

**Estudio Técnico y de Caracterización del  
Mercado para la Determinación de  
Necesidades en Capacitación vía Electrónica  
por Zamorano.**

**Jorge Alberto López Zelaya**

**ZAMORANO  
CARRERA DE GESTION DE AGRONEGOCIOS**

Noviembre, 2006

# **Estudio Técnico y de Caracterización del Mercado para la Determinación de Necesidades en Capacitación vía Electrónica por Zamorano.**

Proyecto especial presentado como requisito parcial para optar  
al título de Ingeniera en Gestión de Agronegocios  
en el grado académico de Licenciatura.

Presentado por:

**Jorge Alberto López Zelaya**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2006

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.

---

**Jorge López**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2006

# **Estudio Técnico y de Caracterización del Mercado para la Determinación de Necesidades en Capacitación vía Electrónica por Zamorano.**

Presentado por:

Jorge Alberto López Zelaya

Aprobado:

---

José Guillermo Berlioz, B.Sc.

Asesor Principal

---

Ernesto Gallo, Ph.D. (ABD)

Director

Carrera Gestión de Agronegocios

---

Antonio Flores, Ph.D.

Asesor

---

George Pilz, Ph. D.

Decano Académico

---

José Guillermo Berlioz, B.Sc.

Coordinador de Tesis y Pasantía

---

Kenneth Hoadley, D.B.A.

Rector

## **DEDICATORIA**

A mi padre y a mi madre que con todos sus esfuerzos me han ayudado a salir adelante.

A mi abuelo que siempre me ha apoyado con fortaleza y sabiduría.

A mi abuelo y abuelas que desde el cielo me cuidan y me iluminan.

A mis hermanos que siempre me han brindado su ayuda y soporte en las buenas y malas cosas que han pasado.

A mis tíos y tías porque siempre que los he necesitado han estado ahí siempre para mí.

A mis primos y primas que continuamente me han dado fuerzas para poder culminar mis estudios.

A Dios que eternamente estuvo siempre presente y a mi lado dándome fuerzas, fe y esperanzas.

A mis Sobrinas que siempre me mantuvieron con mucha felicidad en mi corazón.

## AGRADECIMIENTOS

A mis asesores Lic. Guillermo Berlioz y Dr. Antonio Flores, por todos sus consejos, apoyo y dedicación.

A Namig Herrera por su gran apoyo técnico y consejos para poder elaborar el estudio de la mejor manera.

A mis amistades Carlos Lynch, Olvin Rodríguez, Maribel Polanco, Katia Duke, Álvaro Chávez, Remigio Salazar, Rolando Pineda, Jean Lezcano, Cristina Jácome, en las buenas y en las malas su apoyo siempre fue de gran ayuda.

A Sandra Rodríguez, por el apoyo incondicional que me ha dado.

A los ingenieros Carlos Funez, Gerardo Raudez y Juan Ramón Peraza, que me ayudaron en mis visitas a los lugares para recolectar mis datos.

A mi padre por todo el apoyo, consejos, tiempo y fe que me ha brindado en todo momento.

A mi madre por que siempre ha estado a mi lado en todo momento y por todo su apoyo y su dedicación.

A mi hermano Arturo por que el siempre supo darme el mejor consejo en el momento adecuado.

A mi hermana Claudia, su esposo Jorge y sus hijas Patricia y Elena por que siempre han tenido sus brazos abiertos y me los has sabido dar en el momento mas adecuado, además de toda la alegría que me han dado.

### **AGRADECIMIENTO A PATROCINADORES**

Agradezco a Productos Tecnológicos (PROTECNO) por el financiamiento brindado para continuar mis estudios en el programa de Ingeniero en Agronegocios.

Agradezco a la Escuela Agrícola Panamericana (Zamorano) por el apoyo financiero brindado para poder realizar mi Proyecto de Graduación.

Agradezco a mis Padres por su esfuerzo y su gran apoyo económico para poder realizar mis estudios.

## Resumen

En la actualidad el centro Zamorano de e-learning está llevando a cabo una investigación para averiguar el potencial de aplicar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en proyección al igual que ya lo viene haciendo en algunos cursos del programa académico y actividades de aprender haciendo.

La investigación nos sirve para analizar las necesidades en cuanto a capacitación inmediata y disponibilidad de tecnología que tienen los productores en cada zona. La misma se realizó en tres departamentos de Honduras que fueron Choluteca, Santa Bárbara e Intibucá. Siendo tres extremos diferentes en cuanto a su utilización agrícola y pecuaria. Cada uno con distintas características en cuanto a clima, área, producción y ubicación geográfica.

La metodología para la caracterización de la demanda consistió en una investigación exploratoria, por medio de visitas al lugar y por información secundaria. También se desarrolló un diseño descriptivo concluyente por medio de la técnica probabilística sistemática, con una base de datos aproximada de los productores que habitan en la zona, los cuales serán entrevistados para indagar más acerca de sus necesidades. Para el estudio técnico que realizó un inventario para evaluar el funcionamiento de los diferentes telecentros y asegurarse que estos estén en perfectas condiciones.

En los resultados podemos observar que muchos de los productores tienen la necesidad de recibir más capacitaciones, pero al mismo tiempo el productor quiere capacitarse en sus tiempos libres y a un costo no tan excesivo, esto beneficia el proyecto del centro e-learning debido a que abre la oportunidad de que el productor se pueda capacitar en sus tiempos libres y a costos relativamente bajos.

Palabras claves: Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), Intibucá, Santa Bárbara, Choluteca, caracterización por zona.

## Contenido

Portada.....	i
Portadilla.....	ii
Autoría.....	iii
Página de Firmas.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimientos.....	vi
Agradecimientos a Patrocinadores.....	vii
Resumen.....	viii
Contenido.....	ix
Índice de Cuadros.....	xi
Índice de Figuras.....	xii
Índice de Anexos.....	xiii
1 Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	2
1.2 Justificación .....	2
1.3 Límites y Alcances .....	2
1.4 Objetivos: .....	3
1.4.1 Objetivo General .....	3
1.4.2 Objetivos Específicos .....	3
2 Marco Teórico .....	3
2.1 Las TIC.....	3
3 Metodología Aplicada .....	4
4 Resultados de la Caracterización del Mercado.....	6
4.1 Situación general .....	6
4.2 Resultados por zona.....	11
4.2.1 Intibucá .....	11
4.2.2 Cholulteca.....	17
4.2.3 Santa Bárbara.....	24
4.3 Puntos Claves .....	31
4.3.1 Intibucá.....	31
4.3.2 Cholulteca.....	33
4.3.3 Santa Bárbara.....	35
5 Resultados del Estudio Técnico.....	37
5.1 Intibucá.....	37
5.2 Cholulteca.....	38
5.3 Santa Bárbara.....	39
6 Conclusiones.....	41
6.1 Conclusiones Intibucá .....	41
6.2 Conclusiones Cholulteca .....	41
6.3 Conclusiones Santa Bárbara .....	41
7 Recomendaciones .....	42
7.1 Recomendaciones Intibucá.....	42
7.2 Recomendaciones Cholulteca.....	42
7.3 Recomendaciones Santa Bárbara.....	42

8	Bibliografía.....	43
9	Anexos.....	44
	Anexo 1 .....	44
	Anexo 2 .....	46

**ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1. Números escogidos para encuestar .....	5
Cuadro 2. Porcentajes de aceptación del conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en las tres zonas.....	9
Cuadro 3 Porcentajes de conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en Intibucá. ....	15
Cuadro 4 Porcentajes de conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en Choluteca .....	22
Cuadro 5 Porcentajes de conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en Santa Bárbara .....	29
Cuadro 6 Ciudades en las que se inventariaron los telecentros del Departamento de Intibucá. ....	38
Cuadro 7 Ciudades en las que se inventariaron los telecentros del Departamento de Choluteca.....	39
Cuadro 8 Ciudades en las que se inventariaron los telecentros del Departamento de Santa Bárbara. ....	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica?.....	7
Figura 2 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones?.....	7
Figura 3 ¿De que forma recibe las capacitaciones?.....	8
Figura 4 ¿Siente usted la necesidad de más capacitaciones?.....	8
Figura 5 ¿Cuántas veces a la semana lo utiliza?.....	9
Figura 6 ¿Para que lo ha utilizado? .....	10
Figura 7 ¿Ha utilizado alguna vez el Internet para recibir capacitaciones? .....	10
Figura 8 ¿Sabía usted que existe un método vía Internet para capacitar a los productores? ..	11
Figura 9 ¿Cuál es su producción principal? - Intibucá.....	11
Figura 10 ¿Dónde comercializa sus productos? - Intibucá.....	12
Figura 11 ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica? - Intibucá .....	12
Figura 12 ¿De qué instituciones? - Intibucá.....	13
Figura 13 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones? - Intibucá.....	13
Figura 14 ¿De que forma recibe las capacitaciones? - Intibucá .....	13
Figura 15 ¿Cuántas capacitaciones ha recibido? - Intibucá.....	14
Figura 16 ¿Qué temas le han brindado? - Intibucá.....	14
Figura 17 ¿Siente la necesidad de más capacitaciones? - Intibucá.....	15
Figura 18 ¿Qué temas le interesarían? - Intibucá .....	15
Figura 19 ¿Cuántas veces a la semana utiliza el Internet? - Intibucá.....	16
Figura 20 ¿Para que ha utilizado el Internet? - Intibucá.....	16
Figura 21 ¿Ha utilizado el Internet para recibir capacitaciones? - Intibucá .....	17
Figura 22 ¿Sabía usted que existe un método vía Internet para capacitarse? - Intibucá .....	17
Figura 23 ¿Cuál es su producción principal? - Choluteca.....	18
Figura 24 ¿Dónde comercializa sus productos? - Choluteca.....	18
Figura 25 ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica? - Choluteca .....	19
Figura 26 ¿De qué instituciones? - Choluteca.....	19
Figura 27 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones? - Choluteca .....	20
Figura 28 ¿De que forma recibe las capacitaciones? - Choluteca .....	20
Figura 29 ¿Cuántas capacitaciones ha recibido? - Choluteca.....	21
Figura 30 ¿Qué temas le han brindado? - Choluteca.....	21
Figura 31 ¿Siente la necesidad de más capacitaciones? - Choluteca .....	22
Figura 32 ¿Qué temas le interesarían? - Choluteca .....	22
Figura 33 ¿Cuántas veces a la semana utiliza el Internet? - Choluteca.....	23
Figura 34 ¿Para que ha utilizado el Internet? - Choluteca.....	23
Figura 35 ¿Ha utilizado el Internet para recibir capacitaciones? - Choluteca .....	24
Figura 36 ¿Sabía usted que existe un método vía Internet para capacitarse? - Choluteca ...	24
Figura 37 ¿Cuál es su producción principal? - Santa Bárbara.....	25
Figura 38 ¿Dónde comercializa sus productos? - Santa Bárbara .....	25
Figura 39 ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica? - Santa Bárbara.....	26
Figura 40 ¿De qué instituciones? - Santa Bárbara.....	26
Figura 41 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones? - Santa Bárbara .....	27
Figura 42 ¿De que forma recibe las capacitaciones? - Santa Bárbara.....	27

Figura 43 ¿Cuántas capacitaciones ha recibido? - Santa Bárbara .....	28
Figura 44 ¿Qué temas le han brindado? - Santa Bárbara .....	28
Figura 45 ¿Siente la necesidad de más capacitaciones? - Santa Bárbara .....	29
Figura 46 ¿Qué temas le interesarían? - Santa Bárbara.....	29
Figura 47 ¿Cuántas veces a la semana utiliza el Internet? - Santa Bárbara.....	30
Figura 48 ¿Para que ha utilizado el Internet? - Santa Bárbara .....	30
Figura 49 ¿Ha utilizado el Internet para recibir capacitaciones? - Santa Bárbara.....	31
Figura 50 ¿Sabía usted que existe un método vía Internet para capacitarse? - Santa Bárbara .....	31

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta para Desarrollar el Estudio Técnico y de Caracterización de la Demanda Vía Electrónica de Zamorano.....	44
ANEXO 2. Formulario para Inventarios en los Telecentros. ....	46

# 1 INTRODUCCIÓN

En la actualidad el centro Zamorano de e-learning está llevando a cabo una investigación para averiguar el potencial de aplicar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en proyección al igual que ya lo viene haciendo en algunos cursos del programa académico y actividades de aprender haciendo.

La investigación nos sirve para analizar las necesidades en cuanto a capacitación inmediata y disponibilidad de tecnología que tienen los productores en cada zona. Estas necesidades nos ayudan a elaborar cursos de capacitación con el contenido que ellos realmente necesitan, y la tecnología actual en la zona nos dirá que material didáctico podrá ser utilizado en el sector. Al mismo tiempo se analizó cual es el conocimiento de los productores con respecto a estas tecnologías y si ellos están aptos para poder utilizar este tipo de capacitación.

Son muchas las comunidades de nuestro país que cuentan con un bajo índice de desarrollo humano, por lo que el Gobierno del ingeniero Manuel Zelaya Rosales ante esta lamentable situación, está gestionando actualmente la ampliación de este proyecto, el cual en sus tres años y medio de implementación, a llevado una esperanza de mejorar la calidad de vida y desarrollo de los habitantes de estas zonas aisladas de Honduras.

Con la implementación exitosa de 122 Centros Comunitarios de Comunicación y Conocimientos (CCCC), el Proyecto Ampliación de Capacidades Tecnológicas en Comunidades Pobres ACTECOP, llegó a su cierre operativo en su primera etapa.

ACTECOP fue ejecutado por el Gobierno de la República, a través del Consejo Hondureño de Ciencia y Tecnología COHCIT, con un préstamo de 8.5 millones de dólares del Banco Interamericano de Desarrollo BID, con el cual se llevó desarrollo a zonas remotas del país que no contaban en ese entonces, con los servicios básicos ni con un estructura adecuada que garantizara su desarrollo.

Este innovador proyecto ha beneficiado a la fecha a 122 comunidades remotas a nivel nacional, las cuales fueron preseleccionadas de acuerdo con la focalización de la política social del Gobierno y del mapa de pobreza de Honduras. Las mismas, cuentan con su respectivo Centro Comunitario de Comunicación y Conocimientos (CCCC), los que ofrecen los servicios de Internet, cabina telefónica, servicio de video conferencias, acceso a enciclopedias electrónicas, entre otros.

También los habitantes de estas comunidades beneficiadas tienen acceso a la digitalización de documentos, fotocopiado, y proveen contenidos educativos de apoyo a los maestros de las escuelas y colegios, así como acceso a herramientas de mercadeo, sala de capacitación, facilidades para páginas Web, y correo electrónico. Un factor importante es la capacitación comunitaria que se les brinda, basada en los Planes de Desarrollo Comunal.

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Analizando la situación actual campesina en Honduras, se puede apreciar una falta de acceso a la educación y capacitación o cuando la misma existe, la ineficiencia en transformarse en resultados concretos; a excepción de un reducido número de productores. Esta contribución se encuentra por debajo del nivel de competitividad del sector agropecuario hondureño, mas aun ante su inserción en nuevas estructuras de mercados, resultado de los tratados comerciales que recientemente han firmado en EEUU y el resto de la región.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

El centro de e-learning actualmente esta interesado en poder ayudar a los productores de cualquier escala y rubro de una forma innovadora mediante medios electrónicos y digitales.

Viendo la oportunidad que el COHCIT, ha elaborado este exitoso proyecto se analiza la posibilidad de llegar hasta el productor mediante estos medios. Hasta el momento muchos de estos telecentros están siendo sub-utilizados debido a que muchos de los pobladores no tienen un incentivo para el cual utilizarlos.

Zamorano mediante el centro e-learning tiene todas las herramientas y facilidades para poder desarrollar las capacitaciones según las necesidades que los productores tengan. El estudio abarca las necesidades presentes y futuras que dichas personas tienen, estas serán analizadas para poder elaborar dichos cursos y poder darles el incentivo y la facilidad para usarlos centros.

## **1.3 LIMITES Y ALCANCES**

Esta investigación se realizó en tres departamentos de Honduras que fueron Choluteca, Santa Bárbara e Intibucá. Son tres extremos diferentes en cuanto a su utilización agrícola y pecuaria. Cada uno con distintas características en cuanto a clima, área, producción y ubicación geográfica. En todas las zonas existe una distribución pareja de telecentros elaborados por el gobierno de Honduras, en los cuales se podría implementar las TIC para poder suplir sus necesidades de capacitación.

Dicho estudio se limito a evaluar todas las necesidades cubiertas y no satisfechas de los productores en dichas zonas. Así como también sus rubros, su comercialización y su conocimiento en cuanto a utilización de las TIC.

## **1.4 OBJETIVOS:**

### **1.4.1 Objetivo General**

- Determinar las necesidades actuales de capacitación del sector agropecuario en Honduras mediante medios electrónicos.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

#### **1.4.2.1 Mercado**

- Investigar el mercado actual de los productos finales de la zona.
- Caracterizar las zonas dependiendo de su productividad agropecuaria.
- Identificar las necesidades de conocimiento y de información de los productores en la zona.

#### **1.4.2.2 Técnico**

- Conocer la accesibilidad tecnológica en las zonas.
- Evaluar las infraestructuras de los telecentros.

## **2 MARCO TEÓRICO**

### **2.1 LAS TIC**

Las TIC son el conjunto de avances tecnológicos que proporcionan la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, que comprenden los desarrollos relacionados con los ordenadores, Internet, la telefonía, las aplicaciones multimedia y la realidad virtual. Estas tecnologías proporcionan básicamente información, herramientas para su proceso y canales de comunicación (Marqués, 2000). De forma práctica, son instrumentos y procesos utilizados para organizar, producir, presentar e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos. Ejemplo, programas informáticos, material de telecomunicaciones, computadoras personales, scanners, cámaras digitales, asistentes personales digitales, bases de datos, aplicaciones multimedia, etc. En resumen, las TIC son aquellas tecnologías que permiten transmitir, procesar y difundir información de manera instantánea y la base para reducir la “Brecha Digital” sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento (ETIC, 2006).

Según el informe del MCYT<sup>1</sup> "La Sociedad de la Información en el siglo XXI: un requisito para el desarrollo", las TIC son herramientas que pueden ayudar a reducir la creciente "brecha digital", que conlleva a perder oportunidades para el desarrollo y para el progreso en todos los ámbitos. Así mismo, señala que es necesario trabajar en la “e-inclusión”, entendida como el acceso a las tecnologías y adecuación a las necesidades de los colectivos más vulnerables. Para ello, las TIC pueden proporcionar medios de interacción

---

<sup>1</sup> MYCT: Ministerio de Ciencias y Tecnologías de España. Se encarga de velar e impulsar el avance tecnológico y científico a nivel nacional.

económicamente asequible para los usuarios, fomentar su uso preservando la identidad sociocultural, potenciar la integración y apoyar la gestión del conocimiento.

### 3 METODOLOGÍA APLICADA

La metodología se basó principalmente en la investigación exploratoria, la cual consistió en búsqueda de información secundaria acerca de los tres departamentos lo cual incluye caracterización en cuanto a clima y producción, esta información se tomo de varias entidades como la Secretaria de Agricultura y Ganadería (SAG), el Servicio de Educación Agrícola Capacitación y Desarrollo Agroempresarial (SEDUCA) y el Instituto Nacional de Estadística (INE). Además de las visitas a los lugares y evaluaciones de la zonas, según su producción.

Posteriormente pasando a una investigación tipo descriptiva concluyente que nos facilitó una caracterización de la información referente a las capacitaciones que se hayan realizado en las zonas de estudio, así como también poder caracterizar las zonas según su rubro.

El diseño descriptivo concluyente se realizó utilizando la técnica probabilística sistemática, con una base de datos aproximada de los productores que habitan en la zona. Esta base de datos servirá como referencia para poder elegir de una manera sistemática a todas las personas que se van a encuestar siendo así al final una muestra representativa, los cuales serán entrevistados para indagar más acerca de sus necesidades. La misma técnica se utilizo para cada una de las zonas tomando en cuenta solo a los productores con un área de manejo mayor a 5 manzanas. Ya que se pensó que estos iban a ser nuestro mercado meta por la facilitación a recursos como lo que es el Internet. Esto también nos reduce de una manera muy amplia la base de datos aproximada. Así obteniendo un resultado de 132 productores en Intibucá, 103 en Choluteca y 100 en Santa Bárbara, para luego determinar una muestra sistemática de  $n = 30, 25$  y  $23$  respectivamente. Alcanzando un intervalo muestral de 4 en los tres lugares. Posteriormente tomando un número aleatorio entre 1 y 4, el cual fue 4, para ser nuestro punto de partida y al cual le íbamos a ir sumando nuestro intervalo muestral de 4. Ósea:

$$K = N/n = \text{Intervalo muestral}$$

$$\text{Intibucá: } K = 132/30 = 4.4$$

$$\text{Choluteca: } K = 103/25 = 4.1$$

$$\text{Santa Bárbara: } K = 100/23 = 4.3$$

Para luego obtener el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Números escogidos para encuestar			
Número de Encuestas	Zonas a Encuestar		
	Intibucá	Choluteca	Santa Bárbara
1	4	4	4
2	8	8	8
3	13	12	13
4	17	16	17
5	22	20	21
6	26	25	26
7	30	29	30
8	35	33	34
9	39	37	39
10	44	41	43
11	48	45	47
12	52	49	52
13	57	53	56
14	61	58	61
15	66	62	65
16	70	66	69
17	74	70	74
18	79	74	78
19	83	78	82
20	88	82	87
21	92	86	91
22	96	91	95
23	101	95	100
24	105	99	-
25	110	103	-
26	114	-	-
27	118	-	-
28	123	-	-
29	127	-	-
30	132	-	-

Las encuestas (anexo 1) se elaboraron con el propósito de evaluar varias variables, las cuales eran medidas conforme al tipo de pregunta que se utilizaba.

- Variables de tipo demográfico y social: Ubicación de la propiedad, nombre de la propiedad, nombre del propietario, su principal producción, donde comercializa, son variables que nos sirven para identificar en que esta involucrado el encuestado y de que manera hace su trabajo.
- Variables de valoración de nivel de conocimiento y utilización de tecnologías: Estas variables comprenden el nivel de conocimientos de las principales formas de capacitación disponibles y de que institución provienen, la utilización de las mismas, el nivel de capacitación recibida, la frecuencia de uso, los medios de transmisión de información, la interacción en ambientes virtuales y el acceso a hardware. Estas variables fueron elegidas porque sirven para explicar la importancia y las posibilidades de implementación de las TIC en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

En el estudio técnico se evaluó el número de telecentros disponibles para el uso adecuado en las zonas. Además de hacer un levantamiento de inventarios (anexo 2), de una forma aleatoria en todos los telecentros disponibles para ver si estos cumplen con todos los requerimientos básicos para su uso. También se piensa indagar a los productores para ver si están concientes de la existencia y tienen el conocimiento para poder utilizar los centros. Con estas herramientas nos podemos asegurar de que todos los centros se están o se van a utilizar de la manera correspondiente y muy exitosa.

## **4 RESULTADOS DE LA CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO**

Los resultados se han analizado de diferentes formas y las mismas están presentadas en el trabajo, una situación general donde vemos datos consolidados sin importar la zona encuestada, por zonas donde podemos ver cada una de las preguntas analizadas según la zona y un resumen de las zonas donde es una recopilación de todos los datos analizados por zona y descritos de una forma mas directa.

### **4.1 SITUACIÓN GENERAL**

Tomando en cuenta que muchas de las preguntas realizadas en la encuesta determinan la cantidad de capacitaciones, cada cuanto reciben estas, la necesidad de tener más, el conocimiento, la utilización y la disponibilidad de Internet o capacitaciones por estos medios. Y estos datos pueden ser medidos globalmente sin la necesidad de mencionar de que zona provienen se decidió tomar estos resultados para presentarlos de una forma global y posteriormente detallarlos según su zona.

Observamos que aproximadamente un 70% de los productores ya ha tenido algún tipo de capacitación o de asistencia técnica. Definiéndonos de que hay una gran cantidad de productores dispuestos a seguir capacitándose. El 30% restante no ha tenido ningún tipo de

capacitación muchas veces debido al tiempo, el costo o la distancia donde se realizara la capacitación.

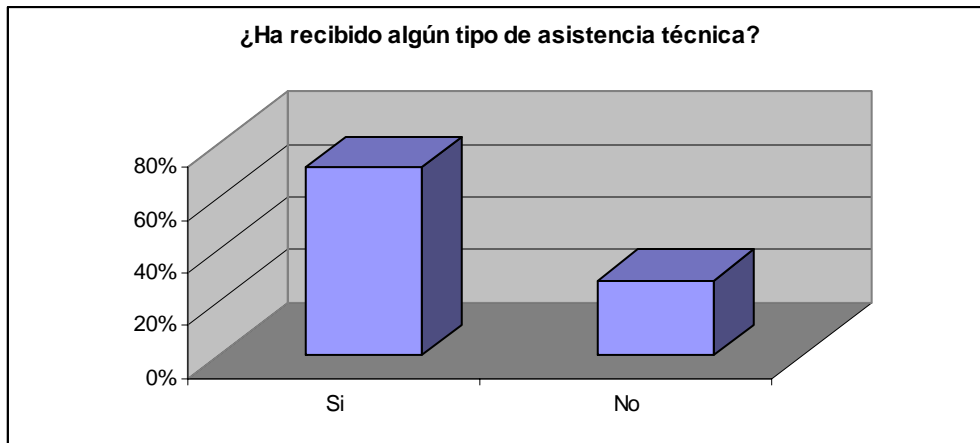


Figura 1. ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica?

La frecuencia con la cual se capacitan los productores es muy grande, debido a que muchos de ellos sienten no tener el tiempo para poderse capacitar, observamos que mas de 50% de los productores escogieron la opción de otros, la cual nos dice que el 10% de estos se capacitan cada dos años, el 14% tiene capacitaciones cada tres meses, un 34% se capacita una vez por año y el 41% restante lo hacen cuando sienten la necesidad de capacitarse sin tomar en cuenta cada cuanto.

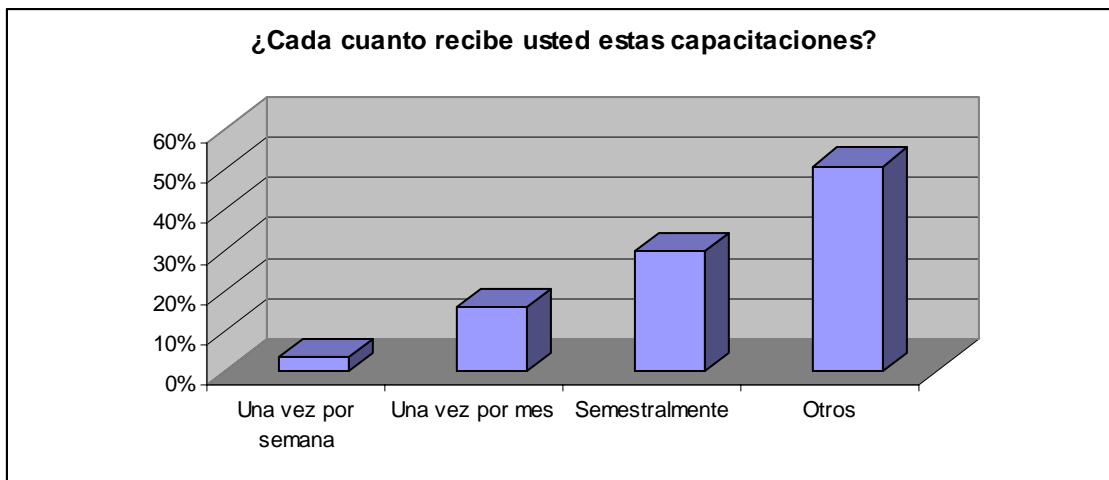


Figura 2 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones?

Las dos formas más comunes de recibir capacitaciones son los días de campo y por medio de seminarios, al momento de ellos tomar la variable días de campo comentaban que ellos recibían capacitaciones de sus asesores en el área de producción de ellos mismos y que muchas veces solo eran dudas conforme a problemas que estaban teniendo en la actualidad.

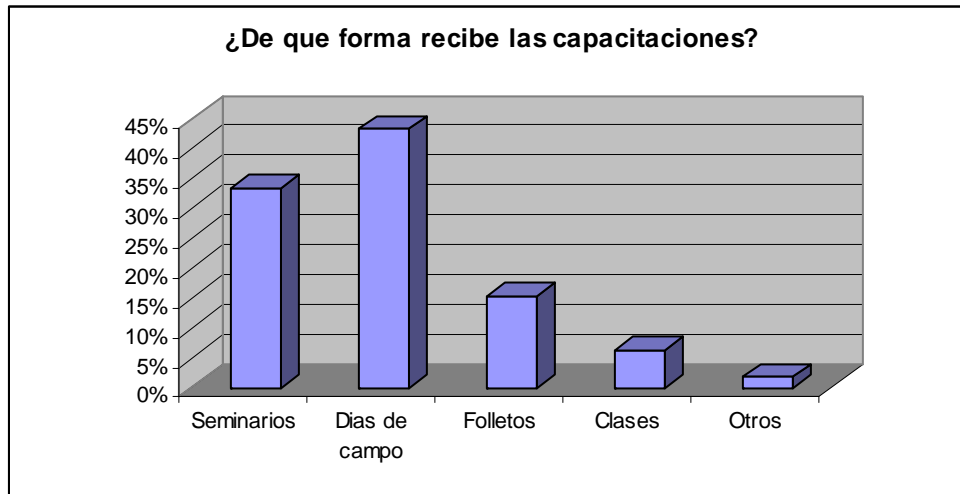


Figura 3 ¿De que forma recibe las capacitaciones?

Apreciamos que un 97% tiene la necesidad de capacitarse, pero como ya antes mencionado muchos no asisten a las capacitaciones por falta de tiempo y por que sienten la necesidad de no poder dejar sus obligaciones en el campo.

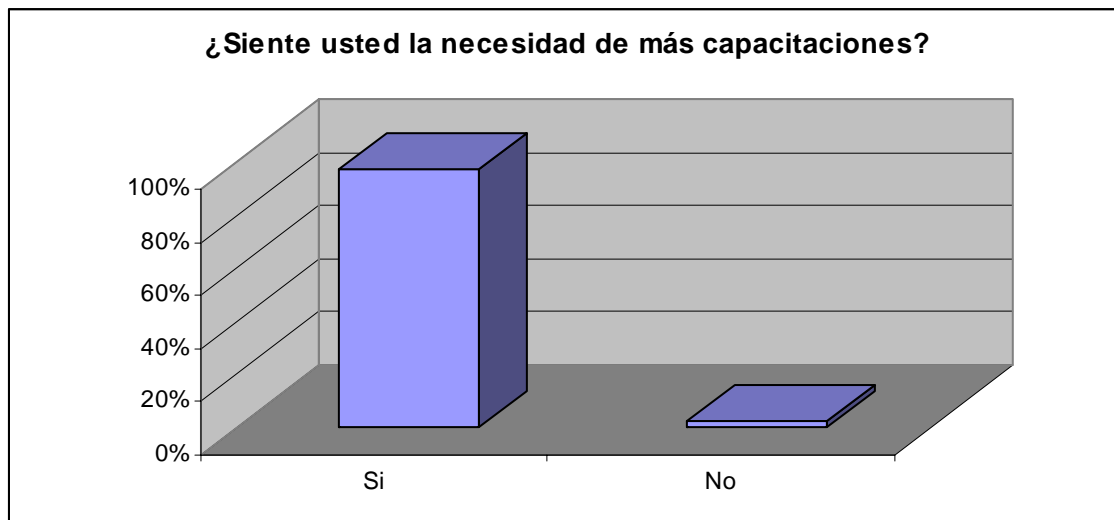


Figura 4 ¿Siente usted la necesidad de más capacitaciones?

En el cuadro 2, analizamos la aceptación del conocimiento, la accesibilidad y la utilización de Internet. En la actualidad no hay ningún lugar de los tres departamentos que no tenga acceso a Internet. El 74% de los productores tienen el conocimiento de la esta gran herramienta y de este porcentaje el 63% de ellos lo utilizan. Esto nos da una gran ventaja ya que para poder aplicar los TIC, esta herramienta es básica y con estos altos porcentajes de conocimiento, acceso y utilización sabemos que esta herramienta es muy comprensible por los productores.

	Conocimiento	Acceso	Utilización
<b>Intibucá</b>	76%	100%	69%
<b>Choluteca</b>	68%	100%	60%
<b>Santa Bárbara</b>	78%	100%	61%
<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>74%</b>	<b>100%</b>	<b>63%</b>

Del 63% de productores que utilizan el Internet, podemos observar la frecuencia de uso por semana del mismo. Apreciando que más del 50% de estos lo utilizan de 1 – 3 veces por semana, dándonos la oportunidad de decir que un alto porcentaje de ellos tienen la costumbre de utilizar esta herramienta.

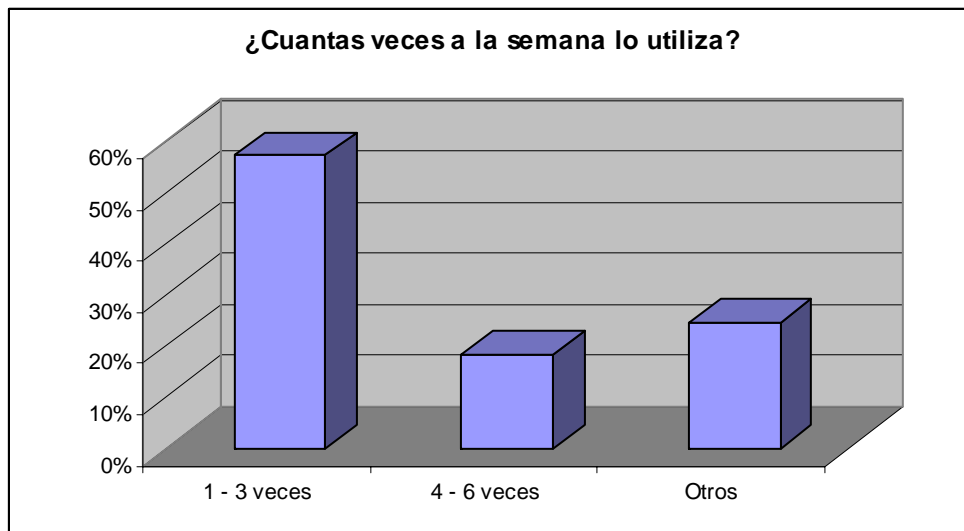


Figura 5 ¿Cuántas veces a la semana lo utiliza?

Casi un 60% de los productores utiliza el Internet para obtener información de sus cultivos, muchos de ellos comentaban que USAID les motivaba a utilizar el Internet mandándoles información por este medio y así mismo pudiendo ellos aclarar sus dudas. Otra de las conclusiones que se pueden sacar es la amplia necesidad de capacitarse que ellos tienen, y utilizan esta herramienta en sus tiempos libres, la cual utilizan para buscar algún tipo de información de la problemática en campo. El 23% recurre a esta herramienta para comunicarse ya sea vía correo electrónico o por medio de llamadas.

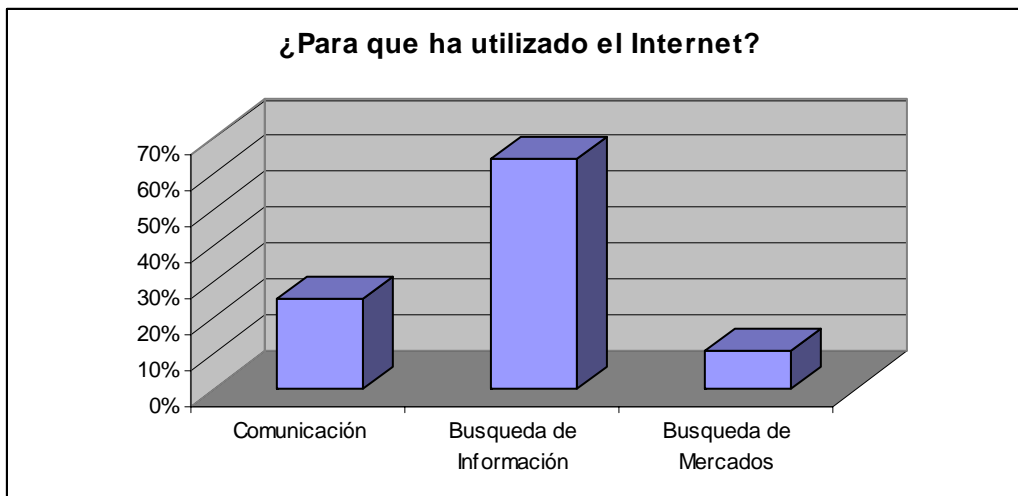


Figura 6 ¿Para que lo ha utilizado?

Más del 80%, nunca ha utilizado algún tipo de capacitación en línea, ósea que las experiencias que tienen con las TIC, son muy básicas.

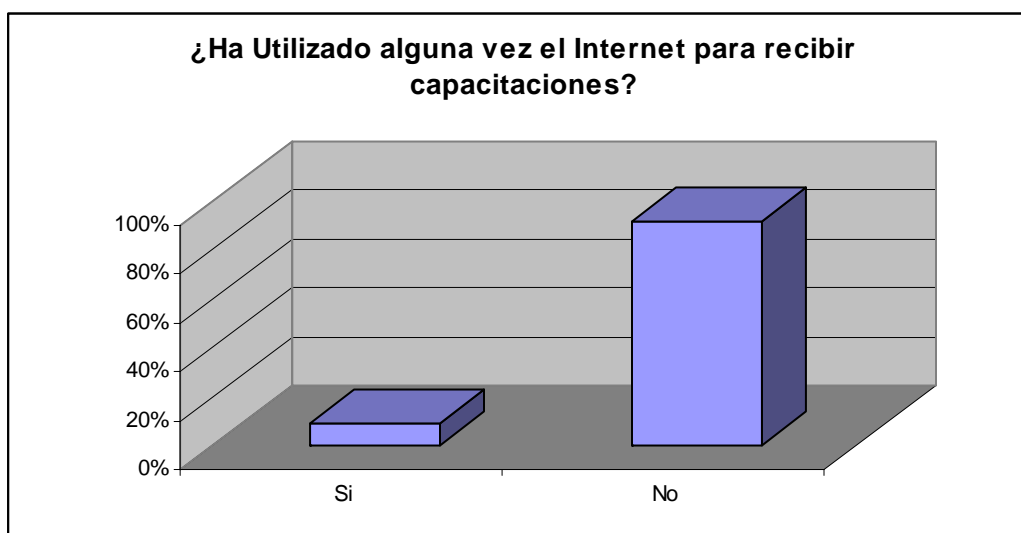


Figura 7 ¿Ha utilizado alguna vez el Internet para recibir capacitaciones?

Conocimiento de los productores hacia este tipo de capacitaciones no es nulo, podemos apreciar que un 40% de ellos, saben de la existencia de ellas, pero no las utilizan por la misma inexperiencia que tienen con este tipo de capacitación, al momento de encuestarlos ellos demostraban mucho su interés por esta herramienta y aceptaban que si existiera mas disponibilidad para ellos de ella si estarían dispuestos a utilizarla.

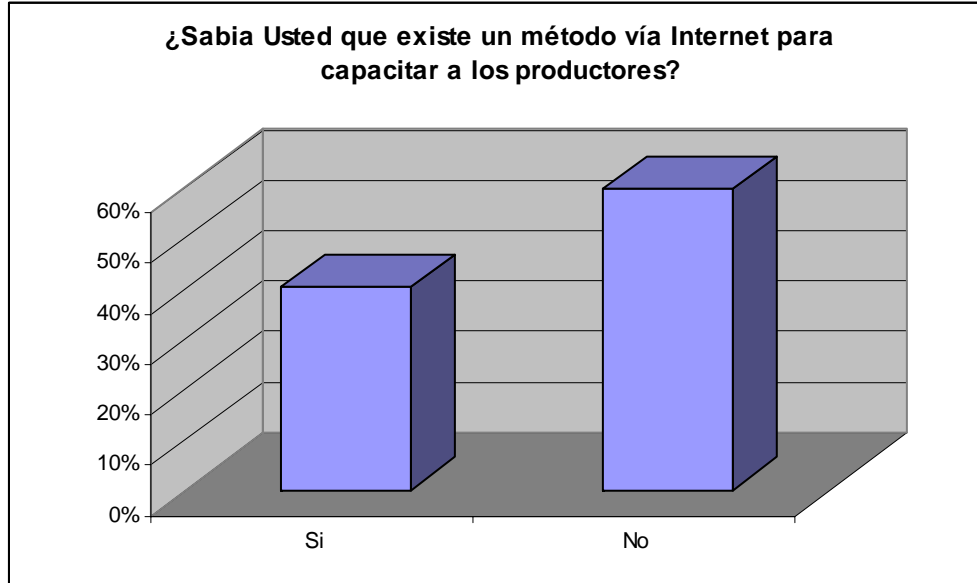


Figura 8 ¿Sabía usted que existe un método vía Internet para capacitar a los productores?

## 4.2 RESULTADOS POR ZONA

### 4.2.1 Intibucá

Como resultado podemos observar que las tres porciones de producción más grandes en el departamento son papa, fresa y café. Esto es debido a las propiedades climáticas del sector. Y el mismo conocimiento de los productores a este tipo de cultivos.

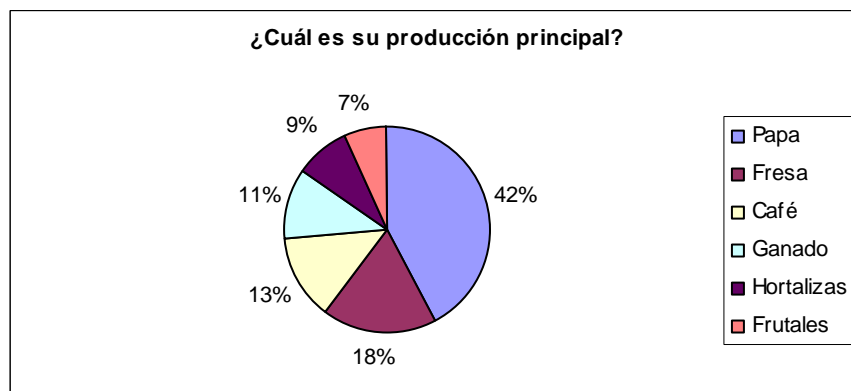


Figura 9 ¿Cuál es su producción principal? - Intibucá

Analizando la siguiente grafica vemos que el mercado mas grande para esta zona esta en San Pedro Sula, posteriormente siendo el mismo departamento como su mayor lugar de venta. Vale la pena recalcar que los productores que exportan no son exportadores directos, sino por medio de una compañía que les compra el producto y lo manda fuera del país.

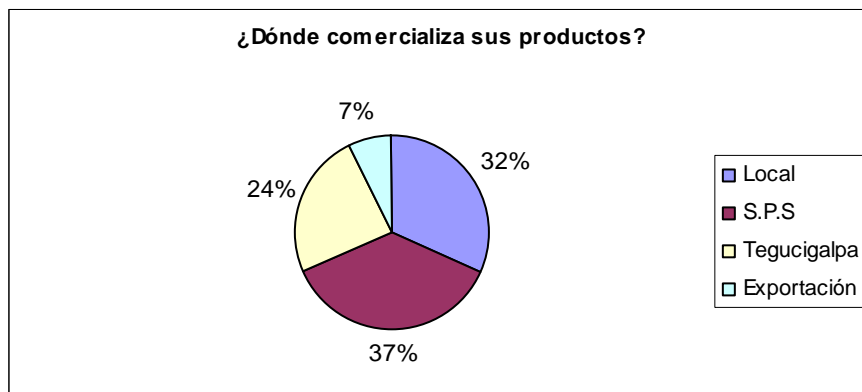


Figura 10 ¿Dónde comercializa sus productos? - Intibucá

Podemos prestar atención al siguiente pastel el cual nos dice el porcentaje de personas que reciben asistencia técnica o capacitaciones en el sector de Intibucá. Cabe recalcar que este tipo de asistencias son mayormente presenciales o días de campo, estos resultados los veremos en otra grafica tomada en el estudio.

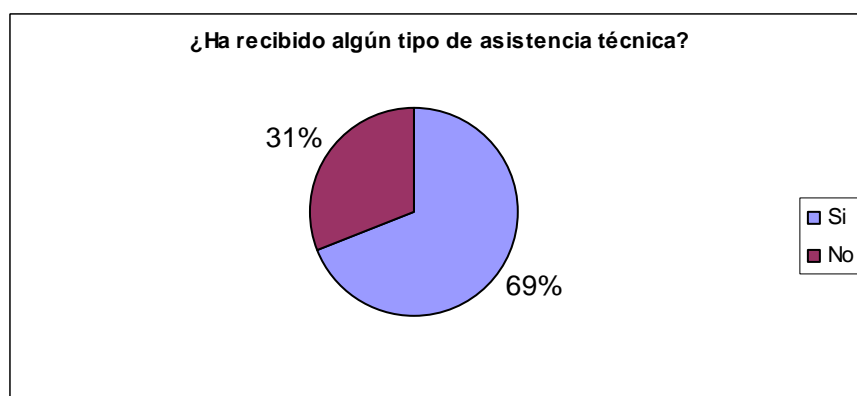


Figura 11 ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica? - Intibucá

En el siguiente grafico se reflejan las instituciones que han dado capacitaciones en cuanto a la utilización de productos, como de manejos de la producción. Se puede apreciar que la gran mayoría de capacitaciones en este sector han sido brindadas por la FHIA y por las casas agropecuarias, debido a que el productor muchas veces por tiempo y poder adquisitivo prefiere no asistir a capacitaciones por invitación si no capacitarse por medio del entorno que lo rodea.



Figura 12 ¿De qué instituciones? - Intibucá

Vemos la frecuencia con la cual los productores se capacitan, podemos analizar que la opción que tuvo mayor contestación fue otros, en el cual ellos se referían anualmente un 58% y solo cuando tenían necesidad un 42%.

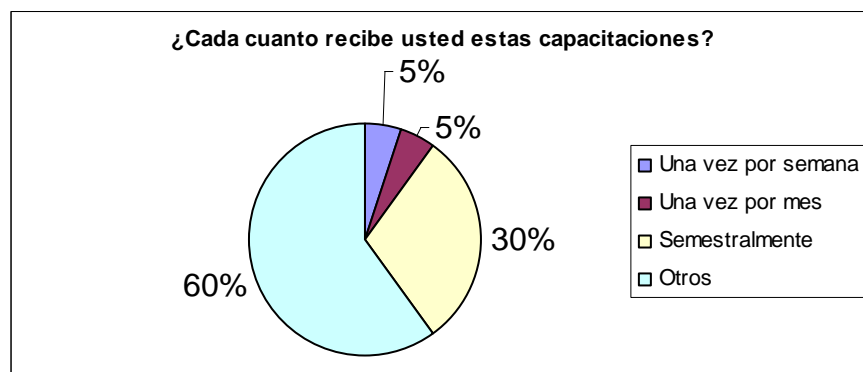


Figura 13 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones? - Intibucá

Podemos apreciar que a gran mayoría de las capacitaciones recibidas por los productores es en días de campo tanto en las fincas de ellos que son visitadas por asesores como en otras fincas con parcelas demostrativas. Luego tenemos que el resto de capacitaciones son por medio de seminarios brindados por la FHIA y las casas agropecuarias en su mayoría.

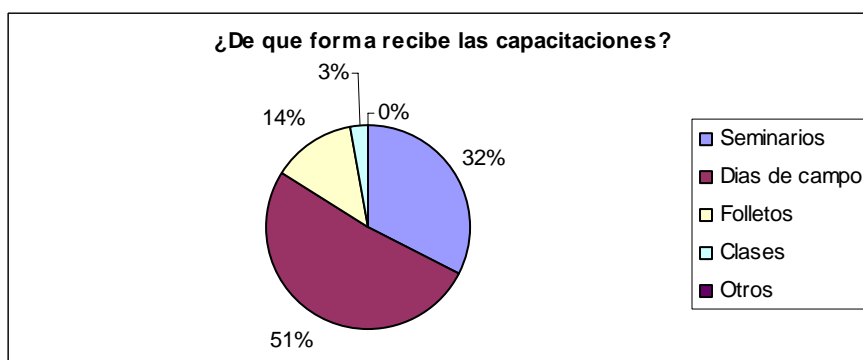


Figura 14 ¿De que forma recibe las capacitaciones? - Intibucá

Esta grafica representa la cantidad de capacitaciones que han recibido a lo largo de un mes. Como antes había mencionado los productores buscan capacitarse de una buena manera en el menor tiempo posible y a un menor costo. Por ende podemos observar que el número de capacitaciones que reciben por mes son mínimas.

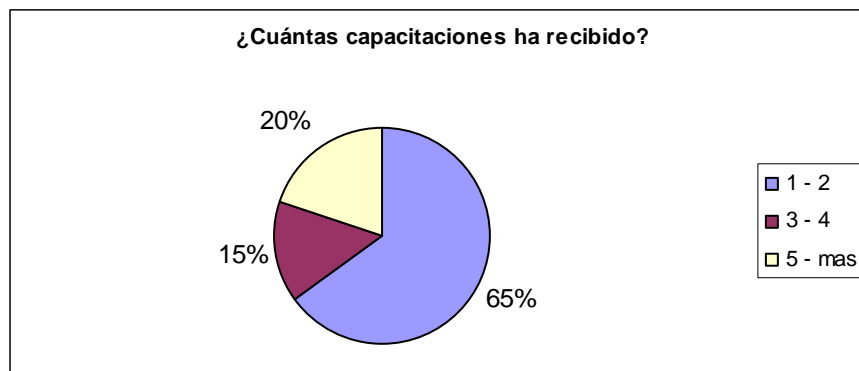


Figura 15 ¿Cuántas capacitaciones ha recibido? - Intibucá

Valoramos los temas que los productores han recibido viendo que la gran mayoría ha estado interesado en temas del manejo de su producción sin importar cual sea esta. Por las características de la zona muchos están interesados en saber acerca de la nutrición cuando hablamos de bovinos y de la fertilización cuando nos referimos a los cultivos.

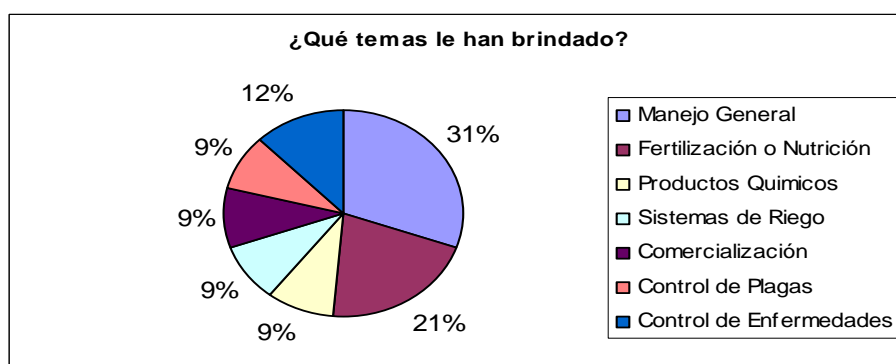


Figura 16 ¿Qué temas le han brindado? - Intibucá

La gran necesidad de capacitación que tienen los productores se puede reflejar en el siguiente pastel. Observamos que la gran mayoría de los productores sienten la necesidad de ser capacitados y están dispuestos a capacitarse siempre y cuando sea una forma accesible para ellos y que cubra las necesidades que ellos tienen.

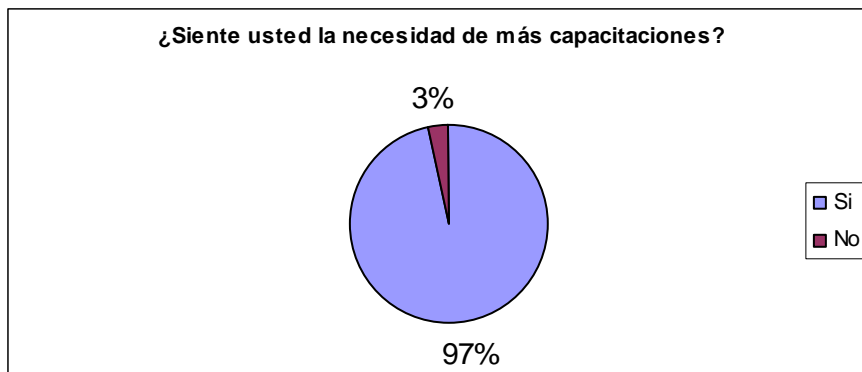


Figura 17 ¿Siente la necesidad de más capacitaciones? - Intibucá

Como antes mencionado los productores están cada día mas interesados en saber como mejorar su producción. El mayor interés de ellos es capacitarse y actualizarse cada día mas con lo que es la tecnología y los nuevos mercados, así mismo ver como combatir las molestias que tienen dentro de sus cultivos como ser enfermedades y plagas. Una cosa muy importante que hay que recalcar, es que siempre el productor busca la manera de cómo vender mejor su producto y ver que técnicas puede utilizar para hacerlo.

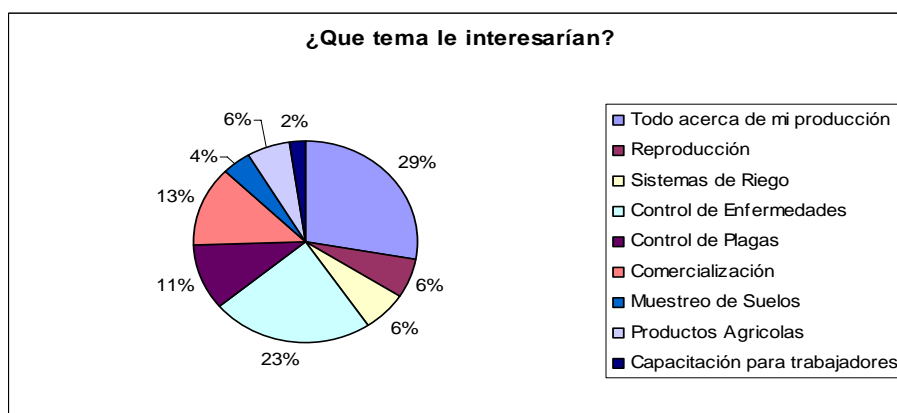


Figura 18 ¿Qué temas le interesarían? - Intibucá

En el cuadro 3 podemos interpretar tres cosas básicas para la utilización de las TIC que son conocimiento, la disponibilidad de acceso y el uso del Internet. En el departamento de Intibucá hay más de 15 centros de Internet y comunicación, contando los privados y los del gobierno. Por ende se determino por medio de las encuestas que el acceso es 100% para todo tipo de productor. Considerando el conocimiento de los productores para esta herramienta vemos que el 76% de ellos saben lo que es el Internet y de este 76% un 69% lo ha utilizado para cualquier tipo de actividad.

Cuadro 3 Porcentajes de conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en Intibucá			
	Conocimiento	Acceso	Utilización
Si	76%	100%	69%
No	24%	0%	31%

De un 69% de productores que utilizan el Internet podemos presumir que en 50% lo utiliza por lo menos de 1 – 3 veces por semana, dándonos a conocer que la gran mayoría tiene una formalidad con la utilización de esta herramienta.

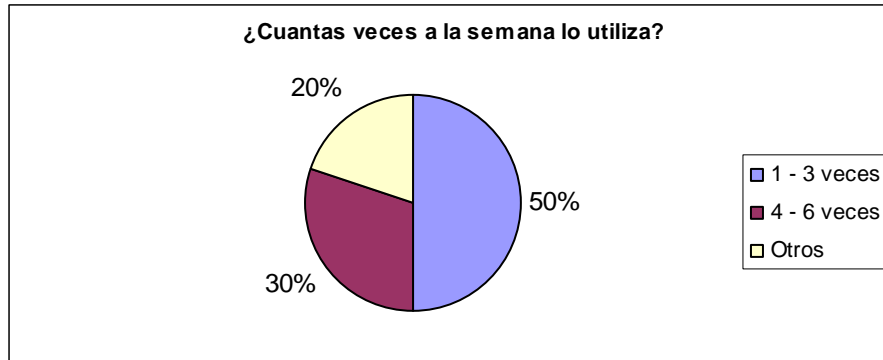


Figura 19 ¿Cuántas veces a la semana utiliza el Internet? - Intibucá

El resultado arrojado por las encuestas en cuanto a la utilización del Internet nos dice que el 71% de los productores ya están recurriendo a esta herramienta para buscar información acerca de sus productos. Un 22% utiliza la herramienta para comunicación como decir correo electrónico y llamadas telefónicas al extranjero y un 7% andan buscando la comercialización de sus productos. Esto nos refleja la necesidad que tienen los productores en capacitarse y buscan una manera como es la información que se ofrece en la red. Esta habilidad favorece la utilización de los TIC ya que esto viene a ser parte de uno de los principios.

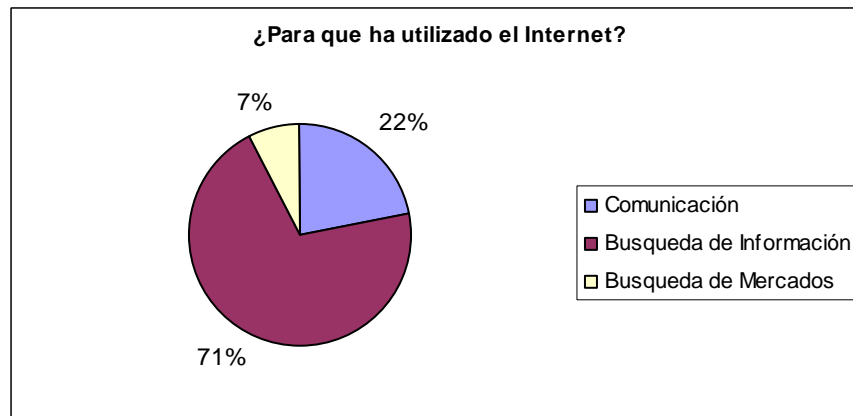


Figura 20 ¿Para que ha utilizado el Internet? - Intibucá

El resultado demostrado en la siguiente grafica de pastel nos dice que es un porcentaje muy pequeño de productores que han recibido lo que son capacitaciones por Internet. Y dentro de la investigación muchos de los productores dieron explicaciones que las veces que lo utilizaban eran por que instituciones como USAID – RED mandaban actualizaciones o noticias por este medio, siendo esto un tipo de capacitación mínima para el productor.

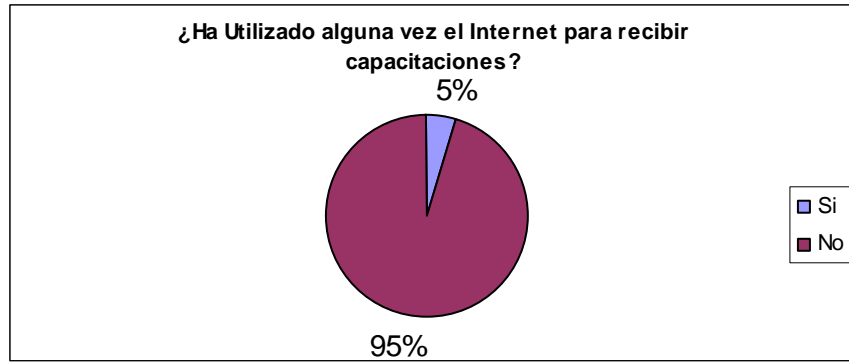


Figura 21 ¿Ha utilizado el Internet para recibir capacitaciones? - Intibucá

El conocimiento de los productores a las formas de capacitación por medio del Internet no es ningún pormenor a analizar. Los resultados obtenidos fueron muy equivalentes, pero vemos también la necesidad de hacer mas promociones de esta gran herramienta que ellos tienen disponibilidad de uso.

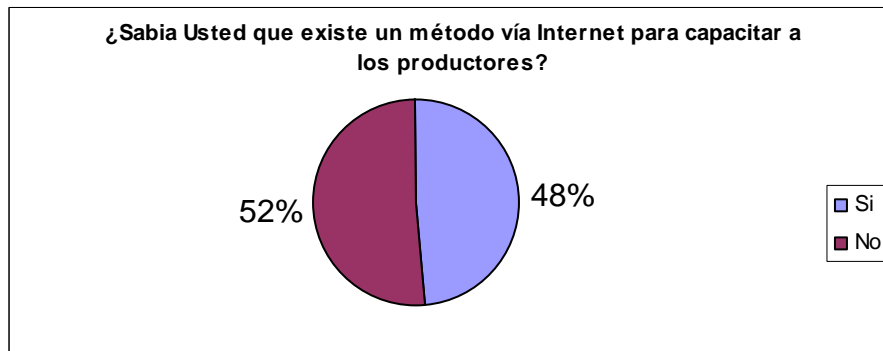


Figura 22 ¿Sabia usted que existe un método vía Internet para capacitarse? - Intibucá

#### 4.2.2 Choluteca

La zona esta caracterizada como una zona melonera y altas producciones de sandía y camarón, por la metodología utilizada, no se pudo encuestar a productores de esta índole. Pero podemos apreciar que un 26% de los encuestados fueron productores de Marañon, un 23% ganadero y un 20% de productores de granos básicos.

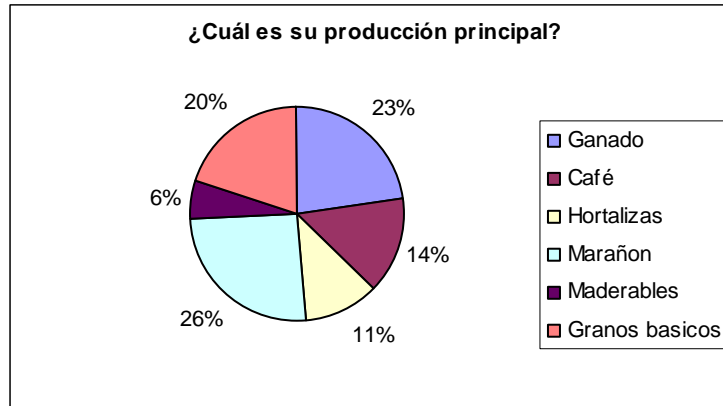


Figura 23 ¿Cuál es su producción principal? - Choluteca

La gran mayoría de los productores encuestados venden sus productos localmente a empresas que generalmente terminan exportando el producto o vendiéndolo a nivel nacional. Vale la pena mencionar que estas compañías exigen calidad y alta producción. La otra parte de los productores trabajan su producción para poder venderla a El Salvador, así mismo ellos mismos exportando su producto.

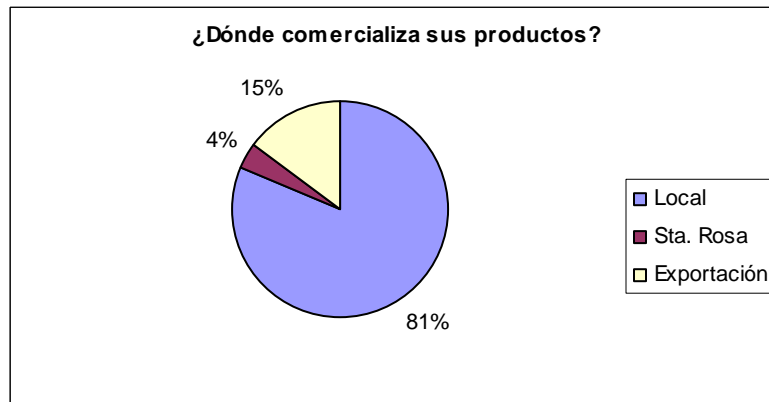


Figura 24 ¿Dónde comercializa sus productos? - Choluteca

Podemos prestar atención al siguiente pastel el cual nos dice el porcentaje de personas que reciben asistencia técnica o capacitaciones en el sector de Choluteca. Cabe remarcar que este tipo de asistencias son mayormente presénciales o días de campo, estos resultados los veremos en otra grafica tomada en el estudio.

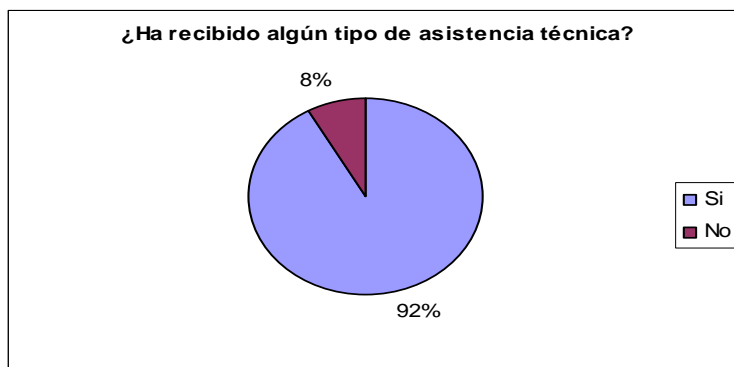


Figura 25 ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica? - Choluteca

En el siguiente grafico se reflejan las instituciones que han dado capacitaciones en cuanto a la utilización de productos, como de manejos de la producción. Se puede apreciar que la gran mayoría de capacitaciones en este sector han sido brindadas por HICAFE y por las casas agropecuarias, debido a que el productor muchas veces por tiempo y poder adquisitivo prefiere no asistir a capacitaciones por invitación si no capacitarse por medio del entorno que lo rodea o entes que les brindan la capacitación en sus sectores.

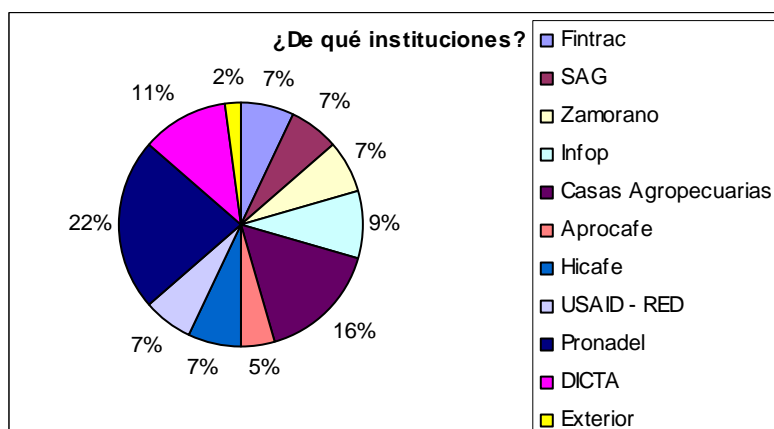


Figura 26 ¿De qué instituciones? - Choluteca

Vemos la frecuencia con la cual los productores se capacitan. Podemos analizar que la opción que tuvo mayor aceptación fue otros, en la cual ellos daban a entender cuatro diferentes posibilidades las cuales fueron: Cuando siento la necesidad 50%, trimestralmente 25%, bimestralmente 17% y anualmente 8%. Estos porcentajes son dentro del 48% que optaron por la opción de otros. El resto se puede apreciar que reciben capacitaciones una vez por mes (28%) y semestralmente (24%).

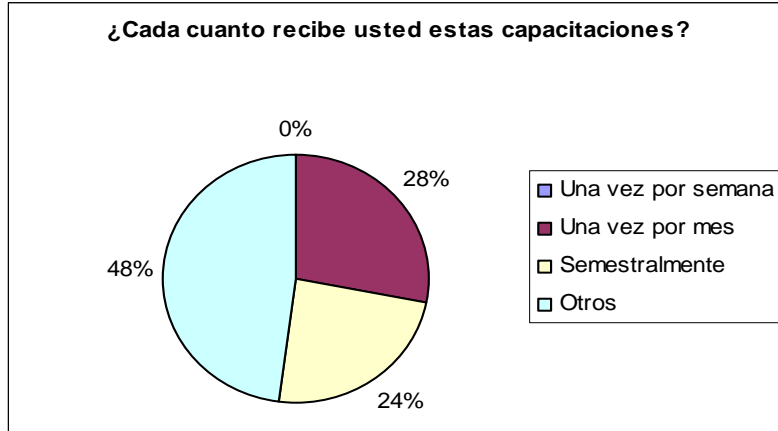


Figura 27 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones? - Choluteca

Podemos apreciar que a gran mayoría de las capacitaciones recibidas por los productores es por medio de seminarios brindados por HICAFE u otras instituciones. Como segunda opción analizamos los días de campo que son capacitaciones dadas por asesores o compañías que tienen parcelas demostrativas las cuales utilizan para ampliar y mejorar la forma de producción de la gente.

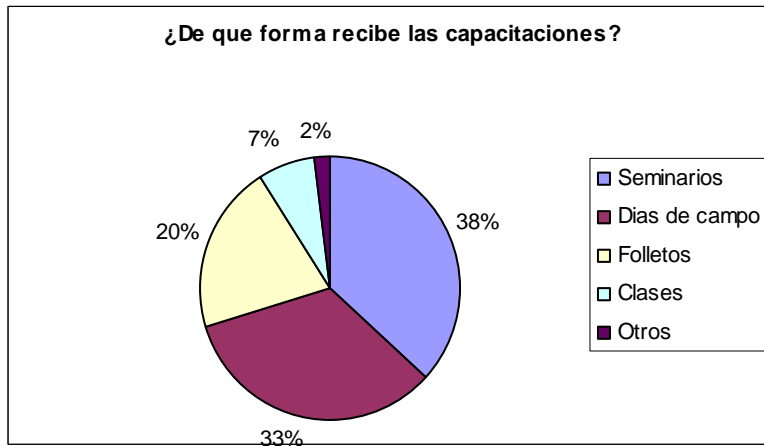


Figura 28 ¿De que forma recibe las capacitaciones? - Choluteca

Esta grafica representa la cantidad de capacitaciones que han recibido a lo largo de un mes. Apreciamos el interés alto de los productores en cuanto a capacitarse, ya que la mayor parte han sido capacitados de 5 o más veces por mes.

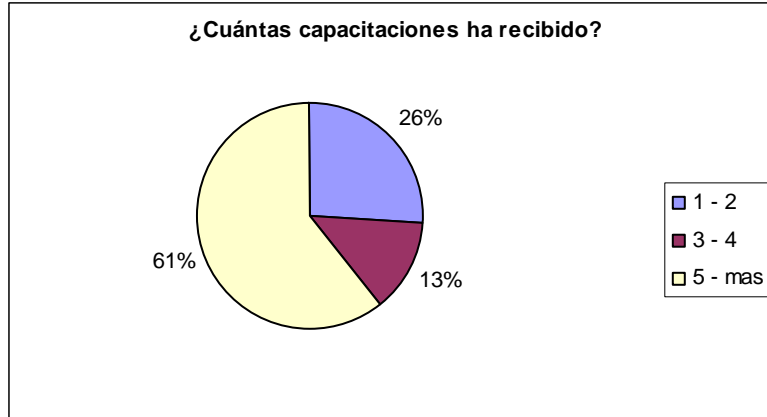


Figura 29 ¿Cuántas capacitaciones ha recibido? - Cholulteca

Valoramos los temas que los productores han recibido viendo que la gran mayoría ha estado interesado en temas del manejo de su producción sin importar cual sea esta. Por las características de la zona muchos están interesados en saber acerca de cómo comercializar de una mejor forma sus productos, como ya antes mencionado los productores generalmente venden sus productos a compañías que lo exportan, en donde ellos pierden una ganancia muy importante y es en la que ellos están interesados.

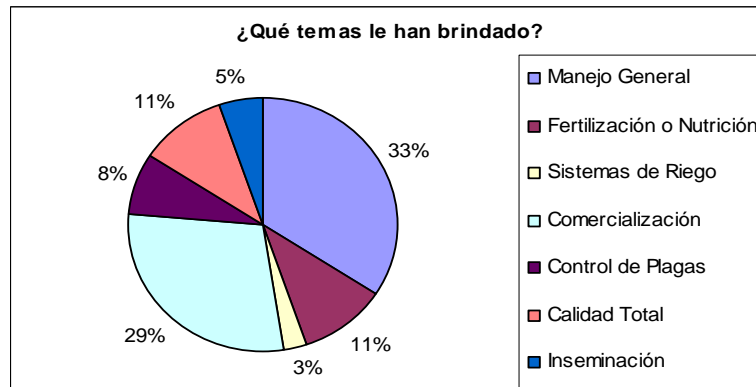


Figura 30 ¿Qué temas le han brindado? - Cholulteca

La gran necesidad de capacitación que tienen los productores se puede reflejar en la siguiente grafica. Observamos que el 100% de los productores sienten la necesidad de ser capacitados y están dispuestos a capacitarse siempre y cuando sea una forma accesible para ellos y que cubra las necesidades que ellos tienen.

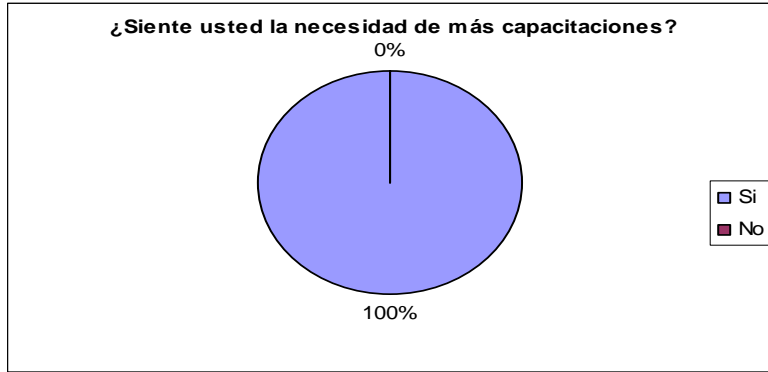


Figura 31 ¿Siente la necesidad de más capacitaciones? - Choluteca

Como antes mencionado los productores están cada día mas interesados en saber como mejorar su producción. El mayor interés de ellos es capacitarse y actualizarse cada día mas con lo que es la tecnología y los nuevos mercados, así mismo ver como combatir las molestias que tienen dentro de sus cultivos como ser enfermedades y plagas. Una cosa muy importante que hay que recalcar, es que siempre el productor busca la manera de cómo vender mejor su producto y ver que técnicas puede utilizar para hacerlo.

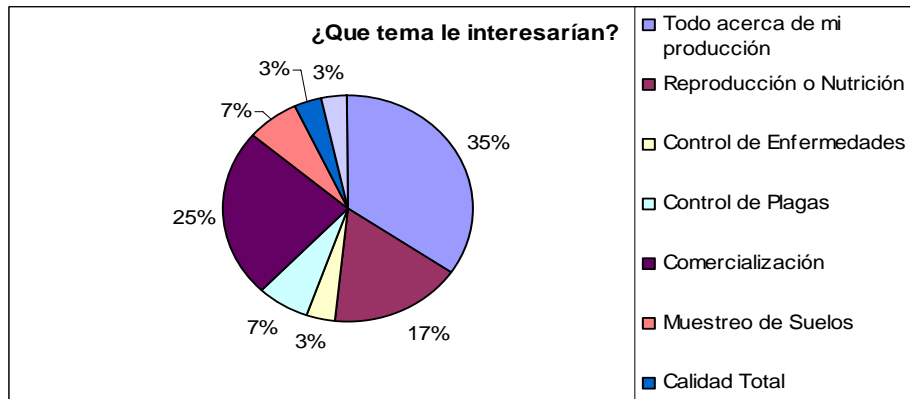


Figura 32 ¿Qué temas le interesarían? - Choluteca

En el cuadro 4 podemos interpretar tres cosas básicas para la utilización de las TIC que son conocimiento, la disponibilidad de acceso y el uso del Internet. En el departamento de Choluteca hay más de 20 centros de Internet y comunicación, contando los privados y los del gobierno. Por ende se determino por medio de las encuestas que el acceso es 100% para todo tipo de productor. Considerando el conocimiento de los productores para esta herramienta vemos que el 68% de ellos saben lo que es el Internet y de este porcentaje un 60% lo ha utilizado para cualquier tipo de actividad.

Cuadro 4 Porcentajes de conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en Choluteca			
	Conocimiento	Acceso	Utilización
<b>Si</b>	68%	100%	60%
<b>No</b>	32%	0%	40%

De un 60% de productores que utilizan el Internet podemos presumir que un 47% lo utiliza por lo menos de 1 – 3 veces por semana, dándonos a conocer que la gran mayoría tiene una formalidad con la utilización de esta herramienta.

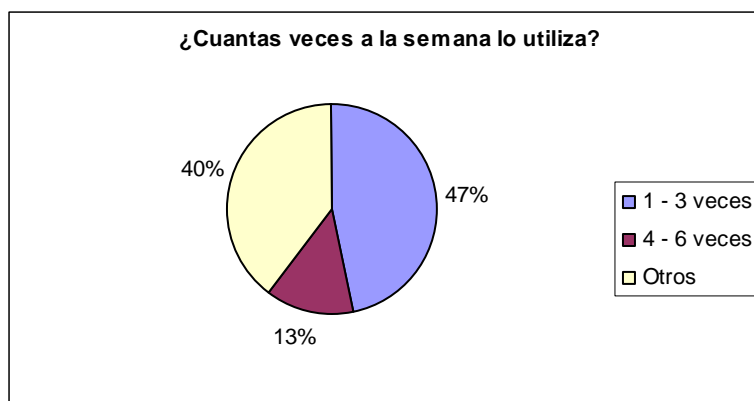


Figura 33 ¿Cuántas veces a la semana utiliza el Internet? - Choluteca

El resultado arrojado por las encuestas en cuanto a la utilización del Internet nos dice que el 68% de los productores ya están recurriendo a esta herramienta para buscar información acerca de sus productos. Un 21% utiliza la herramienta para comunicación como decir correo electrónico y llamadas telefónicas al extranjero y un 11% andan buscando la comercialización de sus productos. Esto nos refleja la necesidad que tienen los productores en capacitarse y buscan una manera como es la información que se ofrece en la red. Esta habilidad favorece la utilización de los TIC ya que esto viene a ser parte de uno de los principios.

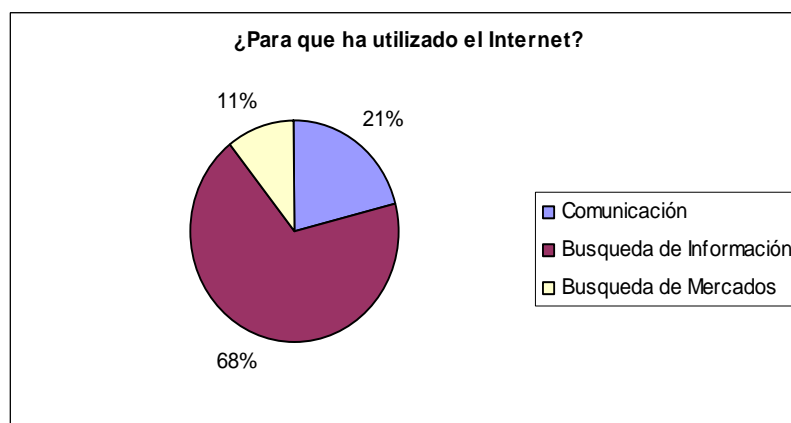


Figura 34 ¿Para que ha utilizado el Internet? - Choluteca

El resultado demostrado en la siguiente grafica de pastel nos dice que es un porcentaje muy pequeño de productores que han recibido lo que son capacitaciones por Internet. Y dentro de la investigación muchos de los productores dieron explicaciones que las veces que lo utilizaban eran por que instituciones como USAID – RED mandaban actualizaciones o noticias por este medio, siendo esto un tipo de capacitación mínima para el productor.

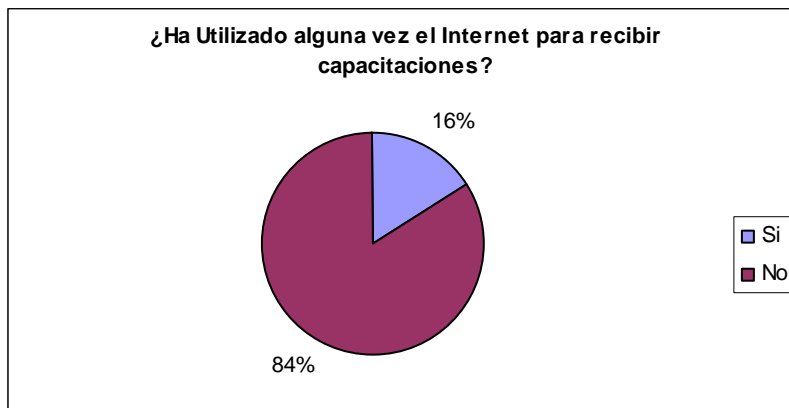


Figura 35 ¿Ha utilizado el Internet para recibir capacitaciones? - Choluteca

El conocimiento de los productores a las formas de capacitación por medio del Internet no es ningún pormenor a analizar. Los resultados obtenidos fueron muy equivalentes, pero vemos también la necesidad de hacer mas promociones de esta gran herramienta que ellos tienen disponibilidad de uso.



Figura 36 ¿Sabia usted que existe un método vía Internet para capacitarse? - Choluteca

### 4.2.3 Santa Bárbara

Por medio de la información recopilada se puede determinar que un 49% de los productores están dedicados a la ganadería ya sea especializada en un rubro o de doble propósito. Luego vemos que el sector cafetalero también tiene una población alta con un 20%, el resto de los cultivos están uniformes en su producción.

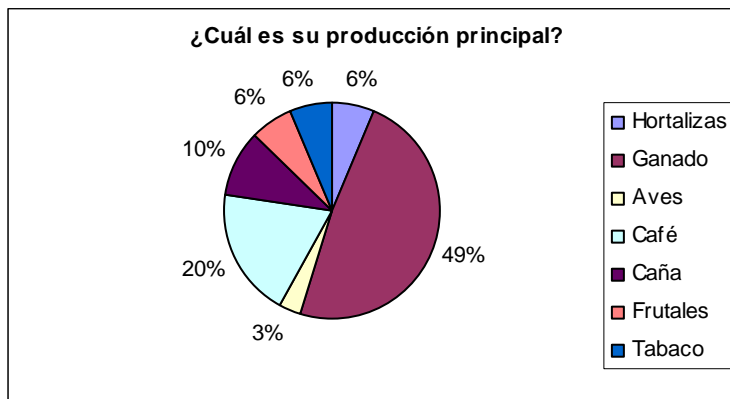


Figura 37 ¿Cuál es su producción principal? - Santa Bárbara

La gran mayoría de los productores encuestados venden sus productos localmente a empresas que generalmente terminan vendiéndolo a nivel nacional, como decir la SULA. Vale la pena mencionar que estas compañías exigen calidad y alta producción. La otra parte de los productores trabajan su producción para poder venderla en mercados exteriores directamente. Y otros buscan mercados a nivel nacional como ser San Pedro Sula.

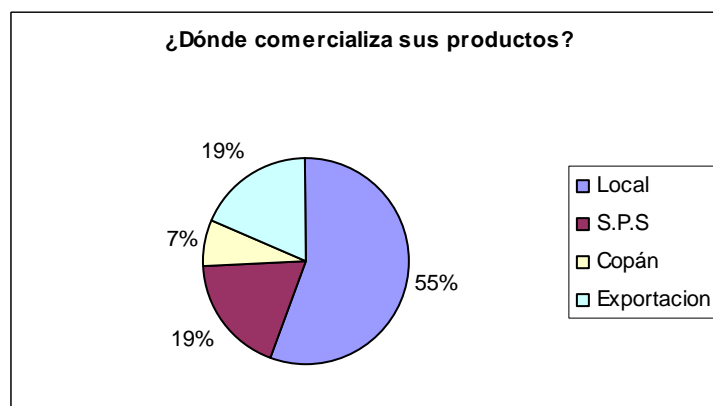


Figura 38 ¿Dónde comercializa sus productos? - Santa Bárbara

Podemos prestar atención al siguiente pastel el cual nos dice el porcentaje de personas que reciben asistencia técnica o capacitaciones en el sector de Santa Bárbara. Cabe remarcar que este tipo de asistencias son mayormente presenciales o días de campo, estos resultados los veremos en otra grafica tomada en el estudio. Es permisible recalcar que en esta zona el porcentaje de gente capacitada es mucho menor al de las zonas anteriormente vistas.

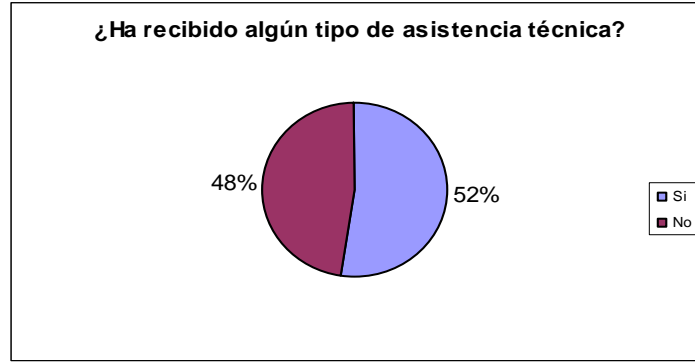


Figura 39 ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica? - Santa Bárbara

En el siguiente grafico se reflejan las instituciones que han dado capacitaciones en cuanto a la utilización de productos, como de manejos de la producción. Se puede apreciar que la gran mayoría de capacitaciones en este sector han sido brindadas por HICAFE, INFOP y por las casas agropecuarias, debido a que el productor muchas veces por tiempo y poder adquisitivo prefiere no asistir a capacitaciones por invitación si no capacitarse por medio del entorno que lo rodea o entes que les brindan la capacitación en sus sectores.

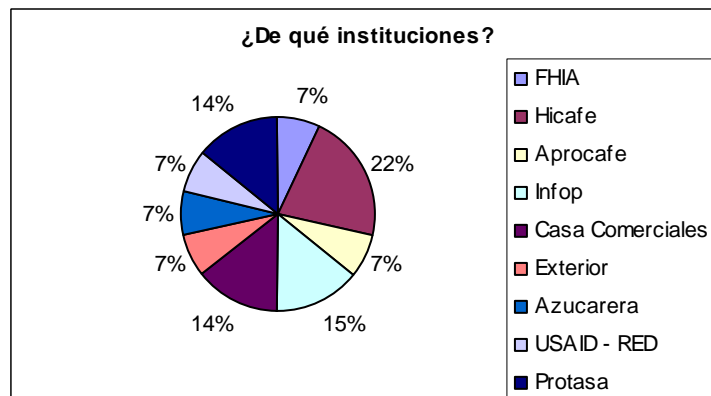


Figura 40 ¿De qué instituciones? - Santa Bárbara

Los resultados obtenidos en el siguiente grafico, son muy uniformes en cuanto a los porcentajes, podemos apreciar que las opciones mayormente escogidas son semestralmente 42% u otros con 42%, en el cual se dieron los siguientes resultado: Cuando tengo la necesidad 40%, anualmente 40%, bienalmente 20%. Con esto podemos determinar que la cantidad de capacitaciones obtenidas por los productores son muy pocas y con largos periodos de descanso.

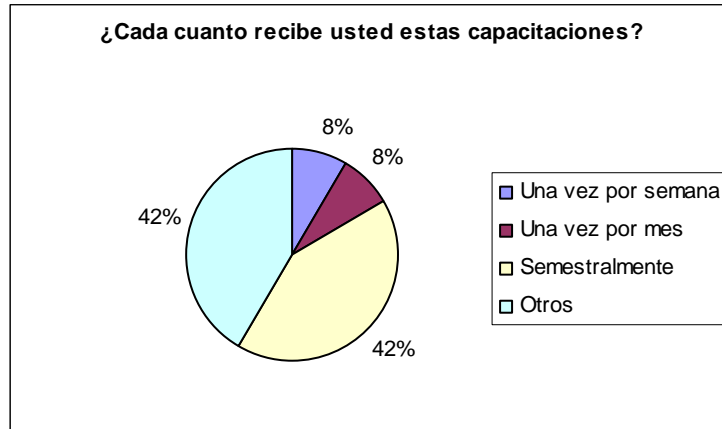


Figura 41 ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones? - Santa Bárbara

Podemos apreciar que a gran mayoría de las capacitaciones recibidas por los productores es en días de campo tanto en las fincas de ellos que son visitadas por asesores como en otras fincas con parcelas demostrativas. Luego tenemos que el resto de capacitaciones son por medio de seminarios brindados por HICAFE y las casas agropecuarias en su mayoría.

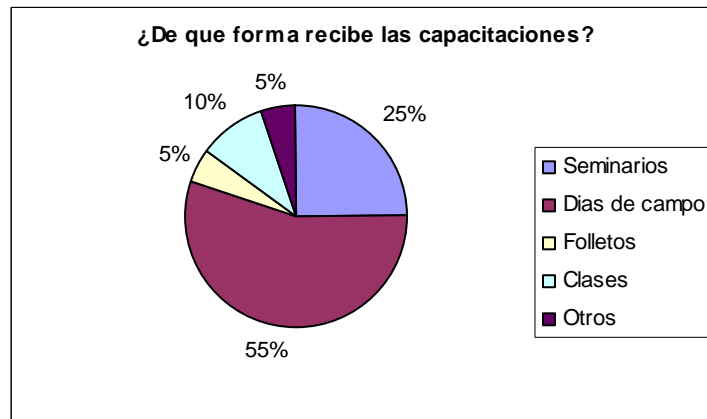


Figura 42 ¿De que forma recibe las capacitaciones? - Santa Bárbara

Esta grafica representa la cantidad de capacitaciones que han recibido a lo largo de un mes. Como antes había mencionado los productores buscan capacitarse de una buena manera en el menor tiempo posible y a un menor costo. Por ende podemos observar que el número de capacitaciones que reciben por mes son mínimas.

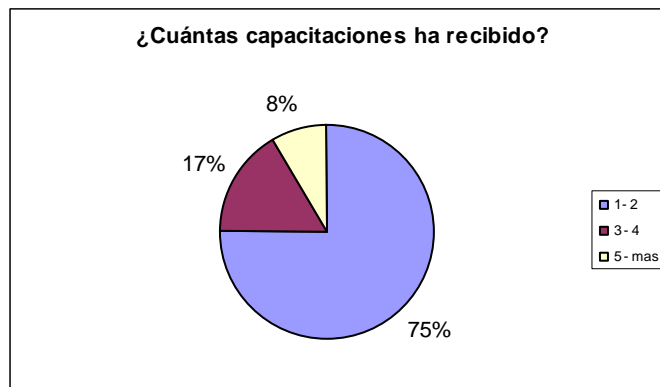


Figura 43 ¿Cuántas capacitaciones ha recibido? - Santa Bárbara

Valoramos los temas que los productores han recibido viendo que la gran mayoría ha estado interesado en temas del manejo de su producción si importar cual sea esta. Por las características de la zona muchos están interesados en saber acerca de la nutrición cuando hablamos de bovinos y de la fertilización cuando nos referimos a los cultivos.

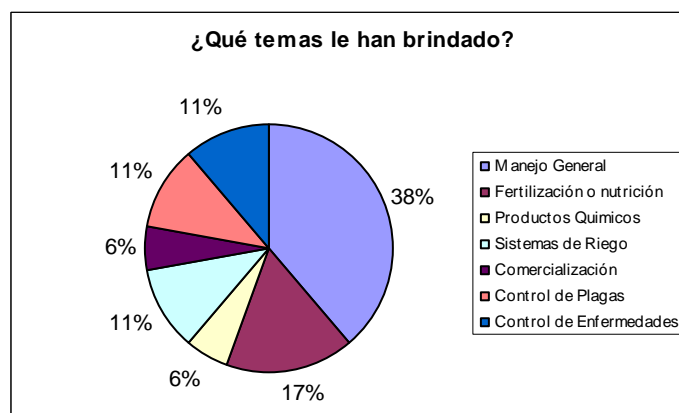


Figura 44 ¿Qué temas le han brindado? - Santa Bárbara

La gran necesidad de capacitación que tienen los productores se puede reflejar en el siguiente pastel. Observamos que la gran mayoría de los productores sienten la necesidad de ser capacitados y están dispuestos a capacitarse siempre y cuando sea una forma accesible para ellos y que cubra las necesidades que ellos tienen.

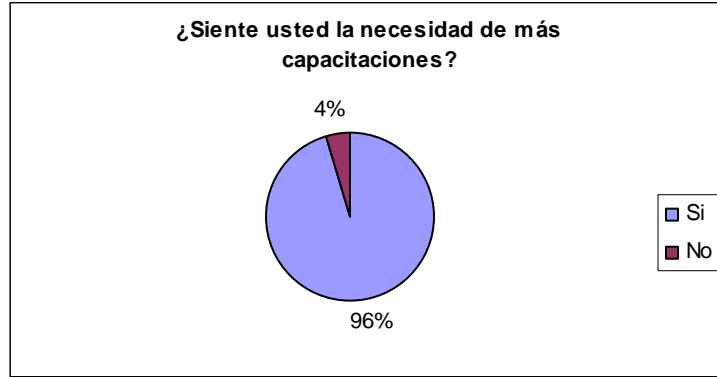


Figura 45 ¿Siente la necesidad de más capacitaciones? - Santa Bárbara

Como antes mencionado los productores están cada día mas interesados en saber como mejorar su producción. El mayor interés de ellos es capacitarse y actualizarse cada día mas con lo que es la tecnología y los nuevos mercados, así mismo ver como combatir las molestias que tienen dentro de sus rubros como ser una mejor nutrición o fertilización.

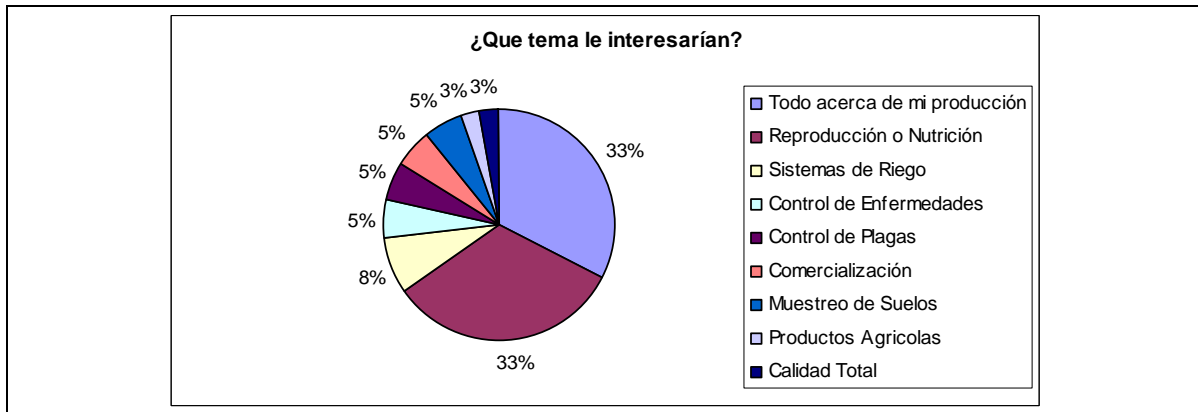


Figura 46 ¿Qué temas le interesarían? - Santa Bárbara

En el cuadro 5 podemos interpretar tres cosas básicas para la utilización de las TIC que son conocimiento, la disponibilidad de acceso y el uso del Internet. En el departamento de Santa Bárbara hay más de 10 centros de Internet y comunicación, contando los privados y los del gobierno. Por ende se determino por medio de las encuestas que el acceso es 100% para todo tipo de productor. Considerando el conocimiento de los productores para esta herramienta vemos que el 78% de ellos saben lo que es el Internet y de este porcentaje un 61% lo ha utilizado para cualquier tipo de actividad.

Cuadro 5 Porcentajes de conocimiento, accesibilidad y utilización de Internet en Santa Bárbara			
	Conocimiento	Acceso	Utilización
<b>Si</b>	78%	100%	61%
<b>No</b>	22%	0%	39%

De un 61% de productores que utilizan el Internet podemos presumir que en 79% lo utiliza por lo menos de 1 – 3 veces por semana, dándonos a conocer que la gran mayoría tiene una formalidad con la utilización de esta herramienta.

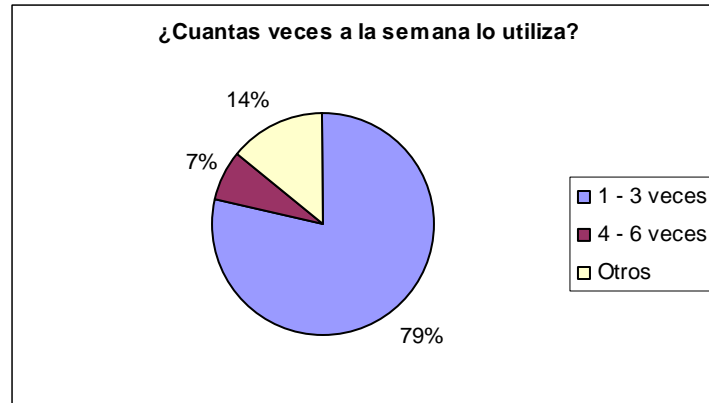


Figura 47 ¿Cuántas veces a la semana utiliza el Internet? - Santa Bárbara

El resultado arrojado por las encuestas en cuanto a la utilización del Internet nos dice que el 53% de los productores ya están recurriendo a esta herramienta para buscar información acerca de sus productos. Un 33% utiliza la herramienta para comunicación como decir correo electrónico y llamadas telefónicas al extranjero y un 14% andan buscando la comercialización de sus productos. Esto nos refleja la necesidad que tienen los productores en capacitarse y buscan una manera como es la información que se ofrece en la red. Esta habilidad favorece la utilización de los TIC ya que esto viene a ser parte de uno de los principios.

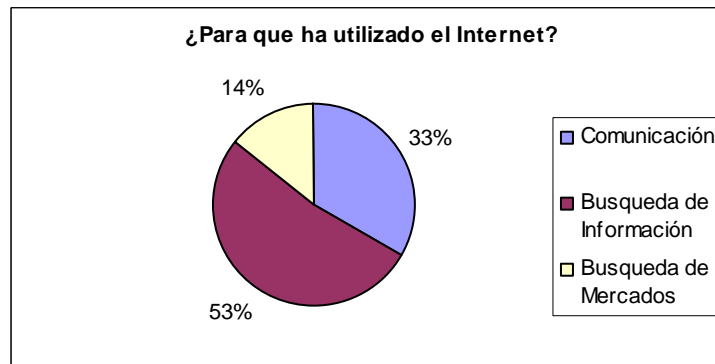


Figura 48 ¿Para que ha utilizado el Internet? - Santa Bárbara

El resultado demostrado en la siguiente grafica de pastel nos dice que es un porcentaje muy pequeño de productores que han recibido lo que son capacitaciones por Internet. Y dentro de la investigación muchos de los productores dieron explicaciones que las veces que lo utilizaban eran por que instituciones como USAID – RED mandaban actualizaciones o noticias por este medio, siendo esto un tipo de capacitación mínima para el productor.

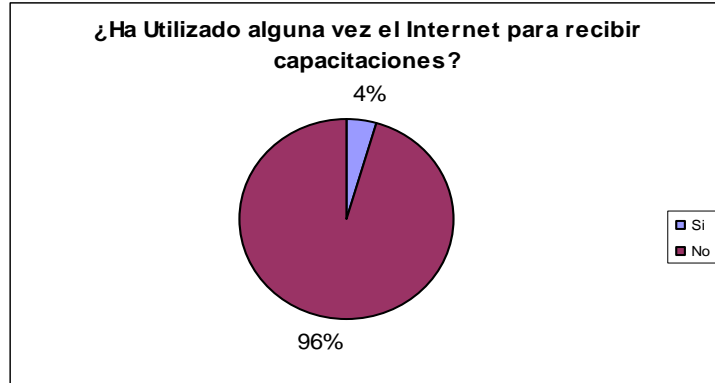


Figura 49 ¿Ha utilizado el Internet para recibir capacitaciones? - Santa Bárbara

El conocimiento de los productores a las formas de capacitación por medio del Internet no es ningún pormenor a analizar. Los resultados obtenidos fueron mas el desconocimiento de este tipo de capacitación, vemos también la necesidad de hacer mas promociones de esta gran herramienta que ellos tienen disponibilidad de uso.

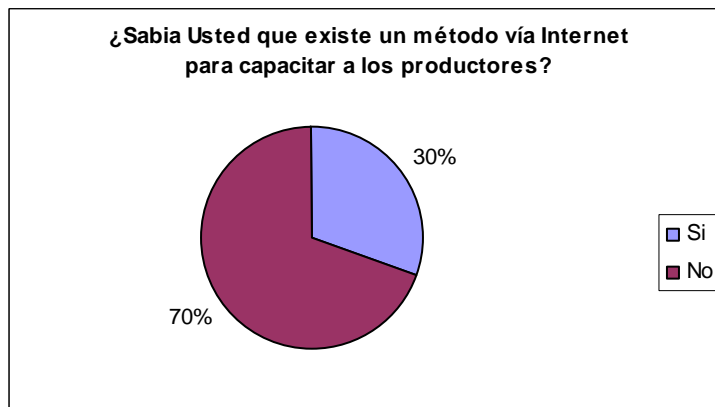


Figura 50 ¿Sabia usted que existe un método vía Internet para capacitarse? - Santa Bárbara

### 4.3 PUNTOS CLAVES

#### 4.3.1 Intibucá

Una zona altamente productiva de frutales, papa, café, ganado y hortalizas. Esto es debido a las propiedades climáticas y de terreno que tiene la zona. Su mercado es nacional, especialmente San Pedro Sula, localmente y muy poco producto de exportación directa y vale la pena recalcar que los productores que exportan no son exportadores directos, sino por medio de una compañía que les compra el producto y lo manda fuera del país.

El porcentaje de personas que reciben asistencia técnica o capacitaciones en el sector de Intibucá es de un 69% del cual cabe remarcar que este tipo de asistencias son mayormente presenciales y de días de campo.

Las instituciones que han dado capacitaciones en cuanto a la utilización de productos, como de manejos de la producción. Se pudo apreciar que la gran mayoría de capacitaciones en este sector han sido brindadas por la FHIA y por las casas agropecuarias, debido a que el productor muchas veces por tiempo y poder adquisitivo prefiere no asistir a capacitaciones por invitación si no capacitarse por medio del entorno que lo rodea.

El 35% de los productores reciben capacitaciones solo una vez por año sumándole un 30% que solo lo hacen 2 veces por año, todo esto es debido a que ellos dicen no tener el tiempo como para asistir a capacitaciones presenciales, ya que prefieren quedarse trabajando en el campo que asistir a una capacitación. Una de las facilidades de las TIC es la utilización de estas en tiempos libres, de esta manera el productor puede separar el trabajo de la capacitación y poderse capacitar en sus tiempos libres.

También podemos apreciar que a gran mayoría de las capacitaciones recibidas por los productores son por días de campo tanto en las fincas de ellos que son visitadas por asesores como en otras fincas con parcelas demostrativas. Luego tenemos que el resto de capacitaciones son por medio de seminarios brindados por la FHIA y las casas agropecuarias en su mayoría.

Como antes había mencionado los productores buscan capacitarse de una buena manera en el menor tiempo posible y a un menor costo. Por ende podemos concluir que el número de capacitaciones que reciben por mes oscilan entre 1 – 3 capacitaciones al mes.

Valoramos los temas que los productores han recibido viendo que la gran mayoría ha estado interesado en temas del manejo de su producción sin importar cual sea esta. Por las características de la zona muchos están interesados en saber acerca de la nutrición cuando hablamos de bovinos y de la fertilización cuando nos referimos a los cultivos.

La gran mayoría de los productores sienten la necesidad de ser capacitados y están dispuestos a capacitarse siempre y cuando sea una forma accesible para ellos y que cubra las necesidades que ellos tienen.

Como antes mencionado los productores están cada día mas interesados en saber como mejorar su producción. El mayor interés de ellos es capacitarse y actualizarse cada día mas con lo que es la tecnología y los nuevos mercados, así mismo ver como combatir las molestias que tienen dentro de sus cultivos como ser enfermedades y plagas. Una cosa muy importante que hay que recalcar, es que siempre el productor busca la manera de cómo vender mejor su producto y ver que técnicas puede utilizar para hacerlo.

En el departamento de Intibucá hay más de 15 centros de Internet y comunicación, contando los privados y los que fueron elaborados por el COHCIT. Por ende se determino por medio de las encuestas que el acceso es 100% para todo tipo de productor. Considerando el conocimiento de los productores para esta herramienta vemos que el 76% de ellos saben lo que es el Internet y de este 76% un 69% lo ha utilizado para cualquier tipo de actividad. Del 69% de productores que utilizan el Internet podemos presumir que en 50% lo utiliza por lo menos de 1 – 3 veces por semana, dándonos a conocer que la gran mayoría tiene una formalidad con la utilización de esta herramienta.

El resultado arrojado por las encuestas en cuanto a la utilización del Internet nos dice que el 71% de los productores ya están recurriendo a esta herramienta para buscar información acerca de sus productos. Un 22% utiliza la herramienta para comunicación como decir correo electrónico y llamadas telefónicas al extranjero y un 7% andan buscando la comercialización de sus productos. Esto nos refleja la necesidad que tienen los productores en capacitarse y buscan una manera como es la información que se ofrece en la red. Esta habilidad favorece la utilización de los TIC ya que esto viene a ser parte de uno de los principios.

Un porcentaje muy pequeño de productores que han recibido lo que son capacitaciones por Internet. Y dentro de la investigación muchos de los productores dieron explicaciones que las veces que lo utilizaban eran por que instituciones como USAID – RED mandaban actualizaciones o noticias por este medio, siendo esto un tipo de capacitación mínima para el productor.

El conocimiento de los productores a las formas de capacitación por medio del Internet no es ningún pormenor a analizar. Los resultados obtenidos fueron muy equivalentes, pero vemos también la necesidad de hacer mas promociones de esta gran herramienta que ellos tienen disponibilidad de uso.

#### **4.3.2 Choluteca**

La zona esta caracterizada como una zona melonera, de sandía y altas cantidades de camarón, todos estos son productos que salen para exportación y que se producen con mucha facilidad en esta zona debido a la condiciones tanto de clima como de disponibilidad de tierras en uso; por la metodología utilizada, no se pudo encuestar a productores de esta índole. Pero se encuestaron a productores de marañón, ganaderos, de granos básicos y cafetaleros en su mayoría.

La gran mayoría de los productores encuestados venden sus productos localmente a empresas que generalmente terminan exportando el producto o vendiéndolo a nivel nacional. Vale la pena mencionar que estas compañías exigen calidad y alta producción. La otra parte de los productores trabajan su producción para poder venderla a El Salvador, así mismo ellos mismos exportando su producto.

El porcentaje de personas que reciben asistencia técnica o capacitaciones en el sector de Choluteca es de un 95%. Cabe remarcar que este tipo de asistencias son mayormente presénciales o días de campo, estos resultados los veremos en otra grafica tomada en el estudio.

Las instituciones que han dado capacitaciones en cuanto a la utilización de productos, como de manejos de la producción son HICAFE y las casas agropecuarias, debido a que el productor muchas veces por tiempo y poder adquisitivo prefiere no asistir a capacitaciones por invitación si no capacitarse por medio del entorno que lo rodea o entes que les brindan la capacitación en sus sectores.

Si vemos la frecuencia con la cual los productores se capacitan, obtenemos que la gran mayoría de ellos se capacitan una vez por mes (28%), cada 6 meses (24%) y cuando sienten la necesidad de saber sobre algún problema (24%). Concluyendo que muchos de ellos son bastante capacitados y que tienen asesoría técnica en su zona.

La gran mayoría de las capacitaciones recibidas por los productores es por medio de seminarios brindados por HICAFE u otras instituciones. Como segunda opción analizamos los días de campo que son capacitaciones dadas por asesores o compañías que tienen parcelas demostrativas las cuales utilizan para ampliar y mejorar la forma de producción de la gente.

Existe el alto interés de los productores en cuanto a capacitarse, ya que la mayor parte han sido capacitados de 5 o más veces por mes.

Valoramos los temas que los productores han recibido viendo que la gran mayoría ha estado interesado en temas del manejo de su producción sin importar cual sea esta. Por las características de la zona muchos están interesados en saber acerca de cómo comercializar de una mejor forma sus productos, como ya antes mencionado los productores generalmente venden sus productos a compañías que lo exportan, en donde ellos pierden una ganancia muy importante y es en la que ellos están interesados.

El 100% de los productores sienten la necesidad de ser capacitados y están dispuestos a capacitarse siempre y cuando sea una forma accesible para ellos y que cubra las necesidades que ellos tienen.

Como antes mencionado los productores están cada día más interesados en saber cómo mejorar su producción. El mayor interés de ellos es capacitarse y actualizarse cada día más con lo que es la tecnología y los nuevos mercados, así mismo ver cómo combatir las molestias que tienen dentro de sus cultivos como ser enfermedades y plagas. Una cosa muy importante que hay que recalcar, es que siempre el productor busca la manera de cómo vender mejor su producto y ver qué técnicas puede utilizar para hacerlo.

Podemos interpretar tres cosas básicas para la utilización de las TIC que son conocimiento, la disponibilidad de acceso y el uso del Internet. En el departamento de Cholulca hay más de 20 centros de Internet y comunicación, contando los privados y los elaborados por el COHCIT. Por ende se determinó por medio de las encuestas que el acceso es 100% para todo tipo de productor. Considerando el conocimiento de los productores para esta herramienta vemos que el 68% de ellos saben lo que es el Internet y de este porcentaje un 60% lo ha utilizado para cualquier tipo de actividad. De este 60% de productores que utilizan el Internet podemos presumir que un 47% lo utiliza por lo menos de 1 – 3 veces por semana, dándonos a conocer que la gran mayoría tiene una formalidad con la utilización de esta herramienta.

El resultado arrojado por las encuestas en cuanto a la utilización del Internet nos dice que el 68% de los productores ya están recurriendo a esta herramienta para buscar información acerca de sus productos. Un 21% utiliza la herramienta para comunicación como decir correo electrónico y llamadas telefónicas al extranjero y un 11% andan buscando la

comercialización de sus productos. Esto nos refleja la necesidad que tienen los productores en capacitarse y buscan una manera como es la información que se ofrece en la red. Esta habilidad favorece la utilización de los TIC ya que esto viene a ser parte de uno de los principios.

Un porcentaje muy pequeño de productores que han recibido lo que son capacitaciones por Internet. Y dentro de la investigación muchos de los productores dieron explicaciones que las veces que lo utilizaban eran por que instituciones como USAID – RED mandaban actualizaciones o noticias por este medio, siendo esto un tipo de capacitación mínima para el productor.

El conocimiento de los productores a las formas de capacitación por medio del Internet no es ningún pormenor a analizar. Los resultados obtenidos fueron muy equivalentes, pero vemos también la necesidad de hacer mas promociones de esta gran herramienta que ellos tienen disponibilidad de uso.

### **4.3.3 Santa Bárbara**

Por medio de la información recopilada se puede determinar que un 49% de los productores están dedicados a la ganadería ya sea especializada en un rubro o de doble propósito. Luego vemos que el sector cafetalero también tiene una población alta con un 20%, el resto de los cultivos están uniformes en su producción.

La gran mayoría de los productores encuestados venden sus productos localmente a empresas que generalmente terminan vendiéndolo a nivel nacional, como decir la SULA. Vale la pena mencionar que estas compañías exigen calidad y alta producción. La otra parte de los productores trabajan su producción para poder venderla en mercados exteriores directamente. Y otros buscan mercados a nivel nacional como ser San Pedro Sula.

El porcentaje de personas que reciben asistencia técnica o capacitaciones en el sector de Santa Bárbara es de un 52%. Cabe remarcar que este tipo de asistencias son mayormente presenciales o días de campo. Es posible recalcar que en esta zona el porcentaje de gente capacitada es mucho menor al de las zonas anteriormente vistas.

Las instituciones que han dado capacitaciones en cuanto a la utilización de productos, como de manejos de la producción son HICAFE, INFOP y las casas agropecuarias, debido a que el productor muchas veces por tiempo y poder adquisitivo prefiere no asistir a capacitaciones por invitación si no capacitarse por medio del entorno que lo rodea o entes que les brindan la capacitación en sus sectores.

La cantidad de capacitaciones obtenidas por los productores son muy pocas y con largos periodos de descanso. Debido a que el 42% solo reciben capacitaciones cada 6 meses.

Podemos apreciar que a gran mayoría de las capacitaciones recibidas por los productores es en días de campo tanto en las fincas de ellos que son visitadas por asesores como en otras

fincas con parcelas demostrativas. Luego tenemos que el resto de capacitaciones son por medio de seminarios brindados por HICAFE y las casas agropecuarias en su mayoría. Como antes había mencionado los productores buscan capacitarse de una buena manera en el menor tiempo posible y a un menor costo. Por ende podemos observar que el número de capacitaciones que reciben por mes son mínimas.

Valoramos los temas que los productores han recibido viendo que la gran mayoría ha estado interesado en temas del manejo de su producción si importar cual sea esta. Por las características de la zona muchos están interesados en saber acerca de la nutrición cuando hablamos de bovinos y de la fertilización cuando nos referimos a los cultivos.

Observamos que la gran mayoría de los productores sienten la necesidad de ser capacitados y están dispuestos a capacitarse siempre y cuando sea una forma accesible para ellos y que cubra las necesidades que ellos tienen.

Los productores están cada día más interesados en saber como mejorar su producción. El mayor interés de ellos es capacitarse y actualizarse cada día mas con lo que es la tecnología y los nuevos mercados, así mismo ver como combatir las molestias que tienen dentro de sus rubros como ser una mejor nutrición o fertilización.

Podemos interpretar tres cosas básicas para la utilización de las TIC que son conocimiento, la disponibilidad de acceso y el uso del Internet. En el departamento de Santa Bárbara hay más de 10 centros de Internet y comunicación, contando los privados y los del gobierno. Por ende se determino por medio de las encuestas que el acceso es 100% para todo tipo de productor. Considerando el conocimiento de los productores para esta herramienta vemos que el 78% de ellos saben lo que es el Internet y de este porcentaje un 61% lo ha utilizado para cualquier tipo de actividad. Del 61% de productores que utilizan el Internet podemos presumir que en 79% lo utiliza por lo menos de 1 – 3 veces por semana, dándonos a conocer que la gran mayoría tiene una formalidad con la utilización de esta herramienta.

El resultado arrojado por las encuestas en cuanto a la utilización del Internet nos dice que el 53% de los productores ya están recurriendo a esta herramienta para buscar información acerca de sus productos. Un 33% utiliza la herramienta para comunicación como decir correo electrónico y llamadas telefónicas al extranjero y un 14% andan buscando la comercialización de sus productos. Esto nos refleja la necesidad que tienen los productores en capacitarse y buscan una manera como es la información que se ofrece en la red. Esta habilidad favorece la utilización de los TIC ya que esto viene a ser parte de uno de los principios.

Un porcentaje muy pequeño de productores que han recibido lo que son capacitaciones por Internet. Y dentro de la investigación muchos de los productores dieron explicaciones que las veces que lo utilizaban eran por que instituciones como USAID – RED mandaban actualizaciones o noticias por este medio, siendo esto un tipo de capacitación mínima para el productor.

El conocimiento de los productores a las formas de capacitación por medio del Internet no es ningún pormenor a analizar. Los resultados obtenidos fueron mas el desconocimiento de

este tipo de capacitación, vemos también la necesidad de hacer mas promociones de esta gran herramienta que ellos tienen disponibilidad de uso.

## **5 RESULTADOS DEL ESTUDIO TÉCNICO**

Para realizar el estudio técnico se elaboro un inventario en el cual se tomaban varias variables necesarias para evaluar el funcionamiento de los telecentros. Esta investigación se realizo en orden aleatorio debido a la distancia de ubicación de los mismos.

### **5.1 INTIBUCÁ**

Observando el cuadro 5, podemos destacar que casi todos los telecentros cuentan con 11 computadoras, incluyendo el servidor. Tenemos solo 2 anomalías las cuales no se pudo determinar el porque de estas, pero en Jesús de Otoro y en San Marcos de Sierra existían solo 8 y 10 computadoras respectivamente.

Todos los telecentros tienen disponibilidad de Internet a una velocidad de conexión media (127 - 53Kbps), solamente en Yamaranguila que había una conexión baja (52Kbps), debido al clima lluvioso de la zona, entonces esto causa interrupción en el satélite.

Todas las computadoras tenían conexión, un teclado respectivo y un ratón, así como también existían disponibilidad de sillas de igual número o de un poco mas.

Todos los telecentros tienen aire acondicionado, una higiene de muy buena a regular y los establecimientos estaban en óptimas condiciones.

Cuadro 6.	Ciudades en las cuales se inventariaron los telecentros del Departamento Intibucá				
	Intibucá	Jesús de Otoro	Masaguara	San Marcos de Sierra	Yamaranguila
Número de computadoras en buen estado	11	8	10	10	11
Número de computadoras en mal estado	0	0	1	0	0
¿Existe conexión a Internet?					
Si	x	x	x	x	x
No					
<b>Velocidad de la conexión:</b>					
Alta (128Kbps)					
Media (127 – 53Kbps)	x	x	x	x	
Baja (52Kbps)					x
Número de computadoras con conexión a Internet	11	8	10	10	11
Teclados en óptimas condiciones	11	8	11	10	11
Ratones en óptimas condiciones	11	8	11	10	11
Número de sillas en el establecimiento	11	10	10	12	11
<b>Aire acondicionado en óptimas condiciones:</b>					
Si	x	x	x	x	x
No					
<b>Higiene del telecentro:</b>					
Muy bueno	x				x
Bueno		x		x	
Regular			x		
Malo					
<b>Establecimiento en óptimas condiciones</b>					
Si	x	x	x	x	x
No					

\*x significa respuesta correcta.

## 5.2 CHOLUTECA

En el cuadro 6, podemos interpretar que todos los telecentros disponen de 11 computadoras, en el caso de El Corpus, El Triunfo y Namasigue varias computadoras están en mal estado, al mencionar esto es que tienen averías no permanentes, así como problemas con el sistema operativo.

Todos los telecentros tienen disponibilidad a Internet la cual oscila entre media y alta velocidad.

Todas las computadoras que están en buen estado tienen conexión, un teclado y un ratón para el funcionamiento de la misma.

No hay ningún telecentro sin aire acondicionado y con una mala higiene, todos varían entre muy bueno y bueno. Además todos los establecimientos están en buenas condiciones.

Cuadro 7.	Ciudades en las cuales se inventariaron los telecentros del Departamento Choluteca					
	El Corpus	El Triunfo	Marcovia	Namsigue	San Marcos de Colón	Yusguare
Número de computadoras en buen estado	10	10	11	9	11	11
Número de computadoras en mal estado	1	1	0	2	0	0
¿Existe conexión a Internet?						
Si	x	x	x	x	x	x
No						
Velocidad de la conexión:						
Alta (128Kbps)						
Media (127 – 53Kbps)	x		x	x		x
Baja (52Kbps)		x			x	
Número de computadoras con conexión a Internet	10	10	11	9	11	11
Teclados en óptimas condiciones	11	11	11	11	11	11
Ratones en óptimas condiciones	11	11	11	11	11	10
Número de sillas en el establecimiento	14	15	15	12	14	15
Aire acondicionado en óptimas condiciones:						
Si	x	x	x	x	x	x
No						
Higiene del telecentro:						
Muy bueno			x		x	x
Bueno	x	x		x		
Regular						
Malo						
Establecimiento en óptimas condiciones						
Si	x	x	x	x	x	x
No						

\*x significa respuesta correcta.

### 5.3 SANTA BÁRBARA

En el cuadro 7, describe el estado actual de los telecentros del Departamento de Santa Bárbara, en el cual podemos asegurar que en todos menos en San Pedro Zacapa se cuenta con 11 computadores, donde 1 en concepción del sur esta en reparación en el momento.

En todos los telecentros hay disponibilidad de Internet que varía entre alta y media velocidad.

Todas las computadoras tienen Internet, un teclado y un ratón, además existen de 10 - 13 sillas por establecimiento.

Cuentan con aire acondicionado en buenas condiciones y una higiene que oscila entre muy bueno y regular.

Los establecimientos se encuentran en óptimas condiciones para trabajar.

Cuadro 8.	Ciudades en las cuales se inventariaron los telecentros del Departamento Santa Bárbara				
	Santa Bárbara	Concepción del Sur	El Nispero	Quimistán	San Pedro Zacapa
Número de computadoras en buen estado	11	10	11	11	10
Número de computadoras en mal estado	0	1	0	0	0
¿Existe conexión a Internet?					
Si	x	x	x	x	x
No					
Velocidad de la conexión:					
Alta (128Kbps)	x				
Media (127 – 53Kbps)		x	x	x	x
Baja (52Kbps)					
Número de computadoras con conexión a Internet	11	10	11	11	10
Teclados en óptimas condiciones	11	10	11	11	10
Ratones en óptimas condiciones	11	10	11	11	10
Número de sillas en el establecimiento	13	12	12	13	10
Aire acondicionado en óptimas condiciones:					
Si	x	x	x	x	x
No					
Higiene del telecentro:					
Muy bueno	x				
Bueno				x	x
Regular		x	x		
Malo					
Establecimiento en óptimas condiciones					
Si	x	x	x	x	x
No					

\* x significa respuesta correcta.

## **6 CONCLUSIONES**

- Muchos de los productores en la actualidad, no asisten a capacitaciones presenciales, debido a que muchos prefieren no dejar sus actividades de campo ante capacitarse. Por lo que esto representa una amplia oportunidad para el desarrollo de las TIC en cuanto a capacitación se refiere.
- Los telecentros son amplias oportunidades para utilizar este tipo de capacitación, debido a que estos tienen la capacidad disponible para poder impartir dichos cursos.
- Basados en el análisis de la información recolectada, se sabe que los productores demandan capacitaciones en las áreas de: generalidades de sus producciones, control de plagas y enfermedades, comercialización, sistemas de riego, suelos y medio ambiente.

### **6.1 CONCLUSIONES INTIBUCÁ**

- Una de las problemáticas más grandes que enfrentan estos productores es la disponibilidad del tiempo para poderse capacitar, muchos de ellos prefieren utilizar el Internet y buscar toda la información existente al tema, sin importar los costos que esta tenga.
- Se puede determinar la necesidad de saber más acerca de las capacitaciones que ya les han brindado, ya que la mayoría de los cursos que ya han tenido son los mismos temas que en los que ellos desean seguirse capacitando.

### **6.2 CONCLUSIONES CHOLUTECA**

- La mayoría de los productores en la zona, se encuentran con el problema de que su producto no es de calidad no es aceptado, debido a que muchos de ellos venden el producto a compañías que lo procesan para su exportación.
- Muchas de las instituciones que brindan las capacitaciones, no le dan el seguimiento debido o una manera de actualizarse cada día más con el tema a los productores, esto hace que la capacitación que se recibió quede a medias.

### **6.3 CONCLUSIONES SANTA BÁRBARA**

- Podemos observar que una parte de los productores ya están utilizando las tecnologías de información y comunicación, debido a la motivación que instituciones como USAID les han dado y por la misma necesidad de información que ellos tienen.
- Analizando las condiciones en las que están los telecentros, se puede concluir que son una gran herramienta que los productores tienen a su disponibilidad.

## **7 RECOMENDACIONES**

- Acoplar todos los instrumentos ya utilizados en clases, a una plataforma de fácil uso para los productores.
- Elaboración de un sitio especializado para poder acceder a toda la información y conocimiento de los profesores e investigadores de Zamorano, así como también los distintos cursos que se desarrollen.
- Realizar alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales para ampliar la red de información provista a los productores.

### **7.1 RECOMENDACIONES INTIBUCÁ**

- Aprovechar la necesidad en cuanto a capacitación de todos los productores para poder desarrollar los cursos y brindarles un mejor acceso a la información.

### **7.2 RECOMENDACIONES CHOLUTECA**

- Brindarles las TIC de una manera en la cual ellos puedan tener un seguimiento con los temas.
- Asegurarse que el productor este tomando las capacitaciones correctas para que el pueda tener un producto de mayor calidad.

### **7.3 RECOMENDACIONES SANTA BÁRBARA**

- Utilizar la ventaja que tienen los telecentros, para poder desarrollar de una mejor forma las TIC.

## 8 BIBLIOGRAFÍA

ILCE. 2006. "Filosofía del e-Learning. Uso de las TIC para mejorar la educación. Cd interactivo.

Ministerio de Ciencias y Tecnología de España; ENRED Consultores. SF. Sociedad de la Información en el siglo XXI: un requisito para el desarrollo. En línea. Consultado el 1 de octubre de 2006. Disponible en:

[http://www.desarrollosi.org/Volumen1/PDF/Texto\\_publicacion\\_esp.pdf](http://www.desarrollosi.org/Volumen1/PDF/Texto_publicacion_esp.pdf)

Masquefa, A; Méndez, H. 2005. Observación del impacto de los CCA. Superación Del Mundo Virtual al Desarrollo Integral 2(3):9-10.

López P. 2003. El Fascinante Mundo del Aprendizaje en Línea. Superación Del Mundo Virtual al Desarrollo Integral 1(1):3

SAG(Secretaría de Agricultura y Ganadería). 2006. Plan Estratégico. Tegucigalpa, HN 29p.

## 9 ANEXOS

### ANEXO 1. Encuesta para Desarrollar el Estudio Técnico y de Caracterización de la Demanda Vía Electrónica de Zamorano

1. Ubicación de la propiedad:  
\_\_\_\_\_
2. Nombre de la propiedad:  
\_\_\_\_\_
3. Nombre del propietario (a):  
\_\_\_\_\_
4. ¿Cuál es su producción principal?  
\_\_\_\_\_
5. ¿Dónde comercializa sus productos?  
\_\_\_\_\_
6. ¿Ha recibido algún tipo de asistencia técnica o capacitaciones?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
7. ¿De qué instituciones?  
1.- \_\_\_\_\_  
2.- \_\_\_\_\_  
3.- \_\_\_\_\_
8. ¿Cada cuanto recibe usted estas capacitaciones?  
Una vez por semana \_\_\_\_\_  
Una vez por mes \_\_\_\_\_  
Semestralmente \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
9. ¿De que forma recibe las capacitaciones?  
Seminarios \_\_\_\_\_  
Días de Campo \_\_\_\_\_  
Folletos \_\_\_\_\_  
Clases \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
10. ¿Qué temas le han brindado?  
\_\_\_\_\_

11. ¿Cuántas capacitaciones ha recibido?  
1 – 2 \_\_\_\_\_  
3 – 4 \_\_\_\_\_  
5 – más \_\_\_\_\_
12. ¿Siente usted la necesidad de más capacitaciones?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
13. ¿Que tema le interesarían y porque?  
\_\_\_\_\_
14. ¿Conoce lo que es el Internet?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
15. ¿Tiene acceso a lugares donde pueda utilizar el Internet?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
16. ¿Ha utilizado alguna vez el Internet?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
17. ¿Para que ha utilizado el Internet?  
\_\_\_\_\_
18. ¿Cuantas veces a la semana lo utiliza?  
1 – 3 veces \_\_\_\_\_  
4 – 6 veces \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_ ¿Cuánto? \_\_\_\_\_
19. ¿Ha Utilizado alguna vez el Internet para recibir capacitaciones?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
20. ¿Sabia Usted que existe un método vía Internet para capacitar a los productores?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

Observaciones:  
\_\_\_\_\_

**¡¡Muchas Gracias por su tiempo!!**

## ANEXO 2. Formulario para Inventarios en los Telecentros.

Este levantamiento de inventario se esta elaborando por motivos académicos y para conocimiento de la infraestructura existente dentro de los telecentros.

1. Número de computadoras en buen estado \_\_\_\_\_
2. Número de computadoras en mal estado \_\_\_\_\_
3. ¿Existe conexión a Internet?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
4. Velocidad de la conexión:  
Alta (128Kbps) \_\_\_\_\_ Media (127 – 53Kbps) \_\_\_\_\_ Baja (52Kbps) \_\_\_\_\_
5. Número de computadoras con conexión a Internet \_\_\_\_\_
6. Teclados en optimas condiciones \_\_\_\_\_
7. Ratones en optimas condiciones \_\_\_\_\_
8. Número de sillas en el establecimiento \_\_\_\_\_
9. Aire acondicionado en optimas condiciones:  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
10. Higiene del telecentro:  
Muy bueno \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_
11. Establecimiento en optimas condiciones  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
12. Ubicación del telecentro:  
\_\_\_\_\_