grupos la mayor debilidad de la empresa por las siguientes razones:

- Los grupos dependen en gran medida del apoyo de los consultores para la comercialización a nivel de supermercados.
- Algunos socios muestran desmotivación porque el darle valor agregado al producto implica más tiempo y más trabajo.
- Los cobros de las ventas a los supermercados los realizan dos a tres meses después de entregado el producto.
- Los integrantes de los comités de comercialización no asumen la responsabilidad de las actividades que se les asignan.

6 En el área de comercialización las empresas no realizan investigación del mercado proveedor, investigación del mercado competidor ni hacen uso del formulario de análisis de mercado y se informan del cambio de precios a través de SIMPAH (Sistema de Información de Mercado de productos Agrícolas de Honduras), radio y visitas a Tegucigalpa. Sin embargo muchos de los parámetros relacionados con estos temas son realizados por los socios de manera informal.

7 Los comites formados en los grupos no se involucran a fondo en las actividades que les corresponde desempeñar.

8 Los grupos no realizan actividades de protección y conservación de agua y bosque sin embargo, es claro observar en los grupos la relevancia que dio PROEMPRESAH al manejo de desechos y residuos ya que realizan un buen manejo de los desechos de los plaguicidas (El Plan y COAAL) y desecho de residuos tóxicos (Unión y Esfuerzo).

Con relación a la necesidad de fortalecimiento de los conocimientos a nivel individual:

1. Los temas de capacitación con un bajo índice de necesidad de fortalecimiento en los tres grupos son: estructura organizativa, planificación de actividades, integración de hombres o mujeres, integración de jóvenes y actividades de motivación de los socios.

Con relación a la necesidad de fortalecimiento de los conocimientos a nivel de empresa:

1 Los temas de capacitación que presenta un bajo índice de necesidad de fortalecimiento en los tres grupos son: paquete tecnológico en valor agregado, sistema de funcionamiento de la planta industrial y planificación de actividades.

- 2 Los temas de capacitación que presentan un alto índice de necesidad de fortalecimiento en los tres grupos son: mercado proveedor, mercado competidor, canal de distribución y uso del formulario de análisis de mercado.

## **6. RECOMENDACIONES**

### **- Para el diseño de la metodología de evaluación:**

1. Los rangos de aceptación o rechazo de los indicadores de adopción de los conocimientos de la capacitación pueden replantearse de manera que sean más específicos y permita obtener más información de los grupos.
2. Complementar el instrumento de evaluación con observaciones al trabajo que desempeñan los grupos dentro de sus empresas y entrevistas con informantes claves de los grupos, documentos ilustrativos (fotos, videos, etc. ) de los grupos que muestre el avance de las empresas.
3. Complementar la evaluación de adopción con una caracterización socio-económica de los participantes de la capacitación para realizar un análisis de relación con su nivel de adopción de los conocimientos.
4. Realizar un estudio más profundo del impacto de la capacitación en los grupos o complementarlo con la influencia del impacto de otras capacitaciones impartidas ya sea por Zamorano o por otras instituciones y la influencia del entorno político, económico, social, cultural y tecnológico que conlleva a un cambio en los grupos

### **- Para la implementación de la metodología:**

1. Es necesario que el evaluador logre un grado de confianza con los grupos a evaluar ya que de esto depende que los resultados se aproximen lo más que puedan a la realidad o situación actual del grupo.

### **- Para PROEMPRESAH**

1. Implementar un sistema de evaluación de adopción de la capacitación a los G.O's como parte de las propuestas de capacitación del Programa a organismos internacionales.
2. Aplicar la metodología de evaluación de adopción a los demás grupos capacitados de PROEMPRESAH.
3. Diseñar un plan de fortalecimiento de conocimientos para los socios de los G.O's. en aspectos de mercadeo, manejo de costos y manejo de registros.

4. Entregar una carpeta de material didáctico completa por empresa para ser consultado por cada socio si lo necesita.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- BUNCH, R. 1982. Dos mazorcas de maíz; una guía para el mejoramiento agrícola orientado hacia la gente. 2 ed. Tegucigalpa, Honduras. 268 p.
- CEESTEM. 1982. La educación no formal en México: Un análisis de sus metodologías. 2 ed. D.F., México.
- CELORIO, E. 1992. Sistema de capacitación campesina para Programas de Desarrollo Rural. COSUDE. Honduras. 125 p.
- CELORIO, E. 1979. La participación campesina en los programas de desarrollo rural. CEDEPAS- FEST. D.F., México. 184 p.
- CCI. 1988. Manual de la organización, presentación y evaluación de actividades de capacitación. Ginebra. 45 p.
- CRUZ, A. 1993. Monografía de Honduras. Dirección general de estadísticas y censos. Tegucigalpa, Honduras. 81 p.
- FAO. 1980. Evaluación de proyectos, programas y actividades de capacitación: Diseño. Roma, Ita. 66 p.
- FAO. 1984. Pautas para la evaluación de proyectos de cooperación técnica. Manual de consulta. 2 ed. Ill, U.S.A. 50 p.
- FAO. 1995. Guía para la preparación de cursos de capacitación. 4ta. Ed. Oficina regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Santiago, Chile. 148 p.
- FAO-INA-PNUD. 1980. La evaluación de proyectos, programas y actividades de capacitación: Diseño. Programa de ediciones y divulgación. Tegucigalpa, Honduras. 137 p.
- FRIEDMAN, P.G., YARBROUGH, E.A. 1995. Training Strategies from Start to Finish, prentice-Hall.

- GARIBAY, F., LARA, P., ACUÑA, L. 1981. La evaluación en los cursos de capacitación: Principios, técnicas e instrumentos. INCA-RURAL. México.
- MAGER. 1995. Preparing Instrucciona Objectives, a classic programmed learning guide to writing.
- PALENCIA, I. 1997. Diseño de una metodología de extensión para la comunidad de la Lima, Tatumbla, F.M. Honduras. 59 p.
- PAREDES DE RENDON, L.M., MURCIA, E. 1987. Seminario Taller Sobre Evaluación. Primera unidad. Evaluación de los conceptos de evaluación. Bogotá, Colombia. Unidad Universitaria del sur de Bogotá. 156 p.
- PICHARDO, A. 1989. Evaluación del impacto social. Editorial de la Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. 291 p.
- PNUD-FAO. 1987. Desarrollo rural y capacitación: una propuesta metodológica alternativa. México.
- PROEMPRESAH. 1997. Carpetas de control de los grupos (sin publicación). Escuela Agrícola Panamericana El Zamorano, Honduras.
- RIECKEN. 1987. Una metodología para sistematizar experiencias de capacitación. San José, Costa Rica. 216 p.
- RODRIGUEZ, I. 1995. Evaluación de dos modalidades de capacitación y seguimiento de plaguicidas con pequeños agricultores. Tesis Ing. Agr. Tegucigalpa, Honduras. Escuela Agrícola El zamorano. Honduras. 91 p.
- SUSCHMAN. 1987. Tendencias de la educación de adultos en América Latina: una tipología orientada a la evaluación cualitativa. Pátzcuaro, México. 166 p.

## **8. ANEXOS**

Anexo 1. Formato de la encuesta individual aplicada a los socios de los tres grupos de estudio.

### GRUPO “UNION Y ESFUERZO”

NOMBRE \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_ CARGO \_\_\_\_\_  
GRADO ESCOLAR \_\_\_\_\_

MEDIOS DE VERIFICACION	0	1	2
1. Sabe investigar sobre cómo su empresa podría conseguir la materia prima para la planta industrial.	No	Poco	Bastante
2. Participa en la investigación sobre cómo podría conseguir materia prima para la planta industrial	Nunca	A veces	Siempre
3. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
4. Sabe cómo hacer una investigación de la competencia que tiene su empresa.	No	Poco	Bastante
5. Participa en la investigación de la competencia que tiene su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
6. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
7. Sabe cómo hacer una investigación sobre la manera de distribuir el prod. en los dif. mercados	No	Poco	Bastante
8. Participa en la distribución del producto.	Nunca	A veces	Siempre
9. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
10. Conoce el formulario de “análisis de mercado”.	No	Poco	Si
11. Puede llenar el formulario de “análisis de mercado”.	No	Poco	Bastante
12. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
13. Sabe cómo vender el producto de la empresa.	No	Poco	Bastante
14. Sabe cómo dar a conocer el producto en los mercados (promoción).	No	Poco	Bastante
15. Participa en dar a conocer el producto en los mercados.	Nunca	A veces	Siempre
16. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
17. Sabe cómo escoger los ingredientes para hacer el jabón.	No	Poco	Bastante
18. Participa de la selección de los ingredientes.	Nunca	A veces	Siempre
19. Sabe cómo preparar la base de jabón.	No	Poco	Bastante
20. Participa de la preparación de la base para el jabón.	Nunca	A veces	Siempre
21. Sabe cómo hacer un control de los factores que afectan la producción de jabón (T°, H, etc)	No	Poco	Bastante
22. Usted hace el control de los factores que afectan la producción dentro de la empresa	Nunca	A veces	Siempre
23. Sabe cómo hacer un control de calidad al jabón.	No	Poco	Bastante
24. Participa en hacer el control de calidad del jabón.	Nunca	A veces	Siempre
25. Participó en el diseño de la etiqueta	No		Si
26. Participó en la selección del nombre del producto	No		Si
27. Participa en las negociaciones con los supermercados	Nunca	A veces	Siempre
28. Participa en la entrega del producto	Nunca	A veces	Siempre
29. Participa en la fijación del precio del producto	Nunca	A veces	Siempre
30. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
31. Sabe cómo es el manejo de la planta industrial.	No	Poco	Bastante
32. Cómo funciona la junta directiva.	Mal	Regular	Bien
33. Cómo funcionan los comites.	Mal	Regular	Bien
34. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
35. Participa en la toma de decisiones sobre las actividades a realizar.	Nunca	A veces	Siempre

## Anexo 1. Continuación.

<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
36. Participa en la planificación de actividades de producción y procesamiento.	Nunca	A veces	Siempre
37. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
38. Conoce los requisitos sanitarios exigidos por el ministerio de salud.	No	Poco	Bastante
39. Su empresa cumple con los requisitos sanitarios.	No	Poco	Bastante
40. Conoce los requisitos exigidos por el ministerio de economía para patentar y registrar la marca	No	Poco	Bastante
41. Participó del registro de la marca de su empresa.	No		Si
42. Puede calcular los costos de producción del jabón.	No	Poco	Bastante
43. Calcula los costos de producción del jabón dentro de la empresa.	Nunca	A veces	Siempre
44. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
45. Puede calcular los costos de valor agregado del producto.	No	Poco	Bastante
46. Calcula los costos de valor agregado del producto en su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
47. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
48. Puede calcular los costos de venta de la producción.	No	Poco	Bastante
49. Calcula los costos de venta dentro de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
50. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
51. Sabe calcular las ganancias de su empresa.	No	Poco	Bastante
52. Calcula las ganancias dentro de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
53. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
54. Sabe llenar registros.	No	Poco	Bastante
55. Participa en el llenado de los registros de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
56. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
57. Conoce las ventajas de la integración de hombres al grupo.	No	Poco	Bastante
58. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
59. Conoce las ventajas de la integración de jóvenes al grupo.	No	Poco	Bastante
60. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
61. El grupo muestra un cambio de actitud sobre motivación.	No	Poco	Bastante
62. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
63. Después de la capacitación revisó el material didáctico que se le entregó durante la capacitación	Nunca	A veces	Siempre
64. Utilizó el material didáctico para reuniones de grupo.	Nunca	A veces	Siempre
65. Ese material lo utilizó para capacitar otros socios u otras personas en la comunidad.	Nunca	A veces	Siempre
66. Transmitió lo aprendido en la capacitación al resto del grupo.	No	Poco	Bastante

## Anexo 1. Continuación.

**GRUPO “EL PLAN”**

**NOMBRE** \_\_\_\_\_ **EDAD** \_\_\_\_\_ **CARGO** \_\_\_\_\_  
**GRADO ESCOLAR** \_\_\_\_\_

<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
1. Conoce el funcionamiento de la calculadora	No	Poco	Bastante
2. Hace uso de la calculadora	Nunca	A veces	Siempre
3. puede realizar operaciones de suma, resta ,multiplicación y división	No	Poco	Bastante
4. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema	Mucho	Poco	Nada
5. Sabe investigar sobre cómo su empresa podría conseguir la materia prima para la planta ind.	No	Poco	Bastante
6. Participa en la investigación sobre cómo podría conseguir materia prima su empresa para la planta industrial.	Nunca	A veces	Siempre
7. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
8. Sabe cómo hacer una investigación de la competencia que tiene su empresa	No	Poco	Bastante
9. Participa en la investigación de la competencia que tiene su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
10. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
11. Sabe cómo hacer una investigación sobre la manera de distribuir el producto en los diferentes mercados.	No	Poco	Bastante
12. Participa en la distribución del producto.	Nunca	A veces	Siempre
13. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
14. Conoce el formulario de “análisis de mercado”.	No	Poco	Si
15. Puede llenar el formulario de “análisis de mercado”.	No	Poco	Bastante
16. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
17. Sabe cómo vender el producto de la empresa.	No	Poco	Bastante
18. Sabe cómo dar a conocer el producto en los mercados (promoción).	No	Poco	Bastante
19. Participa en dar a conocer el producto en los mercados.	Nunca	A veces	Siempre
20. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
21. Conoce lo que es una parcela de pre-producción.	No	Poco	Bastante
22. Dio buen resultado la parcela de pre-producción en el aprendizaje de nuevas técnicas	No	Poco	Bastante
23. Conoce lo que es un análisis de suelo.	No	Poco	Bastante
24. Puede tomar muestras para el análisis de suelos.	No	Poco	Bastante
25. Puede interpretar los resultados del análisis de suelo.	No	Poco	Bastante
26. Participa de la toma de muestras para hacer el análisis de suelo.	Nunca	A veces	Siempre
27. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
28. Participó en el diseño de la etiqueta.	No		Si
29. Participó en la selección del nombre del producto.	No		Si
30. Participa en las negociaciones con los supermercados.	Nunca	A veces	Siempre
31. Participa en la entrega del producto.	Nunca	A veces	Siempre
32. Participa en la fijación del precio del producto.	Nunca	A veces	Siempre

## Anexo 1. Continuación.

<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
33. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
34. Sabe cómo es el manejo de la planta industrial.	No	Poco	Bastante
35. Cómo funciona la junta directiva.	Mal	Regular	Bien
36. Cómo funcionan los comites.	Mal	Regular	Bien
37. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
38. Participa en la toma de decisiones sobre las actividades a realizar.	Nunca	A veces	Siempre
39. Participa en la planificación de actividades de producción y procesamiento.	Nunca	A veces	Siempre
40. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
41. Conoce los requisitos sanitarios exigidos por el ministerio de salud.	No	Poco	Bastante
42. Su empresa cumple con los requisitos sanitarios.	No	Poco	Bastante
43. Conoce los requisitos exigidos por el Ministerio de Economía para patentar y registrar la marca	No	Poco	Bastante
44. Participó del registro de la marca de su empresa.	No		Si
45. Puede calcular los costos de producción de las parcelas.	No	Poco	Bastante
46. Calcula los costos de producción de las parcelas dentro de la empresa.	Nunca	A veces	Siempre
47. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
48. Puede calcular los costos de valor agregado del producto.	No	Poco	Bastante
49. Calcula los costos de valor agregado del producto en su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
50. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
51. Puede calcular los costos de venta de la producción.	No	Poco	Bastante
52. Calcula los costos de venta dentro de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
53. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
54. Sabe calcular las ganancias de su empresa.	No	Poco	Bastante
55. Calcula las ganancias dentro de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
56. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
57. Sabe llenar registros.	No	Poco	Bastante
58. Participa en el llenado de los registros de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
59. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
60. Conoce las ventajas de la integración de mujeres al grupo.	No	Poco	Bastante
61. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
62. Conoce las ventajas de la integración de jóvenes al grupo.	No	Poco	Bastante
63. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
64. El grupo muestra un cambio de actitud sobre motivación.	No	Poco	Bastante
65. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
66. Después de la capacitación revisó el material didáctico que se le entregó durante la capacitación	Nunca	A veces	Siempre
67. Utilizó el material didáctico para reuniones de grupo.	Nunca	A veces	Siempre
68. Ese material lo utilizó para capacitar otros socios en la comunidad.	Nunca	A veces	Siempre
69. Transmitió lo aprendido en la capacitación al resto del grupo.	No	Poco	Bastante

## Anexo 1. Continuación.

**GRUPO COAAL**

**NOMBRE** \_\_\_\_\_ **CARGO** \_\_\_\_\_  
**EDAD** \_\_\_\_\_ **GRADO ESCOLAR** \_\_\_\_\_

<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
1. Conoce el funcionamiento de la calculadora	No	Poco	Bastante
2. Hace uso de la calculadora	Nunca	A veces	Siempre
3. Puede realizar operaciones de suma, resta ,multiplicación y división	No	Poco	Bastante
4. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema	Mucho	Poco	Nada
5. Sabe investigar sobre cómo su empresa podría conseguir la materia prima para la planta industrial	No	Poco	Bastante
6.Participa en la investigación sobre cómo podría conseguir materia prima su empresa	Nunca	A veces	Siempre
7. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
8. Sabe cómo hacer una investigación de la competencia que tiene su empresa.	No	Poco	Bastante
9. Participa en la investigación de la competencia que tiene su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
10. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
11. Sabe cómo hacer una investigación sobre la manera de distribuir el producto en los dif. mercado	No	Poco	Bastante
12. Participa en la distribución del producto.	Nunca	A veces	Siempre
13. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
14. Conoce el formulario de “análisis de mercado”.	No	Poco	Si
15. Puede llenar el formulario de “análisis de mercado”.	No	Poco	Bastante
16. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
17. Sabe cómo vender el producto de la empresa.	No	Poco	Bastante
18. Sabe cómo dar a conocer el producto en los mercados (promoción).	No	Poco	Bastante
19. Participa en dar a conocer el producto en los mercados.	Nunca	A veces	Siempre
20. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
21. Conoce lo que es una parcela de pre-producción.	No	Poco	Bastante
22. Dio buen resultado la parcela de pre-producción en el aprendizaje de nuevas técnicas	No	Poco	Bastante
23. Conoce las medidas de seguridad para el manejo de plaguicidas	No	Poco	Bastante
24.Puede calcular la cantidad de agua y de producto químico a usar para una bomba manual	No	Poco	Bastante
25. Conoce lo que es un análisis de suelo.	No	Poco	Bastante
26. Puede tomar muestras para el análisis de suelos.	No	Poco	Bastante
27. Puede interpretar los resultados del análisis de suelo.	No	Poco	Bastante
28. Participa de la toma de muestras para hacer el análisis de suelo.	Nunca	A veces	Siempre
29. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
30.Conoce el proceso de elaboración de papas fritas	No	Poco	Bastante
31. Participa en la elaboración de papas fritas	Nunca	A veces	Siempre
32. Conoce las medidas de higiene para elaborar papas fritas	No	Poco	Bastante

## Anexo 1. Continuación

<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
33. Participó en el diseño de la etiqueta.	No		Si
34. Participó en la selección del nombre del producto.	No		Si
35. Participa en las negociaciones con los supermercados.	Nunca	A veces	Siempre
36. Participa en la entrega del producto.	Nunca	A veces	Siempre
37. Participa en la fijación del precio del producto.	Nunca	A veces	Siempre
38. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
39. Cómo funciona la junta directiva.	Mal	Regular	Bien
40. Cómo funcionan los comites.	Mal	Regular	Bien
41. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
42. Participa en la planificación de actividades de producción y procesamiento.	Nunca	A veces	Siempre
43. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
44. Sabe cómo es el manejo de la planta industrial.	No	Poco	Bastante
45. Participa en la toma de decisiones sobre las actividades a realizar.	Nunca	A veces	Siempre
46. Conoce los requisitos sanitarios exigidos por el ministerio de salud.	No	Poco	Bastante
47. Su empresa cumple con los requisitos sanitarios.	No	Poco	Bastante
48. Conoce los requisitos exigidos por el ministerio de economía para patente y marca.	No	Poco	Bastante
49. Participó del registro de la marca de su empresa.	No		Si
50. Puede calcular los costos de producción de las parcelas.	No	Poco	Bastante
51. Calcula los costos de producción de las parcelas dentro de la empresa.	Nunca	A veces	Siempre
52. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
53. Puede calcular los costos de valor agregado del producto.	No	Poco	Bastante
54. Calcula los costos de valor agregado del producto en su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
55. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
56. Puede calcular los costos de venta de la producción.	No	Poco	Bastante
57. Calcula los costos de venta dentro de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
58. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
59. Sabe calcular las ganancias de su empresa.	No	Poco	Bastante
60. Calcula las ganancias dentro de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
61. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
62. Sabe llenar registros.	No	Poco	Bastante
63. Participa en el llenado de los registros de su empresa.	Nunca	A veces	Siempre
64. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
65. Conoce las ventajas de la integración de mujeres al grupo.	No	Poco	Bastante
66. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
67. Conoce las ventajas de la integración de jóvenes al grupo.	No	Poco	Bastante
68. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
69. El grupo muestra un cambio de actitud sobre motivación.	No	Poco	Bastante
70. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema.	Mucho	Poco	Nada
71. Después de la capacitación revisó el material didáctico	Nunca	A veces	Siempre
72. Utilizó el material didáctico para reuniones de grupo.	Nunca	A veces	Siempre
73. Ese material lo utilizó para capacitar otros socios	Nunca	A veces	Siempre
74. Transmitió lo aprendido en la capacitación al resto del grupo.	No	Poco	Bastante



1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Cómo cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

13. Cambió la manera de seleccionar los ingredientes a usar en la producción de jabón después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Cómo cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

14. Cambió el modo de obtener o adquirir la base de jabón después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Cómo cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

15. Cambió el modo de preparación del jabón después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Cómo cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

16. Cambió el modo de realizar el control de los factores que afectan directamente la producción de jabón (temperatura, humedad, grado de cocimiento, etc. Después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Cómo cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

17. El grupo hace control de calidad del producto?

1= nunca \_\_\_                      2= a veces \_\_\_                      3= siempre \_\_\_

18. Cambió la manera de vender su producto?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Cómo cambió? \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_

19. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

20. El grupo diseñó la etiqueta?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_

21. Escogieron el nombre del producto?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_

22. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

23. Cuenta el grupo con una planta industrial para el procesamiento?

1= prestada \_\_\_                      2= alquilada \_\_\_                      3= propia \_\_\_

24. El funcionamiento actual de la planta industrial les permite aprovechar al máximo recursos de la empresa?

1= no \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= bastante \_\_\_

25. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

26. Funciona la junta directiva?

1= funciona mal \_\_\_                      2=funciona regular \_\_\_                      3= funciona bien \_\_\_

27. Funcionan los comités de trabajo?

1= funcionan mal \_\_\_                      2= funcionan regular \_\_\_                      3= funcionan bien \_\_\_

28. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_



41. El grupo calcula las ganancias de la empresa?

1= no calcula \_\_\_                      2= aveces calcula \_\_\_                      3= siempre calcula \_\_\_

42. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

43. Llevan algún sistema de registro?

1= ninguno \_\_\_                      2= algunos \_\_\_                      3= varios \_\_\_

Que tipo de registros? \_\_\_\_\_

44. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

45. Recurren a fuentes de financiamiento?

1= nunca \_\_\_                      2= a veces \_\_\_                      3= siempre \_\_\_

Por qué si o por qué no? \_\_\_\_\_

46. Actualmente manejan créditos?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_

47. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

48. Han realizado trámites para obtener financiamiento?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_

49. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

50. El grupo realiza actividades para la protección del bosque?

1= nunca \_\_\_                      2= a veces \_\_\_                      3= siempre \_\_\_



59. Realizan actividades para mantener motivados a los socios?

1= nunca \_\_\_

2= a veces \_\_\_

3= siempre \_\_\_

Que tipo de actividades? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

60. El grupo muestra un cambio de actitud sobre motivación?

1= no \_\_\_

2= poco \_\_\_

3= si \_\_\_

61. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_

2= poco \_\_\_

3= nada \_\_\_



10. Tienen una forma definida de cómo dar a conocer su producto en los mercados (promocionar)?

1= no definida \_\_\_                      2= poco definida \_\_\_                      3= bien definida \_\_\_

Cómo lo hacen? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

12. La tecnología en la producción de las parcelas cambió después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

13. Cambió el modo de preparación de la tierra después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

14. Cambió el modo de siembra después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

15. Cambió la variedad de la semilla después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

16. Cambió el modo de fertilización después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

17. Cambió el modo de control de malezas después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

18. Cambió el modo de controlar las plagas después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

19. Tuvo buenos resultados la parcela de pre-producción en el aprendizaje de nuevas técnicas?

1= no dio resultado \_\_\_                      2= dio buen resultado \_\_\_                      3= dio excelente resultado \_\_\_

20. Acostumbran hacer análisis de suelo?

1= nunca lo hacen \_\_\_                      2= a veces lo hacen \_\_\_                      3= siempre lo hacen \_\_\_

21. Acostumbran tomar medidas de protección para aplicar plaguicidas ?

1= nunca \_\_\_                      2= A veces \_\_\_                      3= Siempre \_\_\_

22. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

23. Cambió la manera de vender su producto?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

24. El grupo diseñó la etiqueta?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_

25. Escogieron el nombre del producto?

1= no \_\_\_

3= si \_\_\_

26. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_

2= poco \_\_\_

3= nada \_\_\_

27. Cuenta el grupo con una planta industrial para el procesamiento?

1= prestada \_\_\_

2= alquilada \_\_\_

3= propia \_\_\_

28. El funcionamiento actual de la planta industrial les permite aprovechar al máximo recursos de la empresa?

1= no \_\_\_

2= poco \_\_\_

3= bastante \_\_\_

29. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_

2= poco \_\_\_

3= nada \_\_\_

30. Funciona la junta directiva?

1= funciona mal \_\_\_

2=funciona regular \_\_\_

3= funciona bien \_\_\_

31. Funcionan los comités de trabajo?

1= funcionan mal \_\_\_

2= funcionan regular \_\_\_

3= funcionan bien \_\_\_

32. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_

2= poco \_\_\_

3= nada \_\_\_

33. Toman en cuenta los costos de producción de las parcelas para tomar desiciones?

1= nunca \_\_\_

2= a veces \_\_\_

3= siempre \_\_\_

34. Toman en cuenta los costos de producción de valor agregado para tomar decisiones?

1= nunca \_\_\_

2= a veces \_\_\_

3= siempre \_\_\_

35. Toman en cuenta los costos de venta para tomar decisiones?

1= nunca \_\_\_

2= a veces \_\_\_

3= siempre \_\_\_

36. Realizan planificación de actividades de producción y procesamiento?

1= nunca planifican \_\_\_

2= a veces planifican \_\_\_

3= siempre planifican \_\_\_





10. Tienen una forma definida de cómo dar a conocer su producto en los mercados (promocionar)?

1= no definida \_\_\_                      2= poco definida \_\_\_                      3= bien definida \_\_\_

Cómo lo hacen? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

12. La tecnología en la producción de las parcelas cambió después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

13. Cambió el modo de preparación de la tierra después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

14. Cambió el modo de siembra después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

15. Cambió la variedad de la semilla después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

16. Cambió el modo de fertilización después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

17. Cambió el modo de control de malezas después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

18. Cambió el modo de controlar las plagas después de la capacitación?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

Por qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En qué cambió? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

19. Tuvo buenos resultados la parcela de pre-producción en el aprendizaje de nuevas técnicas?

1= no dio resultado \_\_\_                      2= dio buen resultado \_\_\_                      3= dio excelente resultado \_\_\_

20. Acostumbran hacer análisis de suelo?

1= nunca lo hacen \_\_\_                      2= a veces lo hacen \_\_\_                      3= siempre lo hacen \_\_\_

21. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

22. Cambió la manera de vender su producto?

1= no cambió \_\_\_                      2= cambió poco \_\_\_                      3= cambió bastante \_\_\_

23. El grupo diseñó la etiqueta?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_

24. Escogieron el nombre del producto?

1= no \_\_\_                      3= si \_\_\_



37. Su empresa cumple los requisitos sanitarios?

1= no cumple \_\_\_                      2= cumple algunos \_\_\_                      3= cumple todos \_\_\_

38. Participaron del registro de la marca de su empresa?

1= no participaron \_\_\_                      3= si participaron \_\_\_

39. Llevan costos de producción de las parcelas en su empresa?

1= nunca \_\_\_                      2= a veces \_\_\_                      3= siempre \_\_\_

40. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

41. Llevan costos de producción de valor agregado en su empresa?

1= nunca \_\_\_                      2= a veces \_\_\_                      3= siempre \_\_\_

42. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

43. Llevan los costos de venta dentro de su empresa?

1= nunca \_\_\_                      2= a veces \_\_\_                      3= siempre \_\_\_

44. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

45. El grupo calcula las ganancias de la empresa?

1= no calcula \_\_\_                      2= aveces calcula \_\_\_                      3= siempre calcula \_\_\_

46. Necesita reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_

47. Llevan algún sistema de registro?

1= ninguno \_\_\_                      2= algunos \_\_\_                      3= varios \_\_\_

Que tipo de registros? \_\_\_\_\_

48. Necesitan reforzar sus conocimientos sobre este tema?

1= mucho \_\_\_                      2= poco \_\_\_                      3= nada \_\_\_





Anexo 3. Formato del procedimiento que se siguió para obtener los porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos a nivel individual del grupo Unión y Esfuerzo.

<b>VARIABLES</b>	<b># preg.</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Mercado proveedor	1	5	1	0
	2	5	1	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>83.3</b>	<b>16.7</b>	<b>0</b>
Mercado competidor	4	2	2	2
	5	6	0	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>66.7</b>	<b>16.7</b>	<b>16.7</b>
Canal de distribución	7	5	1	0
	8	2	2	2
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>58.3</b>	<b>25</b>	<b>16.7</b>
Uso del formulario de análisis de mercado	10	1	3	2
	11	3	3	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>33.3</b>	<b>50</b>	<b>16.3</b>
Estrategia de comercialización	13	0	3	3
	14	1	3	2
	15	2	2	2
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>16.7</b>	<b>45</b>	<b>38.3</b>
Paquete tecnológico en valor agregado	23	1	0	5
	24	0	1	5
	25	0	0	6
	26	0	1	5
	27	0	0	6
	28	0	1	5
	29	0	0	6
	30	0	1	5
	17	6	0	0
	18	6	0	0
	19	5	1	0
20	5	1	0	
21	5	1	0	
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>35</b>	<b>9</b>	<b>55</b>
Sistema de funcionamiento de la planta industrial	32	0	1	5
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>16.7</b>	<b>83.8</b>
Estructura organizativa	33	0	1	5
	34	1	4	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>8.3</b>	<b>41.7</b>	<b>50</b>
Proceso de toma de decisiones	36	1	1	4
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>16.7</b>	<b>16.7</b>	<b>66.7</b>
Planificación de actividades	37	1	0	5
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>16.7</b>	<b>0</b>	<b>83.3</b>
Requisitos legales para la producción y comercialización	39	2	0	4
	40	0	0	6

## Anexo 3. Continuación.

VARIABLES	# preg	0	1	2
Porcentaje promedio de socios		16.7	0	83.3
Registro y patente de marca	41	5	0	1
	42	6	0	0
Porcentaje promedio de socios		91.7	0	8.3
Costos de producción de valor agregado	43	2	2	2
	44	3	1	2
Porcentaje promedio de socios		41.7	25	33.3
Costos de comercialización	49	2	3	1
	50	3	1	2
Porcentaje promedio de socios		41.7	33.3	25
Determinación de ganancias	52	0	3	3
	53	2	2	2
Porcentaje promedio de socios		16.7	41.7	41.7
Manejo de registros	55	3	1	2
	56	3	1	2
Porcentaje promedio de socios		50	16.7	33.3
Integración hombres	58	0	0	6
Porcentaje promedio de socios		0	0	100
Integración jóvenes	60	1	0	5
Porcentaje promedio de socios		16.7	0	83.3
Actividades de motivación de socios	62	0	0	6
Porcentaje promedio de socios		0	0	100
Revisión de material didáctico entregado	64	3	3	0
	65	5	1	0
	66	6	0	0
Porcentaje promedio de socios		77.8	33.3	0
Transmisión de conocimientos	67	0	5	1
Porcentaje promedio de socios		0	83.3	16.7

Anexo 4. Formato del procedimiento que se siguió para obtener los porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos a nivel individual del grupo El Plan.

VARIABLES	# preg	0	1	2
Manejo calculadora	1	1	2	11
	2	1	6	7
	3	1	3	10
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>7.4</b>	<b>25.7</b>	<b>66.4</b>
Mercado proveedor	5	7	3	4
	6	13	1	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>71.4</b>	<b>14.3</b>	<b>14.3</b>
Mercado competidor	8	5	2	7
	9	9	3	2
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>50</b>	<b>17.9</b>	<b>32.1</b>
Canal de distribución	11	3	4	7
	12	4	6	4
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>25</b>	<b>35.7</b>	<b>39.3</b>
Uso del formulario de análisis de mercado	14	12	2	0
	15	11	2	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>82.1</b>	<b>14.3</b>	<b>3.6</b>
Estrategia de comercialización	17	1	6	7
	18	1	3	5
	19	5	4	5
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>16.7</b>	<b>30.7</b>	<b>40</b>
Paquete tecnológico en producción primaria	21	0	0	14
	22	0	0	14
	23	2	4	8
	24	3	3	8
	25	2	2	9
	26	2	2	10
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>10.7</b>	<b>12.9</b>	<b>75</b>
Paquete tecnológico en valor agregado	28	2	0	12
	29	0	0	14
	30	8	3	3
	31	3	8	3
	32	10	2	2
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>32.9</b>	<b>18.6</b>	<b>48.6</b>
Sistema de funcionamiento de la planta industrial	34	1	2	11
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>7.1</b>	<b>14.3</b>	<b>78.6</b>
Estructura organizativa	35	0	12	2
	36	0	13	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>89.3</b>	<b>10.7</b>
Proceso de toma de decisiones	38	0	0	14
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>
Planificación de actividades	39	0	0	14
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

## Anexo 4. Continuación.

<b>VARIABLES</b>	<b># preg</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Requisitos legales para la producción y comercialización	41	2	4	8
	42	0	9	5
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>7.1</b>	<b>46.4</b>	<b>46.4</b>
Registro y patente de marca	43	5	0	1
	44	13	0	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>92.9</b>	<b>0</b>	<b>7.1</b>
Costos de producción primaria	45	1	5	8
	46	11	2	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>42.9</b>	<b>25</b>	<b>32.1</b>
Costos de producción de valor agregado	48	2	6	6
	49	9	2	3
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>39.3</b>	<b>28.6</b>	<b>32.1</b>
Costos de comercialización	51	3	7	4
	52	11	2	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>50</b>	<b>32.1</b>	<b>17.9</b>
Determinación de ganancias	54	3	4	7
	55	11	2	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>50</b>	<b>21.4</b>	<b>28.6</b>
Manejo de registros	57	5	3	6
	58	8	3	3
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>46.4</b>	<b>21.4</b>	<b>32.1</b>
Integración de mujeres	60	5	3	6
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>35.7</b>	<b>21.4</b>	<b>42.9</b>
Integración jóvenes	62	4	1	9
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>28.9</b>	<b>7.1</b>	<b>64.3</b>
Actividades de motivación de socios	64	0	5	9
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>35.7</b>	<b>64.3</b>
Revisión de material didáctico	66	7	0	7
	67	14	0	0
	68	14	0	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>82.9</b>	<b>0</b>	<b>16.7</b>
Transmisión de conocimientos	69	9	5	4
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>64.3</b>	<b>35.7</b>	<b>28.6</b>

Anexo 5. Formato del procedimiento que se siguió para obtener los porcentajes promedio de socios que adoptaron los conocimientos a nivel individual del grupo COAAL.

VARIABLES	# preg.	0	1	2
Manejo calculadora	1	0	5	5
	2	0	6	4
	3	0	2	8
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>43.3</b>	<b>56.7</b>
Mercado proveedor	5	9	1	0
	6	10	0	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>95</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
Mercado competidor	8	0	5	5
	9	9	1	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>45</b>	<b>30</b>	<b>25</b>
Canal de distribución	11	6	0	4
	12	9	0	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>75</b>	<b>0</b>	<b>25</b>
Uso del formulario de análisis de mercado	14	6	4	0
	15	9	1	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>75</b>	<b>25</b>	<b>0</b>
Estrategia de comercialización	17	8	1	1
	18	9	0	1
	19	10	0	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>90</b>	<b>3.3</b>	<b>6.7</b>
Paquete tecnológico en producción primaria	21	0	0	10
	22	0	0	10
	23	2	1	7
	24	0	0	10
	25	5	3	2
	26	5	4	1
	27	7	2	1
	28	7	2	1
	29	1	9	0
	30	10	0	0
	31	3	6	1
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>36.4</b>	<b>24.5</b>	<b>39.1</b>
Paquete tecnológico en valor agregado	33	3	0	7
	34	2	0	8
	35	10	0	0
	36	10	0	0
	37	10	0	0
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>70</b>	<b>0</b>	<b>30</b>
Sistema de funcionamiento de la planta industrial	39	0	1	9
<b>Porcentaje promedio de socios</b>		<b>0</b>	<b>10</b>	<b>90</b>
Estructura organizativa	40	0	3	7
	41	1	7	2

## Anexo 5. Continuación.

VARIABLES	# preg.	0	1	2
Porcentaje promedio de socios		5	50	45
Proceso de toma de decisiones	43	0	0	10
Porcentaje promedio de socios		0	0	100
Planificación de actividades	44	0	0	10
Porcentaje promedio de socios		0	0	100
Requisitos legales para producción y comercialización	46	4	4	2
	47	0	8	2
Porcentaje promedio de socios		20	60	20
Registro y patente de marca	48	10	0	0
	49	10	0	0
Porcentaje promedio de socios		100	0	0
Costos de producción primaria	50	2	6	2
	51	8	1	1
Porcentaje promedio de socios		50	35	15
Costos de producción de valor agregado	53	2	8	0
	54	2	7	1
Porcentaje promedio de socios		20	75	5
Costos de comercialización	56	2	8	0
	57	2	8	0
Porcentaje promedio de socios		20	80	0
Determinación de ganancias	59	2	6	2
	60	9	1	0
Porcentaje promedio de socios		55	35	10
Manejo de registros	62	9	1	0
	63	9	1	0
Porcentaje promedio de socios		90	10	0
Integración hombres	65	2	1	7
Porcentaje promedio de socios		20	10	70
Integración jóvenes	67	1	0	9
Porcentaje promedio de socios		10	0	90
Actividades de motivación de socios	69	0	0	10
Porcentaje promedio de socios		0	0	100
Revisión de material didáctico	71	2	4	4
	72	6	4	0
	73	9	0	1
Porcentaje promedio de socios		56.7	26.7	16.7
Transmisión de conocimientos	74	1	7	2
Porcentaje promedio de socios		10	70	20

Anexo 6. registro de marca y patente y registro sanitario.

### **REGISTRO DE MARCA Y PATENTE**

De acuerdo a la Secretaría de Economía y Comercio los pasos a seguir para el registro de una marca y patente son los siguientes:

1. Llenar y entregar en el Registro de la Propiedad Industrial el formato de búsqueda de antecedentes del nombre de la marca y los antecedentes figurativos (dibujo o logo y colores que representan a la marca). Una vez que se entrega el formato se espera de uno a dos días para recibir los resultados. Si los resultados indican que existe antecedentes en el nombre o figurativos, se tienen que cambiar y se repite el proceso.
2. Cuando el formato de búsqueda indica que no hay antecedentes se busca los servicios de un apoderado legal para continuar con el proceso de registro. El apoderado legal deberá solicitar una carta poder firmada por una autoridad de la empresa para representar y actuar en nombre de la empresa, llenar la solicitud de registro y adjuntar todos los requisitos exigidos por la Secretaría de Industria y Comercio. Este trámite dura de 5 a 6 meses.

### **REGISTRO SANITARIO**

De acuerdo a la Dirección General de Regulación y Desarrollo Institucional Sección de Control de Alimentos, para este proceso de registro se solicitan los servicios de un apoderado legal al cual se le otorga una carta poder, los requisitos que se necesitan para registrar la marca y los gastos del proceso.