



ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA
"ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL
FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS" (EURO EMPLEO)
LA/2019/412-746

Mecanismo de evaluación para garantizar la certificación de
aprovechamiento y aprobación de aprendizajes..

GI90: Creación e implementación de un Programa de Especialización en Competencias
Empresariales para proveedores público-privados de servicios de desarrollo empresarial a
emprendedores y MIPYMES en Honduras

Enero de 2025

Asistencia Técnica implementada por:

IDOM  **involas**



Este documento fue realizado con la contribución de la Unión Europea. Su contenido es exclusiva responsabilidad de sus autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.



CONTENIDO

DATOS GENERALES	8
INTRODUCCIÓN	9
MÓDULO A: FORMACIÓN EN METODOLOGÍAS ÁGILES PARA EL EMPRENDIMIENTO ...	10
PRESENTACIÓN	10
OBJETIVOS	11
MECANISMO DE EVALUACIÓN	12
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom	12
1. Design Thinking: 5 Pasos (empatizar, definir, idear, prototipar, evaluar).	12
2. Modelo de Negocio del Lienzo.	13
3. Lean Startup: 3 Pasos (construir, medir, aprender).	13
4. Los 4 pasos de la metodología Scrum.	13
5. Metodología Kanban.	13
6. Estructura financiera.	13
Actividades Modalidad Asincrónica	14
1. Caso práctico: “El modelo de negocio de Google”.	14
2. Caso práctico: Conversión de Apple en un operador de plataforma.	16
3. Caso práctico: Skype.	18
4. Caso práctico: El enfoque de la PSP/Xbox.	21
EXAMENES: MÓDULO A	24
Primer Examen (Design Thinking)	24
Segundo Examen (Lean Startup y BCM)	28
Tercer Examen (Scrum y Lienzo)	32
Cuarto Examen (Kanban)	36



MÓDULO B: FORMACIÓN AVANZADA EN ECONOMÍA SOCIAL	39
PRESENTACIÓN	39
OBJETIVOS	40
MECANISMO DE EVALUACIÓN	41
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom	41
1. Enfoque Económico Social": Estrategias de Integración y Planificación para el DES. 41	
Actividades Modalidad Asincrónica	44
1. Estudio de Caso: Cooperativa "Vida Verde".	44
2. Simulación de Negocio Individual: Creación de tu Propia MiPyme.....	48
3. Creación de un Plan de Acción para una Empresa Social.	51
4. Caso Práctico: La Cooperativa "EcoFuturo" en Expansión.	55
EXAMENES: MÓDULO B	59
Primer Examen (Tema 1 y 2)	59
Segundo Examen (Tema 3, 4 y 5)	64
Tercer Examen (Tema 6 y 7)	69
Cuarto Examen (Tema 8, 9 y 10)	75
MÓDULO C: FORMACIÓN EN ACELERACIÓN DE NEGOCIOS	81
PRESENTACIÓN	81
OBJETIVOS	82
MECANISMO DE EVALUACIÓN	83
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom	84
1. Elaboración de FODA Personal.	84
2. Diagnóstico Estratégico.....	84
3. Herramienta de los 5 Porqué.	84
4. Propuesta de Valor	85



5. Pasos del Proceso de Aceleración Comercial.	85
6. Elaboración de Estrategia de Fidelización para Empresas.....	85
7. Estrategias para Aperturar Nuevos Mercados.	85
Actividades Modalidad Asincrónica	86
1. Encuesta de Satisfacción.	86
2. Análisis sobre los Tipos de Innovación.	87
3. Cuestionario enfocado a la Investigación de Mercado.	87
4. Métodos para incrementar clientes.	88
EXAMENES: MÓDULO C	89
Primer Examen (Tema 1 y 2)	89
Segundo Examen (Tema 3 y 4)	94
Tercer Examen (Tema 5 y 6)	99
Cuarto Examen (Tema 7)	104
MÓDULO D: FORMACIÓN PARA EL ACOMPAÑAMIENTO EN CADENA DE VALOR	109
PRESENTACIÓN	109
OBJETIVOS	110
MECANISMO DE EVALUACIÓN	111
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom: Trabajo en Grupo	112
1. Análisis de caso Chicza: Chicles de la selva mexicana para todo el mundo.	112
2. Identifique, esquematice y describa: Eslabón, Mapeo de Cadena, Cuellos de botella, actores directos e indirectos.	113
3. Tipos de gobernanza en la CdeV agroforestal y forestal.	114
4. Reglamento de la UE sobre cadenas de suministro libres de deforestación y degradación forestal.	114
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom: Trabajo Individual.....	115



Tipos de cadena de valor para productos agroforestales y forestales.	115	Guía
Guía técnica: Nuevos modelos de emprendimientos socioambientales para la Agenda 2030.....	115	
Productos que han sido objeto de ecodiseño en los últimos 10 años.	115	
Guía técnica: Ecodiseño y Análisis del Ciclo de Vida.	115	
Investigación - Trabajo Final	115	
EXAMEN: MÓDULO D.....	117	



DATOS GENERALES

Unidad Responsable: Universidad Tecnológica de Honduras

Centro de Innovación UTH Avanza.

Nombre de la Certificación: Competencias Empresariales con Enfoque Agroforestal.

Modalidad: Híbrida

Duración de la Certificación: 220 horas

Dirigido a: Proveedores de Servicios de Desarrollo Empresarial de diferentes Regiones en Honduras.

Cupo de participantes: 60 personas, 30 para cada ciudad.

Cohortes: Tegucigalpa y San Pedro Sula.



INTRODUCCIÓN

En toda figura o plan formativo es fundamental diseñar y aplicar métodos que permitan tanto reforzar como evaluar el aprendizaje, los conocimientos obtenidos y las habilidades desarrolladas por los integrantes durante el proceso de formación.

La adecuada selección e implementación de estrategias y metodologías pedagógicas son clave para asegurar que los participantes adquieran tanto el conocimiento teórico como la capacidad de aplicarlo de manera efectiva en su campo profesional.

Este documento contiene los Mecanismo de Evaluación utilizados en cada uno de los cuatro módulos, los cuales permiten llevar a cabo, culminar y validar de forma eficaz todo el proceso de enseñanza aprendizaje de los contenidos teóricos y prácticos de la Certificación en Competencias Empresariales con Enfoque Agroforestal dirigido a asesores de los Centros de Desarrollo Empresarial.



MÓDULO A: FORMACIÓN EN METODOLOGÍAS ÁGILES PARA EL EMPRENDIMIENTO

PRESENTACIÓN

El módulo Formación en Metodologías Ágiles para el Emprendimiento está diseñado para ser una experiencia vivencial para que los participantes logren identificar y aplicar las mejores herramientas, comportamientos y metodologías en la vida profesional. Está orientado por la filosofía "aprender haciendo" y una metodología de aprendizaje activo. Donde en cada uno de los temas los participantes desarrollarán e implementarán proyectos empresariales con características globales a través de metodologías de emprendimiento ágiles, las cuales permiten trabajar de forma más eficiente.

Mediante evaluaciones teóricas y prácticas, así como presentaciones grupales y actividades asignadas, se reforzarán y evaluarán los conocimientos adquiridos por los participantes durante el desarrollo de la certificación, con el propósito que los asesores no solo manejen el contenido teórico, sino que también logren implementar estas metodologías en los entornos organizacionales.



OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar la comprensión y los conocimientos adquiridos por los participantes sobre las metodologías ágiles de emprendimiento mediante el desarrollo de actividades prácticas y teóricas que les proporcione a los asesores la capacidad de implementar estas metodologías en los contextos empresariales.

Objetivos específicos

- Implementar las metodologías ágiles de creación de empresas por medio de actividades grupales.
- Desarrollar entre consultores las habilidades de creación de estrategias para empresas.
- Experimentar de manera vivencial las etapas por las que un emprendedor debe pasar al momento de fundar una empresa.
- Aplicar las herramientas digitales disponibles en medir el impacto de sus estrategias para que pueda utilizarlas en su vida profesional.



MECANISMO DE EVALUACIÓN

Módulo A: Formación en Metodologías Ágiles para el Emprendimiento	
Modalidad: Híbrida	Horas: 60
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom	
Design Thinking: 5 Pasos (empatizar, definir, idear, prototipar, evaluar).	20%
Modelo de Negocio del Lienzo.	10%
Lean Startup: 3 Pasos (construir, medir, aprender).	10%
Los 4 pasos de la metodología Scrum	5%
Metodología Kanban.	2%
Estructura financiera.	3%
Actividades Modalidad Asincrónica	
Caso práctico: “El modelo de negocio de Google”.	2.5%
Caso práctico: Conversión de Apple en un operador de plataforma.	2.5%
Caso práctico: Skype.	2.5%
Caso práctico: El enfoque de la PSP/Xbox.	2.5%
Exámenes	
Primer examen: Design Thinking.	10%
Segundo examen: Lean Startup y BCM	10%
Tercer examen: Scrum y Lienzo	10%
Cuarto examen: Kanban	10%
TOTAL	100%

Actividades Presenciales/ Presencial Zoom

1. Design Thinking: 5 Pasos (empatizar, definir, idear, prototipar, evaluar).

Todos los participantes están integrados en grupos de trabajo de 3 o 4 personas y deberán implementar las metodologías: Design Thinking y desarrollar e INNOVAR mediante



DESIGN THINKING cualquier "producto o servicio" elegido por el equipo de trabajo, aplicando los **5 pasos** siguiendo el proceso creativo e innovador y presentando un **PROTOTIPO** final (el cual será expuesto el último día de clase presencial).

2. Modelo de Negocio del Lienzo.

Los participantes deben de elaborar un Modelo de Negocio del Lienzo (Business Model Canvas).

3. Lean Startup: 3 Pasos (construir, medir, aprender).

Todos los participantes están integrados en grupos de trabajo de 3 o 4 personas y deberán desarrollar mediante **3 pasos** de metodologías ágiles de emprendimiento **Lean Startup** cualquier "producto o servicio" (El Lean Startup aplica PIVOT y la herramienta CANVAS).

4. Los 4 pasos de la metodología Scrum.

Los participantes deben de desarrollar cada uno de los 4 pasos de la metodología SCRUM (equipo de trabajo, dueño de producto, scrum master, clientes).

5. Metodología Kanban.

Elaboración de un proyecto utilizando la herramienta Kanban Tool o Kanbanize.

6. Estructura financiera.

Elaboración de una tabla de evaluación o calculo financiero del proyecto desarrollado (prototipo).



Actividades Modalidad Asincrónica

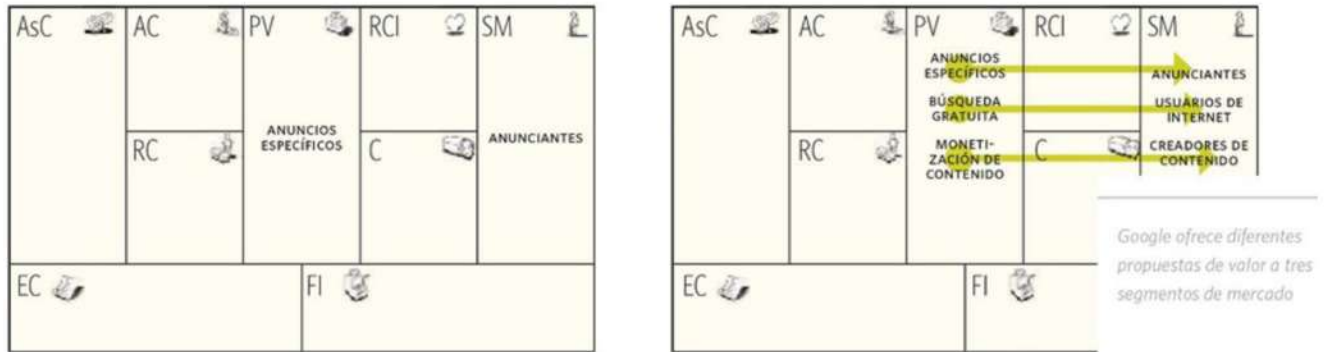
1. Caso práctico: “El modelo de negocio de Google”.

La clave del modelo de negocio de Google es su propuesta de valor: proporcionar anuncios de texto muy específicos en toda la web. Su servicio AdWords permite a los anunciantes publicar anuncios y enlaces patrocinados en las páginas de búsqueda de Google (y en redes de contenido afiliadas, como veremos más adelante). Estos anuncios se muestran junto a los resultados de la búsqueda cuando los usuarios utilizan el motor de búsqueda de Google. Google garantiza que sólo se muestran anuncios relacionados con el término de la búsqueda. El servicio resulta atractivo para los anunciantes porque les permite adaptar sus campañas en línea a búsquedas específicas y objetivos demográficos claros. No obstante, el modelo solamente funciona si hay muchas personas que utilizan el motor de búsqueda de Google. El número de anuncios mostrados y el valor creado para los anunciantes son proporcionales al número de personas que utilizan Google.

La propuesta de valor de Google para los anunciantes depende mucho de la cantidad de clientes que atraiga a su página web, por lo que la empresa ofrece a este segundo grupo de clientes un potente motor de búsqueda y aumenta su abanico de herramientas, como Gmail (correo electrónico basado en la web), Google Maps y Picasa (un álbum de fotos en línea). Además, Google amplió su campo de actuación con un tercer servicio que permite mostrar sus anuncios en sitios web que no sean de Google. Este servicio, llamado AdSense, permite a los usuarios obtener un porcentaje de los ingresos por publicidad de Google a cambio de mostrar anuncios en sus sitios web. AdSense analiza automáticamente el contenido del sitio web en cuestión y muestra a sus visitantes anuncios de texto e imágenes pertinentes. La

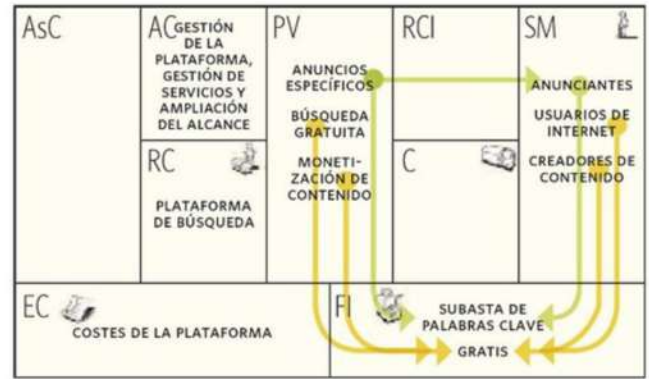
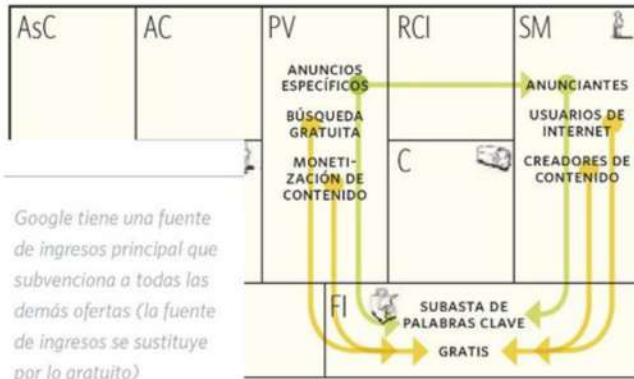


propuesta de valor para estos usuarios, el tercer segmento de mercado de Google, es la generación de ingresos con su contenido.



Como plataforma multilateral, Google tiene un modelo de ingresos muy claro: gana dinero en un segmento de mercado (los anunciantes) y proporciona ofertas gratuitas a los otros dos segmentos (los usuarios de internet y los propietarios de contenido). Este modelo es lógico, ya que cuantos más anuncios muestra a los usuarios de internet, más dinero recibe de los anunciantes. A su vez, el aumento de los beneficios por publicidad motiva a los propietarios de contenido a hacerse socios de AdSense. Los anunciantes no compran el espacio publicitario a Google directamente, sino que puján por palabras clave asociadas con los términos de búsqueda o el contenido de otros sitios web. La puja se realiza en un servicio de subastas de AdWords: cuanto más popular sea una palabra clave, más tendrá que pagar por ella el anunciante. Los elevados ingresos que genera AdWords permiten a Google mejorar continuamente su oferta gratuita para los usuarios del motor de búsqueda y AdSense. El recurso clave de Google es su plataforma de búsqueda, que es la base de tres servicios diferentes: búsqueda web (google.com), publicidad (AdWords) y monetización del contenido de terceros (AdSense). Estos servicios funcionan mediante una serie de complejos algoritmos propietarios de coincidencia y búsqueda soportados por una cara infraestructura de TI. Las tres actividades clave de Google se pueden definir de la manera siguiente: 1) creación y mantenimiento de la infraestructura de búsqueda; 2) gestión de los

tres servicios principales, y 3) promoción de la plataforma para usuarios, propietarios de contenido y anunciantes nuevos



Analice y responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el Modelo de Negocio de Google?
2. ¿Cuál es el segundo segmento de mercado de Google?
3. ¿Cuál es el tercer segmento de mercado de Google?
4. Describa cuales son los recursos clave de Google.

2. Caso práctico: Conversión de Apple en un operador de plataforma.

La evolución de la línea de productos de Apple desde el iPod hasta el iPhone refleja la transición de la empresa hacia un patrón de modelo de negocio con una plataforma potente. En sus inicios, el iPod era un dispositivo autónomo; a diferencia del iPhone, que se convirtió en una potente plataforma multilateral con aplicaciones de terceros que Apple controla mediante su tienda App Store.

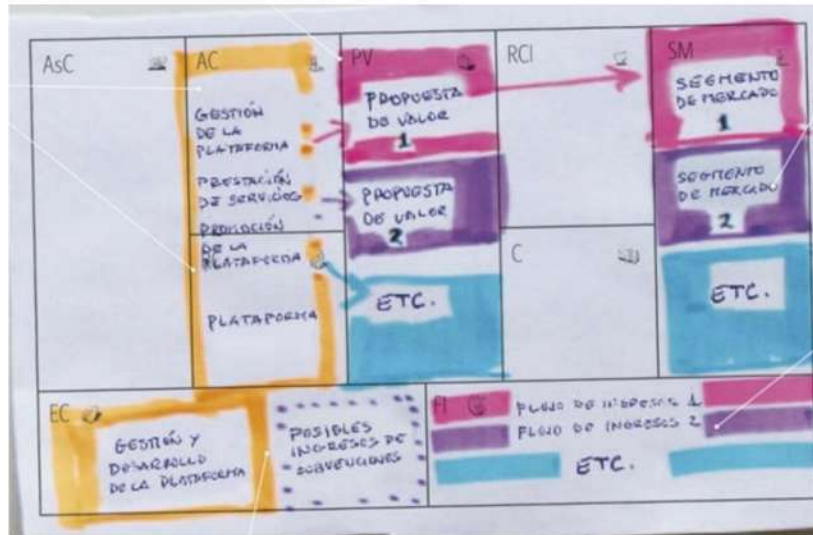
Apple lanzó el iPod en 2001 como un producto autónomo. Los usuarios podían copiar sus CD y descargar música de internet en el dispositivo. El iPod era una plataforma tecnológica



para el almacenamiento de música procedente de diversas fuentes. No obstante, en sus inicios, Apple no explotaba la función de plataforma del iPod en su modelo de negocio. En 2003, Apple introdujo la tienda musical iTunes Store, que estaba muy vinculada al iPod. Esta tienda, donde los usuarios podían comprar y descargar música digital con mucha comodidad, fue el primer intento de Apple de explotar la función de plataforma. Básicamente, iTunes ofrecía una forma de contacto directo entre los propietarios de los derechos de la música y los compradores. Esta estrategia catapultó a Apple a su posición actual como principal minorista de música en línea de todo el mundo.

En 2008, Apple consolidó su estrategia de plataforma con el lanzamiento de la tienda App Store para el deseado iPhone. En esta tienda, los usuarios pueden realizar búsquedas, comprar y descargar aplicaciones directamente desde la tienda iTunes Store e instalarlas en sus teléfonos iPhone. Los desarrolladores de aplicaciones deben vender todos sus productos a través de la tienda App Store, y Apple se queda con una regalía del 30 % de cada venta.





Analice y responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la clave del modelo de negocios de Apple?
2. ¿Cuál es la propuesta de valor de Apple?
3. ¿Cuáles son los segmentos de mercado de Apple?
4. Describa cuales son las fuentes de ingresos de Apple.

3. Caso práctico: Skype.

Skype presenta un ejemplo interesante de patrón freemium que irrumpió en el mercado de las telecomunicaciones con un servicio de llamadas gratuitas a través de internet. Skype desarrolló un software con este nombre que, una vez instalado en un ordenador o teléfono inteligente, permite a los usuarios hacer llamadas de un dispositivo a otro sin coste alguno. Este servicio es posible gracias a una estructura de costes totalmente diferente a la de un operador de telecomunicaciones. Las llamadas gratuitas se realizan a través de internet, con una tecnología P2P que utiliza el hardware del usuario e internet como infraestructura de comunicaciones. De este modo, Skype no tiene que gestionar su red como una empresa de telecomunicaciones y los gastos en los que incurre para dar soporte a usuarios adicionales



son mínimos. Skype no necesita una gran estructura propia, tan sólo un software de administración y los servidores donde se alojan las cuentas de usuario.

Los usuarios pagan únicamente las llamadas a líneas terrestres y teléfonos móviles realizadas con el servicio premium SkypeOut, que ofrece tarifas muy bajas. De hecho, el importe que pagan los usuarios apenas supera los costes de conexión que paga Skype por las llamadas dirigidas a través de proveedores mayoristas como iBasis y Level 3, que gestionan el tráfico de red de la empresa.

Skype afirma que tiene más de 400 millones de usuarios registrados, que han realizado más de 100 mil millones de llamadas gratuitas desde que se fundó la empresa en 2004. En 2008, los beneficios de Skype ascendieron a 550 millones de dólares, aunque la empresa y su propietario (eBay) no publicaron datos económicos detallados con los datos de rentabilidad. Probablemente tengamos más información pronto, ya que eBay ha registrado una oferta pública de venta (OPV) para la salida a bolsa de Skype en 2011.

+ de 5 años de antigüedad.

+ de 400 millones de usuarios.

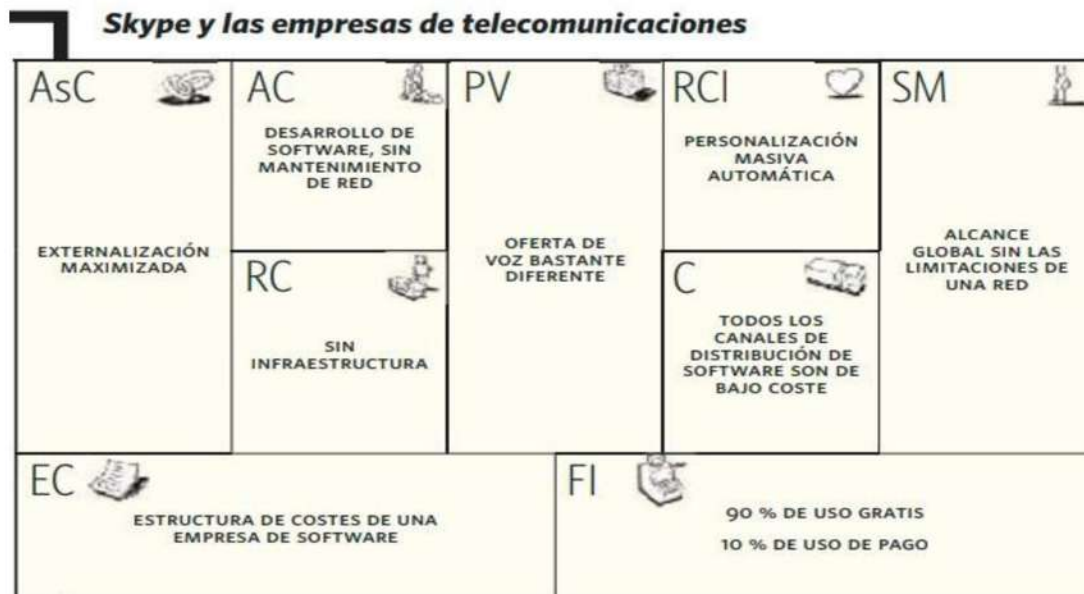
+ de 100 mil millones de llamadas gratuitas Ingresos de 550 millones de dólares en 2008.

+ de 5 años de antigüedad + de 400 millones de usuarios + de 100 mil millones de llamadas gratuitas Ingresos de 550 millones de dólares en 2008.

Skype



Skype desbarató el sector de las telecomunicaciones y contribuyó a que las comunicaciones por voz tuviesen un coste prácticamente nulo. Al principio, los operadores de telecomunicaciones no entendían cómo Skype podía ofrecer llamadas gratuitas y no tomaban la empresa en serio. Es más, sólo una minúscula fracción de los clientes de los operadores tradicionales utilizaban Skype. Sin embargo, con el tiempo, el número de clientes que realizaban las llamadas internacionales a través de Skype aumentó, en detrimento de la fuente de ingresos más lucrativa para los operadores. Este patrón, típico de un modelo de negocio disruptivo, afectó sumamente al negocio de las comunicaciones de voz tradicionales. Actualmente, Skype es el proveedor de servicios de llamadas de voz internacionales más grande del mundo, según un estudio de la empresa de investigación de telecomunicaciones Telegeography.



Analice y responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el patrón Freemium de Skype?
2. ¿Como se realizan las llamadas GRATUITAS?



4. Caso práctico: El enfoque de la PSP/Xbox.

El negocio multimillonario de las videoconsolas es un claro ejemplo de plataforma bilateral. Por un lado, el fabricante de una consola tiene que captar al mayor número posible de jugadores para atraer así a los desarrolladores de juegos. Por otro lado, los jugadores solamente compran el hardware si hay bastantes juegos interesantes disponibles para la consola en cuestión. En el sector de los videojuegos, esto ha provocado una encarnizada batalla entre los tres competidores principales y sus dispositivos: la Playstation de Sony, la Xbox de Microsoft y la Wii de Nintendo. Las tres empresas utilizan plataformas bilaterales, aunque las diferencias entre el modelo de negocio de Sony y Microsoft y el enfoque de Nintendo son considerables, lo que demuestra que en los mercados no siempre hay una solución única.

Sony y Microsoft dominaron el mercado de las videoconsolas hasta que la Wii de Nintendo arrasó el sector con una visión renovada de la tecnología y un modelo de negocio increíblemente diferente. Antes de comercializar la Wii, Nintendo estaba perdiendo cuota de mercado a pasos agigantados y se encontraba al borde de la bancarrota. La consola Wii cambió esta situación y catapultó a Nintendo hasta el puesto número uno del mercado.

Hasta la fecha, los fabricantes de videoconsolas diseñaban sus productos con los jugadores habituales en mente y competían en precio y rendimiento. Para este ávido público, la calidad de los juegos, los gráficos y la velocidad del procesador eran los principales criterios de selección. Esta realidad llevó a los fabricantes a diseñar consolas extremadamente caras y sofisticadas para venderlas por debajo de su coste durante muchos años, subvencionando el hardware con otras dos fuentes de ingresos: primero desarrollaban y vendían sus propios juegos para las consolas y después obtenían regalías de otros desarrolladores que compraban el derecho a crear juegos para determinadas consolas. Éste es el patrón típico de una plataforma bilateral: un lado (el cliente) recibe una generosa subvención para

vender el máximo número posible de consolas y el otro lado (los desarrolladores de juegos) genera beneficios.

El mismo patrón pero un modelo de negocio diferente: Wii de Nintendo



Sony y Microsoft competían con tecnología cara, propietaria y de última generación dirigida al segmento de jugadores habituales; además, subvencionaron la tecnología con el objetivo de aumentar su cuota de mercado y poder vender el hardware a un precio asequible. Nintendo, a su vez, se centró en un segmento de mercado que no concede tanta importancia al rendimiento de la tecnología y atrajo a los clientes con el factor de diversión del control por movimiento. Esta innovación tecnológica resultó mucho más barata que los nuevos y potentes chipsets, por lo que la producción de la Wii de Nintendo fue mucho más barata y la empresa no tuvo que recurrir a las subvenciones de comercialización. Ésta es la principal diferencia entre Nintendo y sus rivales Sony y Microsoft: Nintendo obtiene



ingresos en ambos lados de la plataforma, percibe beneficios por cada consola vendida y regalías de los desarrolladores de juegos.

A modo de resumen, el éxito comercial de la Wii se explica con tres factores interrelacionados de su modelo de negocio: 1) bajo coste del producto (control por movimiento); 2) mercado nuevo y sin explotar, menos preocupado por el aspecto tecnológico (jugadores ocasionales); y 3) plataforma bilateral que genera ingresos en ambos lados. Estos tres factores rompen claramente con la tradición del sector de los videojuegos.

Aparece:

Sony y Microsoft dominaron el mercado de las videoconsolas hasta que la Wii de Nintendo arrasó el sector con una visión renovada de la tecnología y un modelo de negocio increíblemente diferente. Antes de comercializar la Wii, Nintendo estaba perdiendo cuota de mercado a pasos agigantados y se encontraba al borde de la bancarrota. La consola Wii cambió esta situación y catapultó a Nintendo hasta el puesto número uno del mercado.

Analice y responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son los 3 dispositivos que la gente tiene, y utilizan plataformas bilaterales?
2. ¿Cuál es la plataforma Bilateral?
3. ¿Cuál es la principal diferencia entre Nintendo y sus rivales, Sony y Microsoft?
4. ¿Cuál es el éxito comercial de la Wii?



EXAMENES: MÓDULO A

Primer Examen (Design Thinking)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 13 preguntas**, pero solo 10 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **10 preguntas**.

1. ¿Qué es el Design Thinking?

- Es una metodología para desarrollar la innovación centrada en materiales, animales o cosas, ofreciendo una lente a través de la cual se puede observar los retos, detectar necesidades y, finalmente solucionarlas.
- Es una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas, ofreciendo una lente a través de la cual se puede observar los retos, detectar necesidades y, finalmente solucionarlas. (Respuesta Correcta)
- Es una metodología para desarrollar la innovación centrada en nuevos startups, ofreciendo una lente a través de la cual se puede observar los retos, detectar necesidades y, finalmente solucionarlas.

2. El Design Thinking es una metodología que cuenta con los siguientes pasos:

- Empatizar - Definir- Prototipo - Idear.
- Empatizar - Definir-Idear - Prototipo - Evaluar. (Respuesta correcta)
- Empatizar - Definir- Prototipo - Testear.
- Empatizar - Definir- Prototipo - Idear.

3. Para diseñar el VALOR de tu empresa y OBTENER experiencia del usuario, requieres de los siguientes 3 elementos:

- Diseño + innovación + negocio. (Respuesta correcta)



- b. Innovación + modelo de negocios + personalidad del negocio.
- c. Negocio + producto servicio + modelo de negocios.
- d. Diseño + modelo de negocios + personalidad del negocio.

4. Ejemplo de empresas que han utilizado el Design Thinking como una metodología para desarrollar la innovación:

- a. AirBNB, Apple, Microsoft, Google. (Respuesta correcta)
- b. P&G, Químicas DINAT, SAP, ZARA.
- c. Silicon Valley, SAP, Apple, Microsoft.
- d. TEL AVIV, UBER, Zara, P&G.

5. Para Empatizar debemos seguir 3 aspectos sin involucrarnos ni decidir por el usuario final:

- a. Mirar y escuchar, investigar en línea, observar.
- b. Mirar y escuchar, observar, decidir por el usuario.
- c. Observar, involucrarme generando una conversación, mirar y escuchar. (Respuesta correcta)
- d. Observar, creatividad, innovación.

6. ¿Cómo es un prototipo? ¿Cómo puede presentarse ante potenciales inversionistas?

- a. Generación de elementos informativos, como dibujos, artefactos u objetos con intención responder preguntas, que acerquen a solución final. (Respuesta correcta)
- b. Generación de varias réplicas por medio de computadora.
- c. Mediante inteligencia artificial.
- d. Mediante discursos descriptivo.



7. En el Design Thinking la etapa DEFINIR, se identifica por:

- a. Es preciso determinar bien el desafío del proyecto, basado en lo aprendido del usuario.
- b. Enmarcando el problema adecuado, es la única manera crear solución correcta.
- c. Mediante selección de diversos POST-IT que definan los desafíos principales del prototipo.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**

8. En el Design Thinking la etapa IDEAR, se identifica por:

- a. Aquí empieza el proceso de diseño y la generación de ideas
- b. Se entregan conceptos y los recursos para hacer prototipos, y crear soluciones innovadoras.
- c. **Todas la anteriores. (Respuesta correcta)**
- d. Ninguna de las anteriores.

9. En el Design Thinking la etapa EVALUAR O TESTEAR, se identifica por:

- a. Consiste en solicitar feedback y opiniones sobre los prototipos.
- b. La oportunidad para aprender sobre los usuarios y posibles soluciones.
- c. **Todas la anteriores. (Respuesta correcta)**
- d. Ninguna de las anteriores.

10. ¿Quién masificó el Design Thinking en la Universidad de Harvard, mediante

Harvard Bussines Review?

- a. Steve Jobs
- b. Jeff Bezos
- c. **Tim Brown (Respuesta correcta)**
- d. Ninguna de los anteriores



11. Este paso consiste en solicitar feedback y opiniones sobre los prototipos que se han creado de los mismos usuarios y colegas:

- a. Empatizar
- b. Idear
- c. Definir
- d. **Evaluar (Respuesta correcta)**
- e. Ninguna de los anteriores

12. Este paso te da la oportunidad para aprender sobre los usuarios y las posibles soluciones:

- a. Empatizar
- b. Idear
- c. Definir
- d. **Evaluar (Respuesta correcta)**
- e. Ninguna de las anteriores

13. ¿Por qué hacer prototipos?

- a. Para cometer errores antes y con menor costo.
- b. Para evaluar las alternativas. Ayuda desarrollar bien distintas ideas.
- c. Prototipar = Fracasar barato.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**



Segundo Examen (Lean Startup y BCM)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 15 preguntas**, pero solo 10 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **10 preguntas**.

- 1. Lean Startup consiste en Reducir los ciclos de desarrollo de productos mediante la adopción de una combinación de elementos:**
 - a. Empatizar – Definir – Idear – Prototipar.
 - b. Experimentación - Hipótesis - Lanzamientos de productos iterativos. (Respuesta correcta)
 - c. Empatizar - Definir - Lanzamientos de productos iterativos.
 - d. Experimentación - Hipótesis - Prototipar.
- 2. Es un Cambio en la estrategia, sin cambiar la visión:**
 - a. Empatizar
 - b. Prototipar
 - c. M.V.P.
 - d. Ninguna de la anteriores. (Respuesta correcta)
- 3. Es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recoger con el mínimo esfuerzo la máxima cantidad de conocimiento validado acerca de los consumidores:**
 - a. Innovación
 - b. PIVOT
 - c. Prototipo
 - d. M.V.P. (Respuesta correcta)



4. Producto Mínimo Viable lo identificamos como:

- a. El producto más rápido y barato que puedas construir.
- b. Para llevarlo a los clientes rápidamente.
- c. Que puedas observar y medir los resultados.
- d. **Todas las anteriores. Respuesta correcta)**

5. ¿Cómo se cuál es ese producto mínimo viable?

- a. Elige las características más importantes, con las que puedas solucionar el problema de tus clientes.
- b. Construye el prototipo con esas características y crea experimentos.
- c. Mide y aprende que resultado.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- e. Ninguna de las anteriores.

6. Es una herramienta para crear y analizar modelos de negocios. También puede ser utilizado para actualizar y analizar modelos de negocios ya existentes:

- a. Desing Thinking
- b. PIVOT
- c. MVP
- d. **Business Model Canvas. (Respuesta correcta)**

7. Describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para segmento de mercado específico:

- a. Segmento de mercado
- b. **Propuesta de valor. (Respuesta correcta)**
- c. Fuente de ingresos.



d. Recursos clave.

8. En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa:

- a. Canales.
- b. Alianzas y proveedores.
- c. Propuesta de valor.
- d. Segmento de mercado. (Respuesta correcta)
- e. Ninguna de las anteriores.
- f. Todas las anteriores.

9. En el siguiente módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor:

- a. Propuesta de valor.
- b. Estructura de costes.
- c. Canales. (Respuesta correcta)
- d. Todas la anteriores.

10. En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.

- a. Actividades clave.
- b. Propuesta de valores.
- c. Relación con clientes. (Respuesta correcta)
- d. Todas las anteriores.
- e. Ninguna de la anteriores.



11. El presente módulo se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos).

- a. Recursos clave.
- b. Asociaciones claves.
- c. Fuentes de ingreso. (Respuesta correcta)
- d. Relaciones clave.

12. En este módulo se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione:

- a. Recursos clave. (Respuesta correcta)
- b. Propuesta de valor.
- c. Actividades clave.
- d. Ninguna de las anteriores.

13. En el presente módulo se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione:

- a. Actividades claves. (Respuesta correcta)
- b. Relaciones claves.
- c. Canales.
- d. Estructura de costes.

14. En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio:

- a. Relaciones claves
- b. Propuesta de valor
- c. Asociaciones claves. (Respuesta correcta)



d. Ninguna de las anteriores.

15. En este módulo se describen todos los costes que implican la puesta en marcha de un modelo de negocio:

- a. Relaciones claves.
- b. Propuesta de valor.
- c. Estructura de costes. (Respuesta correcta)
- d. Ninguna de las anteriores.

Tercer Examen (Scrum y Lienzo)

- *Tipo de categoría: opción única.*
- *Se elaboraron 13 preguntas, pero solo 10 son seleccionadas aleatoriamente por la plataforma, es decir, el examen consta de 10 preguntas.*

1. Es una Metodología de desarrollo ágil, que estructura el desarrollo de aplicaciones en ciclos llamados Sprint:

- a. Metodología Design Thinking.
- b. Metodología SCRUM. (Respuesta correcta)
- c. Metodología Lean.
- d. Ninguna de las anteriores.

2. Fecha “_____” del Sprint y el entregable del equipo no se modifican.

- a. Inicial
- b. Promedio
- c. Programada
- d. Final. (Respuesta correcta)



3. ¿Cuáles son los roles del equipo SCRUM?

- a. Dueño del Producto.
- b. Scrum MASTER.
- c. Clientes.
- d. Equipo de Trabajo.
- e. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

4. Este modelo fue identificado por japoneses: Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi a principios de los 80's:

- a. Design thinking.
- b. Metodología SCRUM. (Respuesta correcta)
- c. Lean Canvas.
- d. Ninguna de las anteriores.

5. ¿Qué empresas utilizan SCRUM?

- a. Iglesias, colegios, escuelas
- b. Microsoft, IBM, Amazon. (Respuesta correcta)
- c. Adobe, spotify, FBI, OMS
- d. Todas la anteriores.
- e. Ninguna de las Anteriores.

6. Estas son ventajas de utilizar SCRUM:

- a. Flexibilidad en el proceso y las definiciones de los productos.
- b. Realimentación continua con el cliente.
- c. Calidad mejorada.
- d. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)



7. Preguntas importantes al momento de coordinar un SCRUM:

- a. ¿Qué he hecho desde la última reunión de sincronización?
- b. ¿Qué impedimentos tengo o voy a tener?
- c. ¿Qué voy a hacer a partir de este momento?
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- e. Ninguna de las anteriores.

8. El SCRUM MASTER ¿qué labores realiza en SCRUM?

- a. Es Coach del equipo.
- b. Conoce y garantiza que se aplica SCRUM Correctamente.
- c. Facilitador y solucionador de problemas.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- e. Ninguna de las anteriores.

9. Se define como: Equipo quien realiza el trabajo.

- a. **DEVELOPER TEAM (Respuesta correcta)**
- b. PRODUCT OWNER
- c. SCRUM MASTER
- d. Todas las anteriores

10. ¿Qué es el PRODUCT OWNER?

- a. Es un usuario del negocio.
- b. Responsable por definir y jerarquizar los requisitos.
- c. Interlocutor con el negocio.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- e. Ninguna de las anteriores.



11. Esta es la parte LÓGICA del cerebro para determinar si cuidan al ilustrar LIENZO.

- a. Hemisferio izquierdo del cerebro. (Respuesta correcta)
- b. Hemisferio derecho del cerebro.
- c. Interacción
- d. Ninguna de las anteriores.

12. Esta es la parte relacionada a las EMOCIONES del cerebro para determinar si cuidan al ilustrar LIENZO.

- a. Hemisferio izquierdo del cerebro.
- b. Hemisferio derecho del cerebro. (Respuesta correcta)
- c. Interacción.
- d. Ninguna de las anteriores.

13. El modelo de negocios CANVAS, sustituye a:

- a. Plan de negocios (Respuesta correcta)
- b. Lean Startup
- c. Scrum
- d. Desing thinking



Cuarto Examen (Kanban)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- El examen consta de **10 preguntas**.

1. ¿Cuál es el origen de la metodología Kanban?

- Nace para los procesos de producción “just-in-time” (JIT) ideados por Mazda, en los que se utilizaban tarjetas para identificar necesidades de material en la cadena de producción.
- Nace para los procesos de producción “just-in-time” (JIT) ideados por Toyota, en los que se utilizaban tarjetas para identificar necesidades de material en la cadena de producción. (Respuesta correcta)
- Ninguna de las anteriores.

2. La palabra “KANBAN” viene del japonés “Kan” y “Ban”, el significado es el siguiente:

- “Kan” significa visibilidad y “Ban” tarjeta o tabla.
- “Kan” significa visita y “Ban” tableta.
- “Kan” significa visual y “Ban” tablita.
- “Kan” significa visual y “Ban” tarjeta o tablero. (Respuesta correcta)

3. El objetivo del Kanban es el siguiente:

- Limitación de cantidad de materiales entre procesos para acortar el período de producción y disminuir la cantidad de stock.
- Lograr que el control de producción se haga más fácil y sencillo.
- Diseñar un prototipo o M.V.P de manera segura.
- a y b son las correctas. (Respuesta correcta)



4. La base del sistema Kanban es:

- a. Dividir el proceso de fabricación (o en este caso el de desarrollo de software) en fases bien delimitadas, que deben ejecutar sin error (alta calidad) para poder avanzar a la siguiente y de esta forma garantizar la calidad del producto final. (Respuesta correcta)
- b. Un cambio en la estrategia, sin cambiar la visión del negocio.
- c. Es darse cuenta que es lo “correcto” que se tiene que construir (lo que los clientes quieren y están dispuestos a pagar) lo más rápido posible.

5. ¿Cuál es el funcionamiento de Kanban?:

- a. Tradicionalmente cada columna representa una etapa de trabajo.
- b. Presenta columnas como trabajo pendiente, en progreso, terminado.
- c. Las tareas individuales avanzan a través de las diferentes columnas hasta que estén finalizadas.
- d. a y b son correctas.
- e. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

6. ¿Cuál NO es un paso para configurar estrategias Kanban?

- a. Definir el flujo de trabajo de los proyectos.
- b. Visualizar las fases del ciclo de producción.
- c. Gestionar roles de miembros. (Respuesta correcta)
- d. Stop, starting, start finishing. Control del flujo.
- e.

7. El propósito de las tarjetas Kanban es:

- a. Entregar los productos sin problemas y de manera eficiente. (Respuesta correcta)
- b. ¿Qué voy a hacer a partir de este momento?
- c. Propone pensar como diseñador para generar ideas.



d. Ninguna de las anteriores.

8. ¿Cuál es la información necesaria de una etiqueta Kanban?

- a. Parte de componente y su descripción.
- b. Número/número del producto.
- c. Cantidad requerida abajo tipo de manejo de material requerido.
- d. Donde debe ser almacenado cuando sea terminado.
- e. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**

9. Son prácticas centrales del método Kanban:

- a. Visualizar el flujo del trabajo.
- b. Limitar el trabajo en curso.
- c. Gestionar el flujo.
- d. Hacer explícitas las políticas.
- e. Ciclo de retroalimentación.
- f. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- g. a y c son correctas.

10. ¿Qué son los límites WIP?

- a. **Un concepto clave que implementa Kanban y está demostrado que cuanto más trabajo en curso se gestione a la vez, los índices de calidad disminuyen drásticamente. (Respuesta correcta)**
- b. Una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas, ofreciendo una lente a través de la cual se pueden observar retos, detectar necesidades y, solucionarlas.
- c. Una herramienta para crear y analizar modelos de negocios.



MÓDULO B: FORMACIÓN AVANZADA EN ECONOMÍA SOCIAL

PRESENTACIÓN

Para asegurar que los participantes no solo adquieran conocimientos teóricos, sino que también sean capaces de aplicarlos de manera efectiva en situaciones reales, se han diseñado una serie de actividades prácticas enfocadas en los principios y desafíos de la economía social solidaria y colaborativa. Estas actividades no solo están orientadas a la evaluación de lo aprendido, sino que también buscan fomentar la reflexión crítica, la creatividad y la toma de decisiones fundamentadas, permitiendo que los participantes desarrollen habilidades clave en áreas como la gobernanza democrática, la gestión de recursos humanos, la sostenibilidad, el acceso a financiamiento, y la innovación social.

A través de exámenes de opción múltiple, simulaciones de negocio, la creación de planes de acción y el desarrollo de casos prácticos, los participantes tendrán la oportunidad de poner en práctica conceptos esenciales como el trabajo en equipo, la responsabilidad social y ambiental, el comercio justo, y el desarrollo empresarial. Cada actividad está diseñada para reforzar y consolidar los conocimientos adquiridos, brindando a los participantes la oportunidad de enfrentar desafíos reales y proponer soluciones viables e innovadoras.

De esta manera, se busca que los participantes logren no sólo dominar los contenidos teóricos, sino también adquirir la capacidad de implementarlos en contextos organizacionales, promoviendo el impacto social positivo y la sostenibilidad en sus futuras iniciativas empresariales o cooperativas. Estas actividades les permitirán comprender cómo integrar los valores de equidad, solidaridad y participación en sus estrategias y acciones, contribuyendo así al desarrollo de empresas que generen un impacto económico y social sostenible.



OBJETIVOS

Objetivo General

Implementar los principios y modelos de cooperativismo y economía social en el contexto hondureño, demostrando dominio de la Ley de las MYPYME y la legalización, optimizando el desarrollo empresarial y la administración de Empresas de Economía Social y Solidaria (EESS), y desarrollando habilidades en la dirección de recursos humanos, la aplicación de valores y principios de la economía social, y la innovación social para enfrentar los desafíos del sector.

Objetivos específicos

- Identificar y aplicar los modelos de economía social, solidaria y colaborativa en el contexto hondureño, evaluando su integración en los negocios y su potencial para fomentar el desarrollo empresarial y social.
- Analizar y explicar la Ley de las MYPYME y su impacto en el sector de la economía social, destacando los beneficios de la legalización para los emprendimientos sociales y cómo estos marcos legales promueven el desarrollo empresarial.
- Integrar los valores y principios de la economía social en dinámicas de trabajo en equipo, diseñando estrategias para su aplicación en la gestión de recursos humanos y la administración de empresas sociales, abordando la innovación cooperativa y la resolución de desafíos en la economía social.
- Gestionar de manera efectiva las Empresas de Economía Social y Solidaria (EESS), comprendiendo y aplicando los reglamentos pertinentes, y demostrando habilidad para innovar en la administración y mejorar continuamente las prácticas de gestión.



MECANISMO DE EVALUACIÓN

Módulo B: Formación Avanzada en Economía Social	
Modalidad: Híbrida	Horas: 60
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom	
Enfoque Económico Social": Estrategias de Integración y Planificación para el DES.	20%
Actividades Modalidad Asincrónica	
Estudio de Caso: Cooperativa "Vida Verde".	5%
Simulación de Negocio Individual: Creación de tu Propia MiPyme.	5%
Creación de un Plan de Acción para una Empresa Social.	5%
Caso Práctico: La Cooperativa "EcoFuturo" en Expansión.	5%
Exámenes	
Primer examen: (Tema 1 y 2).	15%
Segundo examen: (Tema 3, 4 y 5).	15%
Tercer examen: (Tema 6 y 7).	15%
Cuarto examen: (Tema 8, 9 y 10).	15%
TOTAL	100%

Actividades Presenciales/ Presencial Zoom

1. Enfoque Económico Social": Estrategias de Integración y Planificación para el DES.

Instrucciones para la Asignación Final del Módulo "Enfoque Económico Social"

Estimados participantes,

Con el objetivo de completar satisfactoriamente el módulo y obtener los 20 puntos correspondientes, se les solicita realizar la siguiente asignación, la cual será presentada de forma presencial en nuestro último encuentro en diciembre de 2024.



La asignación se divide en dos partes y debe ser desarrollada en grupos:

Parte 1: Dramatización

- Objetivo: Vincular estratégicamente a nuevos agentes económicos para que se formen como empresas del sector social de la economía.

Descripción:

- Preparar una dramatización que represente el proceso de integración de nuevos agentes económicos en empresas del sector social.
- La dramatización debe reflejar estrategias de vinculación y formación empresarial dentro del sector social.

Bosquejo:

- Elaborar un guión detallado que incluya personajes, diálogos y escenas.
- Especificar los roles de cada integrante del grupo.

Entrega del Bosquejo:

- Subir el bosquejo a la plataforma designada antes de la fecha límite establecida.
- Asegurarse de que el documento esté bien estructurado y claro.

Parte 2: Plan Estratégico

- Objetivo: Desarrollar un plan estratégico para dar seguimiento a las empresas del sector social de la economía creadas en la dramatización.

Contenido del Plan:

- Análisis de Situación: Contexto actual del sector social de la economía.
- Objetivos Estratégicos: Metas a corto, mediano y largo plazo.



- Estrategias y Acciones: Pasos concretos para alcanzar los objetivos.
- Indicadores de Seguimiento: Cómo medir el progreso y éxito del plan.
- Cronograma: Tiempos estimados para cada acción.

Entrega del Plan:

- Subir el documento completo a la plataforma antes de la fecha límite.
- El plan debe ser coherente, viable y bien fundamentado.
- Presentación Final
- Fecha: Último encuentro en diciembre de 2024.
- Lugar: Aula asignada para el módulo.

Requisitos de la Presentación:

Dramatización:

- Presentar en vivo la dramatización preparada.
- Todos los miembros del grupo deben participar activamente.

Exposición del Plan Estratégico:

- Presentar los puntos clave del plan desarrollado.
- Utilizar apoyo visual (presentaciones, gráficos, etc.) si es necesario.

Tiempo Asignado:

- Máximo 30 minutos por grupo (15 minutos para la dramatización y 15 minutos para la presentación del plan).

Pautas Generales

- Trabajo en Equipo: Fomentar la colaboración y distribución equitativa de tareas entre los miembros.



- **Creatividad e Innovación:** Se valorará la originalidad en la dramatización y la innovación en el plan estratégico.
- **Puntualidad:** Respetar las fechas de entrega en la plataforma y el horario de presentación en clase.
- **Profesionalismo:** Mostrar seriedad y compromiso en la preparación y presentación de la asignación.

Criterios de Evaluación

1. **Dramatización (10 puntos):**
 - o Contenido y relevancia: 4 puntos.
 - o Participación de todos los miembros: 2 puntos.
 - o Originalidad y creatividad: 2 puntos.
 - o Calidad del bosquejo entregado: 2 puntos.
2. **Plan Estratégico (10 puntos):**
 - o Claridad y coherencia del plan: 4 puntos.
 - o Viabilidad y realismo de las estrategias propuestas: 3 puntos.
 - o Profundidad del análisis y fundamentación: 2 puntos.
 - o Presentación y formato del documento: 1 punto.

Actividades Modalidad Asincrónica

1. Estudio de Caso: Cooperativa "Vida Verde".

Contexto:

En la comunidad rural de "El Paraíso", un grupo de 30 pequeños agricultores y artesanos locales ha decidido crear una cooperativa llamada "Vida Verde". La cooperativa tiene como objetivo principal mejorar las condiciones económicas de sus miembros, promover la



producción sostenible, y generar impacto social en su comunidad a través de prácticas de economía social solidaria.

Los miembros de la cooperativa han identificado las siguientes prioridades:

- 1. Producción sostenible:** Mejorar la producción agrícola utilizando técnicas que protejan el medio ambiente, como la agroecología, y fomenten la agricultura orgánica.
- 2. Comercio justo:** Establecer acuerdos de comercio justo que permitan vender sus productos a precios competitivos mientras se respetan los derechos de los trabajadores.
- 3. Participación democrática:** Garantizar que las decisiones importantes de la cooperativa se tomen de manera democrática, permitiendo que todos los miembros tengan voz y voto.
- 4. Reinversión de beneficios:** Una parte de las ganancias debe ser reinvertida en la comunidad, en proyectos como la construcción de una escuela y el mejoramiento de las infraestructuras agrícolas.
- 5. Impacto social:** Fomentar el desarrollo comunitario y mejorar la calidad de vida de los habitantes de "El Paraíso", priorizando la equidad y la inclusión.

Problemas que enfrentan:

- 1. Falta de acceso a financiamiento:** "Vida Verde" no tiene acceso a financiamiento formal, ya que los bancos locales no confían en prestar a cooperativas recién formadas sin historial financiero.
- 2. Capacitación limitada:** Muchos de los miembros no tienen experiencia previa en la administración cooperativa ni en prácticas agrícolas sostenibles, lo que limita su capacidad de implementar mejoras.



3. Desconfianza en el modelo cooperativo: Algunos miembros de la comunidad son escépticos acerca de la cooperativa, ya que han visto intentos fallidos en otras regiones debido a problemas de gobernanza y falta de transparencia.

4. Dificultad para ingresar al mercado de comercio justo: Aunque la cooperativa tiene productos de alta calidad, no saben cómo acceder a mercados nacionales e internacionales bajo el sello de comercio justo.

Desarrollo del Caso

Los participantes deberán desarrollar estrategias para que la cooperativa "Vida Verde" pueda superar estos desafíos y alcanzar sus objetivos.

Preguntas para los Participantes:

1. Gobernanza y participación democrática:

- o ¿Qué sistema de gobernanza democrático pueden implementar para garantizar que todos los miembros de la cooperativa participen de manera equitativa en la toma de decisiones?
- o ¿Cómo pueden aumentar la confianza y el compromiso de los miembros en el modelo cooperativo?

2. Acceso al financiamiento:

- o ¿Qué alternativas de financiamiento ético pueden explorar para obtener los recursos necesarios para iniciar las operaciones? (Consideren microcréditos, financiamiento gubernamental, fondos de cooperación internacional, etc.).



3. Sostenibilidad y producción:

o ¿Qué estrategias de producción sostenible pueden implementar para garantizar la protección del medio ambiente y el éxito económico de la cooperativa a largo plazo?

4. Comercio justo y acceso a mercados:

o ¿Qué pasos concretos pueden seguir para ingresar al mercado de comercio justo y establecer contactos comerciales nacionales e internacionales?

5. Reinversión de beneficios:

o ¿Cómo deberían priorizar los proyectos comunitarios para reinvertir parte de las ganancias? ¿Qué principios éticos de la economía social deben guiar sus decisiones?

Producto Esperado:

Cada participante deberá desarrollar y presentar una propuesta integral que aborde cada uno de los desafíos planteados, demostrando cómo aplicarían los principios de la economía social solidaria para lograr un impacto positivo en la cooperativa y en la comunidad.

- **Propuesta de gobernanza democrática:** Detallar cómo se organizarán las reuniones, las votaciones, y los mecanismos de transparencia.
- **Plan de financiamiento:** Proponer opciones viables para obtener recursos financieros que respeten los principios de la economía solidaria.
- **Estrategia de sostenibilidad:** Sugerir tecnologías y prácticas agrícolas que aumenten la sostenibilidad ambiental y económica.
- **Plan de acceso al mercado:** Detallar los pasos para certificar productos como comercio justo y cómo acceder a esos mercados.



Propuesta de reinversión de beneficios: Establecer un plan para la redistribución de las ganancias en proyectos comunitarios.

2. Simulación de Negocio Individual: Creación de tu Propia MiPyme.

Contexto:

Cada participante se convertirá en un emprendedor que debe crear y gestionar una microempresa en un sector de su elección. El objetivo es poner en práctica los conocimientos adquiridos sobre cómo formalizar una empresa bajo la Ley de MiPyme en Honduras, y cómo diseñar un negocio sostenible que siga los principios de la economía social solidaria.

Instrucciones para los Participantes:

1. Elige tu sector de negocio: Cada participante debe elegir un sector para su

microempresa, por ejemplo:

- o Alimentos y bebidas
- o Moda y confección
- o Servicios tecnológicos
- o Agricultura ecológica
- o Turismo sostenible
- o Educación y capacitación

2. Definir el nombre y misión de la empresa:

- o Piensa en un nombre para tu empresa que refleje su propósito.
- o Redacta una misión que defina los valores y objetivos de tu negocio.
- o Asegúrate de que incluya elementos de responsabilidad social, sostenibilidad y compromiso con la comunidad.



Desafíos que enfrentarás:

1. Formalización de la empresa:

- Investiga y describe los pasos necesarios para formalizar tu empresa según la Ley de MiPyme en Honduras.
- Decide qué tipo de estructura jurídica (por ejemplo, Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL)) es más adecuada para tu negocio.

Tareas:

- Describe el proceso de registro de la empresa en el Registro Mercantil.
- Indica los permisos y licencias necesarios para operar legalmente.
- Asegúrate de cumplir con los requisitos fiscales y laborales (obtener el RTN, registrar empleados en el IHSS, etc.).

2. Plan de financiamiento:

- Identifica cómo financiarás tu empresa. Considera las siguientes opciones:
 - o Fondos de garantía disponibles a través de la Ley de MiPyme.
 - o Préstamos bancarios para pequeñas empresas.
 - o Financiamiento alternativo como crowdfunding o inversionistas locales.

Tareas:

- Elabora un presupuesto inicial, identificando los gastos necesarios (maquinaria, local, marketing, etc.).
- Explica cómo accederás a financiamiento y cómo te beneficiarás de los incentivos fiscales de la Ley de MiPyme.



3. Sostenibilidad y responsabilidad social:

- Tu empresa debe operar de manera sostenible y estar alineada con los principios de la economía social. Define qué prácticas implementarás para cumplir con estos valores.

Tareas:

- Describe cómo tu empresa será socialmente responsable (ej. prácticas de comercio justo, reinversión de ganancias en la comunidad).
- Explica cómo reducirás el impacto ambiental a través de la sostenibilidad (ej. uso de energía renovable, reducción de desechos).

4. Estrategia de acceso a mercados:

- Diseña un plan de mercadeo para posicionar tu producto o servicio en el mercado. Deberás identificar el mercado objetivo y la mejor manera de llegar a tus clientes.

Tareas:

- Identifica tu mercado objetivo (clientes locales, nacionales o internacionales).
- Decide cómo promocionarás tu producto o servicio (marketing digital, participación en ferias, redes sociales, etc.).
- Si tu producto es exportable, describe cómo puedes certificarlo como comercio justo o sostenible.

Evaluación del Desempeño Individual:

Al final de la simulación, cada participante deberá entregar un plan de negocio individual que incluya los siguientes elementos:



- 1. Formalización de la empresa:** Descripción del proceso de registro y estructura jurídica de la empresa.
- 2. Plan financiero:** Presupuesto inicial y explicación del acceso a financiamiento.
- 3. Estrategia de sostenibilidad:** Prácticas responsables implementadas en el negocio.
- 4. Plan de mercadeo:** Estrategia para acceder a mercados y atraer clientes.

Resultados Esperados:

Al completar esta simulación, los participantes habrán puesto en práctica los siguientes conceptos:

- 1. Formalización de una MiPyme:** Entenderán los pasos necesarios para registrar una empresa y cumplir con las regulaciones locales.
- 2. Acceso a financiamiento:** Aplicarán estrategias para asegurar financiamiento a través de mecanismos disponibles para las MiPymes.
- 3. Responsabilidad social y sostenibilidad:** Implementarán prácticas que promuevan la sostenibilidad y el impacto positivo en la comunidad.
- 4. Acceso a mercados:** Desarrollarán una estrategia de mercadeo efectiva para posicionar su empresa y atraer clientes.

3. Creación de un Plan de Acción para una Empresa Social.

Contexto:

El propósito de esta actividad es que cada participante diseñe un Plan de Acción para una empresa ficticia que opere bajo los principios de la economía social solidaria. Los participantes deben aplicar los conocimientos adquiridos sobre gobernanza democrática, sostenibilidad, participación social y dinámica de equipos.



Instrucciones:

Imagina que eres el fundador de una empresa social llamada "EcoSoluciones", dedicada a la producción de productos ecológicos y sostenibles (bolsas recicladas, productos de limpieza biodegradables, utensilios de cocina ecológicos, etc.). La empresa tiene como objetivo reducir el impacto ambiental y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, promoviendo la inclusión y el bienestar social.

Tu tarea es diseñar un Plan de Acción para el próximo año de operaciones de "EcoSoluciones". Este plan debe abordar cuatro áreas clave:

1. Modelo de Gobernanza Democrática.

Diseña un sistema de gobernanza en el que todos los empleados tengan voz en las decisiones importantes.

- ¿Cómo asegurarás que todos los miembros de la empresa participen activamente en la toma de decisiones?
- ¿Qué mecanismo utilizarás para garantizar la transparencia y la equidad en el proceso de toma de decisiones?

2. Estrategia de Sostenibilidad Ambiental.

Propuesta de prácticas sostenibles que "EcoSoluciones" adoptará para reducir su huella de carbono y proteger el medio ambiente.

- ¿Qué acciones concretas implementará la empresa para ser más ecológica?
- ¿Cómo integrarás tecnologías limpias o procesos sostenibles en la producción?

3. Impacto Social en la Comunidad.

Define cómo la empresa contribuirá al desarrollo de las comunidades locales.



- ¿Qué tipo de programas sociales implementarás para beneficiar a las comunidades donde opera "EcoSoluciones"?
- ¿Cómo fomentarás la inclusión de personas de sectores vulnerables (mujeres, jóvenes, etc.) en la empresa?

4. Dinámica del Trabajo en Equipo.

Propuesta de un plan para fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y participativo entre los empleados.

- ¿Cómo promoverás la cohesión entre los empleados para que trabajen de manera eficaz y colaborativa?
- ¿Qué roles y responsabilidades específicas establecerás para asegurar la eficiencia y evitar conflictos?

Formato del Plan de Acción:

Cada participante deberá presentar su Plan de Acción en un documento de no más de 3 páginas, estructurado de la siguiente manera:

1. Introducción:

Breve descripción de la misión de "EcoSoluciones" y el objetivo del plan.

2. Modelo de Gobernanza Democrática:

Descripción de cómo funcionará el sistema de gobernanza en la empresa, los mecanismos de participación y las herramientas de transparencia.

3. Estrategia de Sostenibilidad Ambiental:

Detalles de las acciones que tomará la empresa para promover prácticas sostenibles y reducir su impacto ambiental.



4. Impacto Social en la Comunidad:

Explicación de los programas sociales que se implementarán y cómo la empresa contribuirá al bienestar de las comunidades locales.

5. Dinámica del Trabajo en Equipo:

Plan para fomentar el trabajo colaborativo y establecer roles claros entre los empleados.

6. Conclusión:

Resumen de cómo el Plan de Acción ayudará a "EcoSoluciones" a cumplir con su misión social y ecológica.

Criterios de Evaluación:

1. Creatividad e Innovación:

Capacidad para proponer ideas innovadoras y prácticas en cada una de las áreas clave.

2. Aplicación de los Conocimientos Teóricos:

Uso adecuado de los conceptos de gobernanza democrática, sostenibilidad, impacto social y dinámica de equipo para justificar las propuestas.

3. Claridad y Organización del Plan:

Presentación clara y bien estructurada de las ideas, con una secuencia lógica y coherente.

4. Viabilidad de las Soluciones:

Las propuestas deben ser realistas y viables dentro del contexto de una empresa social.

5. Enfoque en el Impacto Social y Ambiental:

Asegurar que el plan no solo tenga sentido financiero, sino que también promueva un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.



4. Caso Práctico: La Cooperativa "EcoFuturo" en Expansión.

Contexto:

La cooperativa "EcoFuturo" es una empresa de economía social ubicada en una comunidad rural de Honduras. Se especializa en la producción de productos agrícolas orgánicos y cuenta con un enfoque en la sostenibilidad y el desarrollo social. En los últimos años, "EcoFuturo" ha crecido significativamente y ahora enfrenta nuevos desafíos administrativos, financieros y de recursos humanos.

Misión de la cooperativa:

Promover la sostenibilidad ambiental y mejorar la calidad de vida de sus miembros y la comunidad, a través de la producción y comercialización de productos orgánicos, siguiendo principios de participación democrática, equidad y solidaridad.

Situación Actual:

La cooperativa ha registrado un crecimiento constante, lo que ha generado nuevas necesidades en términos de contratación de personal, formalización de su estructura de gobernanza, y acceso a financiamiento para seguir expandiéndose. Sin embargo, el crecimiento también ha traído desafíos relacionados con la motivación de los miembros, la alineación de los valores cooperativos en la práctica diaria, y el cumplimiento de las normativas legales y fiscales.

Desafíos Clave:

1. Recursos Humanos y Gobernanza:

La cooperativa ha crecido de 20 a 60 miembros en los últimos tres años. Algunos empleados y miembros se sienten desconectados del proceso de toma de decisiones, y existe una falta de claridad sobre sus roles y responsabilidades.



2. Acceso a Financiamiento:

"EcoFuturo" quiere invertir en nuevas tecnologías para mejorar la producción, pero tiene dificultades para acceder a financiamiento debido a los estrictos requisitos de las instituciones financieras tradicionales.

3. Cumplimiento Normativo:

La cooperativa ha recibido varias notificaciones de las autoridades locales sobre la necesidad de actualizar su registro legal, y no ha realizado auditorías internas en más de dos años.

4. Motivación y Retención de los Miembros:

Con el crecimiento de la cooperativa, algunos miembros han expresado su preocupación por la falta de incentivos y oportunidades de desarrollo profesional dentro de la organización. Además, la retención de miembros ha sido un desafío, ya que algunos han comenzado a buscar oportunidades en empresas privadas con mayores salarios.

Tareas para los Participantes:

Como consultor(a) contratado(a) por la cooperativa "EcoFuturo", debes proponer soluciones a los desafíos clave que enfrenta la organización. Cada participante debe redactar un informe con propuestas para abordar las siguientes áreas:

1. Recursos Humanos y Gobernanza Democrática:

Proponer un plan para mejorar la participación de los empleados en la toma de decisiones, asegurando que la cooperativa mantenga sus principios de participación democrática. ¿Cómo definirás los roles y responsabilidades de los miembros para que todos estén alineados con los objetivos de "EcoFuturo"?



2. Acceso a Financiamiento: Proponer una estrategia para que la cooperativa acceda a financiamiento ético y sostenible, considerando fondos públicos, subvenciones o préstamos de instituciones financieras especializadas en economía social. ¿Qué pasos concretos debería seguir "EcoFuturo" para asegurar el financiamiento necesario para su expansión?

3. Cumplimiento Normativo:

Sugerir un plan para actualizar el registro legal de la cooperativa y asegurar que cumpla con las normativas fiscales y laborales.

¿Cómo podría la cooperativa implementar auditorías internas y sistemas de control para asegurar la transparencia y el cumplimiento a largo plazo?

4. Motivación y Retención de Miembros:

Diseñar un sistema de incentivos y desarrollo profesional que ayude a motivar y retener a los miembros, respetando los principios de equidad y solidaridad de la cooperativa.

¿Qué estrategias específicas se podrían implementar para aumentar el compromiso y la lealtad de los miembros?

Formato del Informe Individual:

El informe debe estar estructurado de la siguiente manera:

1. Introducción:

Breve descripción de la situación actual de "EcoFuturo" y los desafíos que enfrenta.

2. Propuesta para Recursos Humanos y Gobernanza:

Detalla cómo mejorarás la participación democrática, la claridad en los roles y la motivación de los empleados.

3. Estrategia de Acceso a Financiamiento:



Explica el plan para obtener financiamiento, incluyendo fuentes alternativas y los pasos necesarios para acceder a esos fondos.

4. Plan de Cumplimiento Normativo:

Propón una estrategia para asegurar que la cooperativa cumpla con todas las normativas legales, fiscales y laborales.

5. Sistema de Incentivos y Retención de Miembros:

Propuesta de un sistema de incentivos que motive a los miembros y asegure su permanencia en la cooperativa.

6. Conclusión:

Resumen de cómo tus propuestas contribuirán a la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de "EcoFuturo".

Criterios de Evaluación:

1. Creatividad e Innovación:

Capacidad para proponer soluciones prácticas e innovadoras alineadas con los principios de la economía social.

2. Aplicación de los Conocimientos Teóricos:

Uso adecuado de los conceptos aprendidos sobre recursos humanos, gobernanza democrática, finanzas y normativas.

3. Claridad y Estructura del Informe:

Presentación clara, bien organizada y fundamentada de las propuestas.

4. Viabilidad de las Soluciones:

Las soluciones deben ser realistas y factibles para "EcoFuturo", con una clara ruta de implementación.

5. Alineación con los Principios de la Economía Social:

Las propuestas deben estar en armonía con los valores de participación democrática, equidad, solidaridad y sostenibilidad.



EXAMENES: MÓDULO B

Primer Examen (Tema 1 y 2)

- *Tipo de categoría: **opción única**.*
- *Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.*

1. ¿Cuál es el principal objetivo del modelo de economía social?

- Maximizar el beneficio financiero.
- Reducir la participación democrática.
- Generar un impacto social positivo. (Respuesta correcta)**
- Crear monopolios económicos.

2. En una economía social, ¿qué característica diferencia a las empresas de las tradicionales?

- Enfocarse exclusivamente en el beneficio económico.
- Priorizar la sostenibilidad y el bienestar social. (Respuesta correcta)**
- Operar sin ningún tipo de participación democrática.
- Ser propiedad exclusiva de los accionistas.

3. ¿Qué significa "propiedad social de los medios de producción"?

- Que son propiedad exclusiva de empresarios privados.
- Que los trabajadores y usuarios son dueños de las empresas. (Respuesta correcta)**
- Que el Estado controla todas las empresas.
- Que no existen derechos laborales.

4. La participación democrática en las empresas sociales implica que:

- Solo los accionistas toman decisiones.



- b. Se excluyen a los consumidores de las decisiones.
- c. Los trabajadores, consumidores y otras partes interesadas participan en la toma de decisiones. (Respuesta correcta)
- d. Las decisiones las toma exclusivamente el director ejecutivo.

5. ¿Cuál de las siguientes NO es una característica de la economía social?

- a. Exclusiva orientación al lucro. (Respuesta correcta)
- b. Propósito social definido.
- c. Participación democrática.
- d. Revisión constante del impacto social.

6. ¿Qué se busca con la redistribución de la riqueza en una economía social?

- a. Incrementar las desigualdades económicas.
- b. Reducir las desigualdades económicas y sociales. (Respuesta correcta)
- c. Controlar completamente el mercado.
- d. Promover el individualismo económico.

7. ¿Qué implica la sostenibilidad en el modelo de economía social?

- a. Obtener el máximo beneficio sin importar el impacto ambiental.
- b. Minimizar el impacto ambiental y promover el uso de recursos renovables. (Respuesta correcta)
- c. Aumentar la producción sin considerar el agotamiento de recursos.
- d. Priorizar el crecimiento económico a corto plazo.

8. ¿Qué es la economía solidaria?

- a. Un modelo que prioriza el beneficio financiero.



b. Un modelo que fomenta la colaboración y la solidaridad entre los ciudadanos.

(Respuesta correcta)

c. Un modelo que excluye la sostenibilidad ambiental.

d. Un modelo que favorece la competencia desleal.

9. ¿Qué papel juegan los derechos laborales en una economía social?

a. Se eliminan para maximizar las ganancias.

b. No se considera necesario su cumplimiento.

c. Se garantizan derechos como salarios justos y condiciones laborales seguras.

(Respuesta correcta)

d. Sólo son relevantes para los trabajadores más productivos.

10. Según la ONU, ¿por qué es importante la economía social?

a. Porque aumenta los beneficios de los accionistas.

b. Porque elimina la necesidad de regulación gubernamental.

c. Porque promueve un desarrollo sostenible y un bienestar social. (Respuesta

correcta)

d. Porque prioriza el crecimiento económico a corto plazo.

11. En la economía social, ¿qué rol juegan los consumidores conscientes?

a. Solo compran productos más baratos.

b. Prefieren productos que no cumplan con estándares sociales.

c. Apoyan empresas que alinean sus productos con valores sociales y ambientales.

(Respuesta correcta)

d. No tienen en cuenta los impactos sociales de sus decisiones de compra.



12. ¿Qué tipo de inversiones fomenta la economía social?

- a. Exclusivamente aquellas que generan altos retornos financieros.
- b. Inversiones que maximizan el control estatal.
- c. Inversiones que generen un impacto social positivo y retornos financieros.

(Respuesta correcta)

- d. Inversiones que desincentivan la participación comunitaria.

13. ¿Qué tipo de empresas conforman la economía social en Honduras?

- a. Cooperativas, asociaciones de productores, empresas de servicios múltiples.

(Respuesta correcta)

- b. Bancos privados y grandes corporaciones.
- c. Empresas multinacionales.
- d. Únicamente instituciones públicas.

14. ¿Cuál es una ventaja comparativa de la economía social?

- a. Promueve el predominio del Estado sobre el individuo.
- b. Fomenta la cooperación entre personas y grupos, fortaleciendo el tejido empresarial. (Respuesta correcta)
- c. Garantiza una competencia exclusiva entre empresas.
- d. Prioriza el individualismo sobre el esfuerzo colectivo.

15. ¿Qué es el Consejo Hondureño del Sector Social de la Economía (COHDESSE)?

- a. El órgano superior de representación y defensa de las organizaciones de economía social en Honduras. (Respuesta correcta)
- b. Una entidad que solo regula las empresas estatales.
- c. Una organización enfocada en el control de empresas multinacionales.
- d. Un órgano encargado de supervisar únicamente empresas privadas.



16. ¿Cómo se define la rentabilidad en una empresa de economía social?

- a. Como una combinación de ganancia social, financiera y ecológica. (Respuesta correcta)
- b. Únicamente como la maximización de beneficios financieros.
- c. Como la eliminación de todo tipo de ganancia.
- d. Como la maximización del control estatal sobre las empresas.

17. ¿Qué representa el símbolo del círculo en el cooperativismo?

- a. La competencia entre las cooperativas.
- b. La vida eterna y la inclusión de todos en el movimiento. (Respuesta correcta)
- c. La separación de las cooperativas del resto del sistema económico.
- d. La exclusión de los valores de solidaridad y cooperación.

18. ¿Cuál fue uno de los primeros antecedentes del cooperativismo en Honduras?

- a. La creación de empresas estatales.
- b. La Sociedad de Ladinos de Marcala en 1876. (Respuesta correcta)
- c. El establecimiento de multinacionales.
- d. La Ley de Municipalidades de 1927.

19. ¿Cuál es la misión del Consejo Nacional de la Mujer Cooperativista (CONAMUCOPHL)?

- a. Incrementar los beneficios financieros de las cooperativas.
- b. Promover la equidad y el desarrollo socioeconómico de las mujeres cooperativistas. (Respuesta correcta)
- c. Crear políticas exclusivas para los hombres cooperativistas.
- d. Fomentar la competencia entre las cooperativas de mujeres.



20. ¿Qué características distingue a una cooperativa de ahorro y crédito en Honduras?

- a. Su enfoque exclusivo en maximizar ganancias.
- b. Su administración democrática y enfoque en satisfacer necesidades económicas y sociales comunes. (Respuesta correcta)
- c. Su operación similar a la de los bancos tradicionales.
- d. Su exclusión de los principios de la economía social.

Segundo Examen (Tema 3, 4 y 5)

- Tipo de categoría: **opción única.**
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas.**

1. ¿Cuál es el objetivo principal de la Ley de MiPyme en Honduras?

- a. Aumentar la burocracia en la creación de empresas.
- b. Facilitar el acceso a mercados internacionales.
- c. Apoyar y promover el desarrollo sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas. (Respuesta correcta)
- d. Eliminar las regulaciones fiscales.

2. ¿Qué decreto estableció la Ley de MiPyme en Honduras?

- a. Decreto No. 135-2008 (Respuesta correcta)
- b. b) Decreto No. 280-2013
- c. c) Decreto No. 165-2017
- d. d) Decreto No. 28-2019



3. ¿Cuál de los siguientes no es un objetivo de la Ley de MiPyme?

- a. Generación de empleo.
- b. Mejora de la competitividad.
- c. Descentralización de la economía.
- d. Subsidios directos permanentes a todas las empresas. (Respuesta correcta)

4. Según la Ley de MiPyme, ¿cómo se clasifican las empresas?

- a. Según su área geográfica.
- b. Según el tamaño de su infraestructura.
- c. Según el número de empleados y el volumen de ventas anuales. (Respuesta correcta)
- d. Según el tipo de producto que ofrecen.

5. ¿Cuál es el propósito del Consejo Nacional de la MiPyme (ConaMiPyme)?

- a. Proporcionar préstamos a las MiPymes.
- b. Regular los precios del mercado.
- c. Coordinar y supervisar políticas y programas de apoyo a las MiPymes. (Respuesta correcta)
- d. Fiscalizar el cumplimiento de la Ley MiPyme.

6. ¿Qué enfoque promueve el Decreto No? 165-2017?

- a. Simplificación administrativa
- b. Promoción de la innovación y el uso de tecnologías avanzadas. (Respuesta correcta)
- c. Reducción de impuestos.
- d. Creación de nuevas empresas.



7. ¿Cuál de los siguientes no es un incentivo fiscal mencionado en la Ley de MiPyme?

- a. Exenciones de impuestos.
- b. Reducciones de impuestos.
- c. Simplificación de trámites.
- d. **Subsidio total de las operaciones de la empresa. (Respuesta correcta)**

8. ¿Qué instituciones están encargadas de proporcionar capacitación a las MiPymes en Honduras?

- a. **SENPRENDE e INFOP. (Respuesta correcta)**
- b. b) La Secretaría de Salud y la Secretaría de Educación.
- c. c) El Banco Central y la Cámara de Comercio Internacional.
- d. d) La Corte Suprema de Justicia.

9. ¿Cuál es uno de los beneficios de la formalización de una empresa según la Ley de MiPyme?

- a. No pagar impuestos.
- b. Evitar la regulación gubernamental.
- c. **Acceso a financiamiento en mejores condiciones. (Respuesta correcta)**
- d. Evitar la competencia empresarial.

10. ¿Qué papel juega la economía social en el desarrollo empresarial?

- a. Proporciona incentivos fiscales únicamente.
- b. Regula la creación de nuevas empresas.
- c. **Promueve modelos de negocio sostenibles y responsables. (Respuesta correcta)**
- d. Limita la innovación y la competitividad.



11. ¿Qué aspecto de la economía social ayuda a generar empleo?

- a. Reducción de impuestos.
- b. **Inclusión social y cohesión en el mercado laboral. (Respuesta correcta)**
- c. Automatización de procesos.
- d. Reducción de costos salariales.

12. ¿Qué significa simplificación administrativa en la Ley de MiPyme?

- a. Mayor regulación del sector.
- b. **Reducción de trámites administrativos y costos asociados. (Respuesta correcta)**
- c. Incremento de las responsabilidades legales.
- d. Creación de nuevos impuestos.

13. ¿Qué entidad es responsable de coordinar y supervisar las políticas de apoyo a las MiPymes?

- a. La Corte Suprema de Justicia.
- b. **El Consejo Nacional de la MiPyme (ConaMiPyme). (Respuesta correcta)**
- c. El Banco Central de Honduras.
- d. La Cámara de Comercio Internacional.

14. ¿Qué beneficio ofrece la formalización laboral para los empleados de una MiPyme?

- a. Aumenta el costo laboral para las empresas.
- b. **Acceso a la seguridad social y beneficios laborales. (Respuesta correcta)**
- c. Reducción de salarios.
- d. Evita la necesidad de contratos formales.



15. ¿Qué incentivo promueve el Decreto No? 28-2019 para las MiPymes?

- a. Aumento de los costos operativos.
- b. Incentivos fiscales y financieros, incluyendo exenciones de impuestos. (Respuesta correcta)
- c. Eliminación de los derechos laborales.
- d. Reducción de la capacitación técnica.

16. ¿Qué programas se implementan para facilitar el acceso a mercados nacionales e internacionales para las MiPymes?

- a. Programas de subsidio total a las exportaciones
- b. Eliminación de impuestos a los productos de exportación.
- c. Redes de exportación, ferias comerciales y plataformas de comercio electrónico. (Respuesta correcta)
- d. Exclusión de las MiPymes en mercados internacionales.

17. ¿Cómo pueden las empresas tradicionales beneficiarse de la economía social?

- a. Eliminando los derechos de los trabajadores.
- b. Enfocándose únicamente en maximizar las ganancias.
- c. Adoptando prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad. (Respuesta correcta)
- d. Ignorando las preocupaciones ambientales.

18. ¿Cuál es uno de los desafíos al integrar los principios de la economía social en las estrategias de desarrollo empresarial?

- a. Falta de incentivos fiscales.
- b. Competencia con grandes empresas.
- c. Diferencias en los objetivos y enfoques empresariales. (Respuesta correcta)
- d. Exceso de financiamiento.



19. ¿Qué permite el acceso a financiamiento para las MiPymes legalizadas?

- a. La eliminación de regulaciones.
- b. La privatización de la empresa.
- c. La posibilidad de obtener préstamos y créditos en mejores condiciones. (Respuesta correcta)
- d. El cese de operaciones comerciales.

20. ¿Qué relación existe entre el desarrollo empresarial y la economía social?

- a. Ambos pueden complementarse, promoviendo crecimiento sostenible y responsable. (Respuesta correcta)
- b. Son contradictorios y no pueden coexistir.
- c. La economía social limita el crecimiento empresarial.
- d. El desarrollo empresarial se enfoca solo en generar empleo sin responsabilidad social.

Tercer Examen (Tema 6 y 7)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.

1. ¿Qué se entiende por economía social?

- a. Un sector económico enfocado exclusivamente en generar ganancias.
- b. Un conjunto de organizaciones orientadas a equilibrar objetivos económicos con valores sociales y solidarios.
- c. Un sistema en el que el gobierno controla todas las empresas. (Respuesta correcta)
- d. Un modelo que promueve únicamente la sostenibilidad financiera.



2. ¿Qué valor fundamental fomenta la cooperación y la ayuda mutua en una organización de economía social?

- a. Autonomía.
- b. **Solidaridad. (Respuesta correcta)**
- c. Sostenibilidad.
- d. Innovación.

3. ¿Qué promueve el valor de la participación en la economía social?

- a. **La inclusión activa de todos los miembros en la toma de decisiones. (Respuesta correcta)**
- b. El control exclusivo por parte de los líderes.
- c. La externalización de la toma de decisiones.
- d. La maximización de las ganancias a través de la exclusión de los trabajadores.

4. ¿Cuál es un principio clave en la economía social que permite a las organizaciones operar sin interferencias externas?

- a. Equidad.
- b. Solidaridad.
- c. **Autonomía. (Respuesta correcta)**
- d. Participación.

5. ¿Qué significa la sostenibilidad en el contexto de la economía social?

- a. Priorizar el desarrollo económico a corto plazo.
- b. **Equilibrar el desarrollo económico con la responsabilidad social y ambiental. (Respuesta correcta)**
- c. Excluir consideraciones ambientales de las operaciones empresariales.
- d. Maximizar las ganancias sin importar el impacto en los recursos futuros.



6. ¿Qué principio de la economía social asegura una distribución justa de los recursos y beneficios?

- a. Autonomía.
- b. Participación.
- c. Equidad. (Respuesta correcta)
- d. Innovación.

7. ¿Cuál es un componente esencial de la innovación social?

- a. Maximización de beneficios económicos.
- b. Fomentar soluciones existentes sin cambios.
- c. Implementar nuevas soluciones a problemas sociales que sean más efectivas y justas. (Respuesta correcta)
- d. Excluir la participación del gobierno y la sociedad civil.

8. ¿Cuál es un desafío común para la innovación social en la economía social?

- a. Fácil acceso a recursos financieros ilimitados.
- b. Dificultad para obtener financiación adecuada. (Respuesta correcta)
- c. Abundante evaluación cualitativa del impacto social.
- d. Escalabilidad sin esfuerzo.

9. ¿Qué significa el término "innovación cooperativa"?

- a. Desarrollar soluciones sin colaboración entre los miembros.
- b. Desarrollar nuevas prácticas o tecnologías dentro de cooperativas para mejorar su impacto social. (Respuesta correcta)
- c. Aplicar modelos de negocio tradicionales a las cooperativas sin modificación.
- d. Excluir la participación de los miembros en el desarrollo de soluciones.



10. ¿Qué fomenta la cohesión en un equipo de trabajo?

- a. Dividir los objetivos en intereses individuales.
- b. Establecer jerarquías rígidas y autoritarias.
- c. Fortalecer los lazos entre los miembros y comprometerse con los objetivos comunes. (Respuesta correcta)
- d. Evitar la comunicación clara entre los miembros.

11. ¿Qué significa la co-creación en el contexto de la innovación cooperativa?

- a. Evitar la participación de los miembros en la creación de soluciones.
- b. La colaboración entre los miembros para desarrollar soluciones que satisfagan necesidades comunes. (Respuesta correcta)
- c. Dejar la innovación en manos de agentes externos a la cooperativa.
- d. Priorizar los beneficios individuales sobre las soluciones colectivas.

12. ¿Cuál es un obstáculo común para la implementación de la innovación en las cooperativas?

- a. Abundancia de recursos para cambios estructurales.
- b. Resistencia al cambio por parte de los miembros.
- c. Apoyo total a nuevas innovaciones sin debate. (Respuesta correcta)
- d. Escasa cultura organizacional.

13. ¿Qué valor impulsa la responsabilidad y la representación en la toma de decisiones en la economía social?

- a. Sostenibilidad.
- b. Innovación.
- c. Equidad.
- d. Democracia. (Respuesta correcta)



14. ¿Qué facilita la innovación social en la economía social?

- a. La centralización de las decisiones en una sola persona.
- b. La exclusión de actores como la sociedad civil y el gobierno.
- c. La colaboración entre diversos actores, incluyendo el gobierno y la sociedad civil.
(Respuesta correcta)
- d. La resistencia a nuevas soluciones.

15. ¿Qué promueve la innovación cooperativa en las cooperativas?

- a. El enfoque en maximizar las ganancias a corto plazo.
- b. La adopción de prácticas que promuevan la sostenibilidad económica, social y ambiental. (Respuesta correcta)
- c. La implementación de tecnologías sin considerar el impacto social.
- d. La exclusión de los valores cooperativos en el proceso de innovación.

16. ¿Qué característica tiene la innovación social?

- a. Se basa exclusivamente en soluciones preexistentes.
- b. No requiere colaboración entre distintos sectores.
- c. Introduce nuevas estrategias para mejorar la calidad de vida y fomentar la equidad.
(Respuesta correcta)
- d. Evita la participación de la comunidad en su desarrollo.

17. ¿Qué valor de la economía social asegura que los beneficios sean distribuidos de manera justa entre los miembros?

- a. Equidad. (Respuesta correcta)
- b. b) Autonomía.
- c. Innovación.
- d. Solidaridad.



18. ¿Qué aspecto destaca la sostenibilidad en una organización de economía social?

- a. Crecimiento económico a expensas del ambiente.
- b. Excluir consideraciones sociales en las operaciones.
- c. Responsabilidad social y ambiental en el desarrollo económico. (Respuesta correcta)
- d. Foco exclusivo en el crecimiento financiero.

19. ¿Qué rol juega la participación en las dinámicas de trabajo en equipo?

- a. Permite que todos los miembros contribuyan a la toma de decisiones. (Respuesta correcta)
- b. Limita las decisiones a unos pocos.
- c. Excluye la retroalimentación de los miembros del equipo.
- d. Permite que un solo líder dicte las decisiones sin consulta.

20. ¿Qué dificultad suele enfrentar la innovación social cuando busca implementar soluciones a gran escala?

- a. Falta de apoyo en el nivel local.
- b. Dificultades para escalar las soluciones a otros contextos o regiones. (Respuesta correcta)
- c. Acceso ilimitado a recursos financieros.
- d. Evaluación constante y efectiva del impacto social.



Cuarto Examen (Tema 8, 9 y 10)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.

1. ¿Cuál es una de las principales características de la dirección de recursos humanos en las empresas de economía social y solidaria (EESS)?

- Centralización de la toma de decisiones.
- Exclusión de los miembros en las decisiones laborales.
- Enfoque participativo en la gestión de asuntos laborales. (Respuesta correcta)**
- Reducción de oportunidades de capacitación.

2. ¿Qué principio promueve la participación activa de los trabajadores en las decisiones dentro de las EESS?

- Exclusión.
- Jerarquización.
- Participación democrática. (Respuesta correcta)**
- Centralización.

3. ¿Cuál es un desafío común para la gestión de recursos humanos en las EESS?

- Falta de miembros en la organización.
- Retención y motivación de los miembros debido a presupuestos limitados. (Respuesta correcta)**
- Acceso ilimitado a financiamiento.
- Ausencia de formación técnica.



4. ¿Qué importancia tiene la capacitación continua en las EESS?

- a. Mejora las habilidades y competencias, cruciales para la sostenibilidad. (Respuesta correcta)
- b. Limita el crecimiento personal.
- c. Genera conflictos internos.
- d. Reduce la equidad organizacional.

5. ¿Qué mecanismo asegura que las decisiones de las EESS reflejen las necesidades de todos los miembros?

- a. Toma de decisiones autocrática.
- b. Participación limitada.
- c. Políticas inclusivas y transparentes. (Respuesta correcta)
- d. Control exclusivo de la junta directiva.

6. ¿Cuál es la función principal de la Asamblea General en una EESS?

- a. Supervisar las auditorías financieras.
- b. Tomar decisiones estratégicas y elegir la Junta Directiva. (Respuesta correcta)
- c. Gestionar los recursos humanos directamente.
- d. Desarrollar productos y servicios.

7. ¿Qué aspecto clave se destaca en la gestión financiera de las EESS?

- a. La exclusión de auditorías.
- b. Implementación de sistemas contables claros y realización de auditorías periódicas. (Respuesta correcta)
- c. La falta de control financiero.
- d. Fomentar el desorden financiero.



8. ¿Qué desafío enfrenta la gestión administrativa en las EESS en Honduras?

- a. Acceso ilimitado a fondos gubernamentales.
- b. Dificultad para cumplir con todas las normativas legales. (Respuesta correcta)
- c. Ausencia de órganos de gobierno.
- d. Falta de políticas laborales.

9. ¿Qué tipo de políticas laborales deben implementarse en las EESS para asegurar un entorno justo?

- a. Políticas limitadas y centralizadas.
- b. Políticas equitativas que aseguren derechos y deberes para todos los empleados. (Respuesta correcta)
- c. Políticas restrictivas y punitivas.
- d. Políticas de exclusión de los derechos laborales.

10. ¿Qué ley regula las cooperativas en Honduras?

- a. Ley de Organizaciones Comerciales.
- b. Ley General de Cooperativas (Decreto No. 82-84). (Respuesta correcta)
- c. Ley de Bancos y Finanzas.
- d. Ley de Fundaciones Privadas.

11. ¿Cuál es el máximo órgano de decisión en una EESS en Honduras?

- a. La Junta Directiva
- b. Los comités operativos.
- c. La Asamblea General. (Respuesta correcta)
- d. La Gerencia Administrativa.



12. ¿Qué tipo de informes son obligatorios para asegurar la transparencia en las EESS en Honduras?

- a. Informes financieros y auditorías externas. (Respuesta correcta)
- b. Informes confidenciales y no auditados.
- c. Informes internos no regulados.
- d. Informes sobre decisiones de mercado exclusivamente.

13. ¿Qué se requiere para que una cooperativa esté registrada legalmente en Honduras?

- a. Solo la aprobación de la junta directiva.
- b. Solo el cumplimiento de normativas laborales.
- c. El registro en el Instituto Nacional de Cooperativas y Asociaciones y la obtención de personalidad jurídica. (Respuesta correcta)
- d. Una carta de intención a la municipalidad local.

14. ¿Qué aspecto de la gestión de recursos humanos en las EESS es fundamental para la participación de los empleados?

- a. Jerarquía autoritaria.
- b. Exclusión de los procesos de toma de decisiones.
- c. Fomentar la participación activa en la toma de decisiones. (Respuesta correcta)
- d. Reducción de derechos laborales.

15. ¿Qué importancia tiene la gestión equitativa de recursos humanos en una EESS?

- a. Garantiza un trato justo y un entorno inclusivo. (Respuesta correcta)
- b. Centraliza la toma de decisiones en la gerencia.
- c. Limita las oportunidades de desarrollo.
- d. Excluye a los empleados de los procesos decisionales.



16. ¿Qué ventaja tiene el cumplimiento legal para una EESS?

- a. Evitar sanciones menores.
- b. Asegurar su operación dentro del marco legal y acceder a beneficios disponibles.

(Respuesta correcta)

- c. Reducir costos operativos.
- d. Limitar su expansión.

17. ¿Qué rol juega la Junta Directiva en una EESS?

- a. Gestionar las operaciones diarias y ejecutar las decisiones de la Asamblea General.

(Respuesta correcta)

- b. Tomar todas las decisiones sin consulta.
- c. Controlar las actividades de los comités sin reportar a la Asamblea General.
- d. Gestionar exclusivamente los recursos financieros.

18. ¿Cuál es una estrategia clave para mejorar el acceso a recursos para las EESS?

- a. Reducir la inversión en capacitación.
- b. Crear guías y asistencia técnica para facilitar el acceso a apoyos y financiamiento.

(Respuesta correcta)

- c. Evitar la supervisión gubernamental.
- d. Incrementar los costos de operación.

19. ¿Qué medida puede mejorar la efectividad operativa de las EESS?

- a. Eliminar la evaluación periódica.
- b. Disminuir el control de auditoría.
- c. Realizar evaluaciones regulares para identificar áreas de mejora. (Respuesta correcta)
- d. Descentralizar totalmente el control financiero.



20. ¿Cuál es un desafío importante en la regulación de las EESS en Honduras?

- a. El cumplimiento normativo debido a la diversidad de regulaciones. (Respuesta correcta)
- b. El acceso excesivo a recursos financieros.
- c. La falta de supervisión gubernamental.
- d. La ausencia de procesos contables.



MÓDULO C: FORMACIÓN EN ACELERACIÓN DE NEGOCIOS

PRESENTACIÓN

El módulo de Aceleración de Negocios dirigido a los asesores de los Centros de Desarrollo Empresarial tiene como objetivo principal equipar a los participantes con los conocimientos y habilidades fundamentales para guiar a las empresas en su proceso de crecimiento acelerado. A través de jornadas presenciales y virtuales, se abordarán temas clave relacionados con la aceleración de negocios, tales como la identificación de oportunidades estratégicas, el desarrollo de modelos de negocio escalables y el fortalecimiento de capacidades internas. Además, se hará énfasis en cómo estos procesos deben generar un impacto positivo en los colaboradores, proveedores, clientes y la comunidad en general.

Durante las sesiones de capacitación, se impartirá tanto teoría como prácticas basadas en metodologías y herramientas adaptadas a las necesidades del ecosistema empresarial actual. Estas herramientas no solo serán útiles para los asesores en su desarrollo profesional, sino que también se aplicarán directamente a las empresas que ellos asesoran. Los asesores aprenderán a utilizar modelos innovadores para evaluar la capacidad de crecimiento de las empresas, identificar barreras y diseñar soluciones personalizadas para cada caso. También se les guiará en la implementación de estrategias que impulsen la sostenibilidad y la competitividad de las empresas en el mercado.

El esquema de este módulo incluye evaluaciones teóricas y prácticas, así como presentaciones grupales y tareas asignadas, lo que permite a los asesores trabajar colaborativamente en el análisis de casos reales. A través de esta dinámica, se espera que los participantes comprendan profundamente los lineamientos básicos de la aceleración de negocios, de modo que puedan aplicarlos eficazmente en su labor diaria.



OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar el nivel de conocimientos, habilidades y competencias adquiridas por los asesores de los centros de desarrollo empresarial en el módulo de aceleración de negocios, garantizando que estén capacitados para guiar a las empresas en la implementación de estrategias de crecimiento sostenibles y con impacto positivo en sus colaboradores, proveedores, clientes y la comunidad.

Objetivos específicos

- Medir la comprensión teórica de los conceptos clave relacionados con la aceleración de negocios, a través de evaluaciones escritas y discusiones grupales, asegurando que los asesores dominen las bases necesarias para asesorar empresas en esta etapa.
 - Evaluar la aplicación práctica de nuevas metodologías y herramientas en la creación de estrategias de crecimiento, mediante simulaciones, estudios de caso y trabajos grupales, garantizando que los asesores puedan implementar soluciones adaptadas a las empresas que asesoran.
- ✓ Valorar las habilidades de los asesores para trabajar en equipo y presentar soluciones estratégicas en un entorno colaborativo, mediante presentaciones grupales y tareas asignadas, comprobando su capacidad para liderar procesos de aceleración empresarial en la práctica.



MECANISMO DE EVALUACIÓN

Módulo C: Formación en Aceleración de Negocios	
Modalidad: Híbrida	Horas: 60
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom	
Elaboración de FODA Personal.	3%
Diagnóstico Estratégico.	3%
Herramienta de los 5 Porqué.	3%
Propuesta de Valor.	3%
Proceso de Aceleración Comercial.	12%
Elaboración de Estrategia de Fidelización para Empresas.	2%
Estrategias para Aperturar Nuevos Mercados.	2%
Actividades Modalidad Asincrónica	
Encuesta de Satisfacción.	3%
Análisis sobre los Tipos de Innovación.	3%
Cuestionario enfocado a la Investigación de Mercado.	2%
Métodos para incrementar clientes.	4%
Exámenes	
Primer examen: (Tema 1 y 2).	15%
Segundo examen: (Tema 3 y 4).	15%
Tercer examen: (Tema 5 y 6).	15%
Cuarto examen: (Tema 7).	15%
TOTAL	100%



Actividades Presenciales/ Presencial Zoom

1. Elaboración de FODA Personal.

Elaboración de un FODA Personal donde cada uno de los asesores realizará el mismo para identificar sus fortalezas, áreas de oportunidad y donde deben mejorar para alcanzar sus metas personales y profesionales.

2. Diagnóstico Estratégico.

Identificación de empresas atendidas en su centro de desarrollo empresarial para trabajar con las herramientas explicada y que se encuentra dentro del diagnóstico Estratégico aplicando la herramienta:

- Análisis PEST
- 5 fuerzas de Potter
- Modelo de las 7 S

En esta actividad se dividirán en grupos para trabajar 2 empresas por grupo, haciendo la presentación cada grupo en la aplicación de la herramienta.

3. Herramienta de los 5 Porqué.

En esta actividad aplicarán la herramienta de los 5 Porqué en dos vías:

- Primero seleccionarán un tema previamente entregado de una lista para que trabajen en los grupos asignados en el desarrollo de la herramienta.
- Segundo trabajarán en los grupos asignados con las 2 empresas ya identificadas en la aplicación de esta herramienta.



4. Propuesta de Valor

Trabajarán con las Propuesta de Valor de las empresas identificadas y hacer el análisis del tipo de beneficio y valores que son los adecuados para las empresas de acuerdo a su misión, visión y valores que la empresa tiene planteados y su atención a los clientes B2C y B2B.

5. Pasos del Proceso de Aceleración Comercial.

Esta Actividad consiste en aplicar los 4 pasos del Proceso de Aceleración Comercial para las 2 empresas identificadas por grupos.

6. Elaboración de Estrategia de Fidelización para Empresas.

Esta actividad consiste en elaborar una estrategia de fidelización para las empresas identificadas. Trabajo en los grupos asignados.

7. Estrategias para Aperturar Nuevos Mercados.

Esta actividad consiste en identificar el tipo de estrategias que las empresas deberán incluir para abrir nuevos mercados y que las mismas puedan implementarse como parte del proceso de aceleración comercial. Se trabajará en los grupos seleccionados.



Actividades Modalidad Asincrónica

1. Encuesta de Satisfacción.

(Contenido: Tema 2. Diagnóstico estratégico de la posición competitiva de la empresa).

Uno de los temas claves para que las empresas conozcan de parte de sus clientes potenciales es como ha sido su satisfacción en el producto o servicio adquirido.

Los asesores deberán generar en Word o Excel una propuesta de encuesta de satisfacción donde recoja el nivel de satisfacción de los clientes, pero a su vez información clave de los clientes con el objetivo de alimentar la información de ellos como cada cuanto adquiere el producto o servicio, su fecha de nacimiento, correo electrónico y otros datos personales importantes.

La propuesta de encuesta deberán no solo hacerla en Word o Excel sino hacerla de manera digital en una plataforma que puede ser Google o la que consideren pertinente y que les genere un link, pero a su vez la información que se reciba pueda visualizarse en una tabla para el análisis de la empresa.

Esta encuesta de satisfacción deberá hacer una para empresas que tienen productos y otra para empresas de servicios.

En total serían 2 encuestas de satisfacción.

NOTA: en la plataforma deberán colocar el formato en Word o Excel y abajo del mismo deberá ir el link.



2. Análisis sobre los Tipos de Innovación.

(Contenido: Tema 4. Diseño de estrategias de aceleración comercial).

Los asesores han estado trabajando en grupos con empresas identificadas en su territorio.
Para esta actividad deberán aplicar el contenido visto sobre los 3 tipos de innovación que se presentaron y hacer el análisis de cuál es el que más le conviene o utiliza las empresas por su rubro y procesos.

Este análisis deberán hacerlo en una hoja de Word colocando el tipo de innovación identificado por empresa y porque han seleccionado el mismo.

NOTA: en la hoja de Word debe ir el nombre de la empresa, el tipo de innovación identificado y el porqué.

3. Cuestionario enfocado a la Investigación de Mercado.

(Contenido: Tema 6. Diseño de estrategias para generar o aperturar nuevos mercados).

Para esta actividad deben hacer un cuestionario enfocándose en que las empresas deben hacer una investigación de mercados para conocer quiénes son su competencia, donde están ubicadas, cuál es su segmento de clientes y cuáles son las debilidades o aspectos que pueden mejorarse y que no están haciendo ahora y donde las empresas pueden considerarse.

Este cuestionario lo podrán hacer en Word o Excel indicando el nombre de la empresa a la cual lo han realizado.

NOTA: deben hacer un cuestionario en un proceso de investigación de mercados para analizar la competencia.



4. Métodos para incrementar clientes.

(Contenido: Tema 7. Métodos para incrementar y duplicar clientes de calidad).

Para esta actividad los asesores deberán utilizar la herramienta de los objetivos SMART, la cual deberán aplicar con el objetivo de que las empresas requieran incrementar clientes, entonces cuales son las acciones que deben hacer para lograr la meta planteada.

Estos objetivos deberán trabajarlos en una hoja de Word y colocar el nombre de la empresa.

NOTA: deben hacer este ejercicio por la empresa trabajada en todo el proceso.



EXAMENES: MÓDULO C

Primer Examen (Tema 1 y 2)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.

1. ¿Cuáles son las etapas del emprendimiento en la región SICA?

- a. Sensibilización, ideación, formulación, puesta en marcha, aceleración. (Respuesta correcta)
- b. Ideación, puesta en marcha, aceleración.
- c. Formulación, puesta en marcha, aceleración.

2. ¿Qué significa para una empresa entrar en un proceso de pre-incubación?

- a. Encontrar un trabajo.
- b. Proceso de acompañamiento para desarrollar su idea de negocio en un proyecto real. (Respuesta correcta)
- c. Guía entregada a los emprendedores para que trabajen su modelo de negocio.

3. ¿Cuándo hablamos de incubación empresarial que significa?

- a. Apoyar a los emprendedores en aspectos claves de sus negocios para lograr sus primeras ventas. (Respuesta correcta)
- b. Incubar su modelo de negocio para que pueda venderlo.
- c. Generar las condiciones en los negocios establecidos para fortalecerlos con asesorías focalizadas.

4. ¿Cuáles son las etapas en un proceso de aceleración?

- a. Análisis de mercado, crecimiento, levantamiento de capital, relacionamiento con inversionistas, demoday. (Respuesta correcta)



- b. Demo day, crecimiento, nuevos mercados.
- c. Levantamiento de capital, análisis de mercado, nuevos mercados.

5. ¿Cuáles son los dominios generados por Daniel Isenberg para el ecosistema de emprendimiento?

- a. Capital humano, servicio de apoyo, préstamos, finanzas, nuevos mercados.
- b. Servicios de apoyo, capital humano, mercados, políticas, finanzas, cultura. (Respuesta correcta)
- c. Cultura, finanzas, servicios de apoyo.

6. ¿Cuáles son las fases de un diagnóstico?

- a. Recopilación de información, Análisis de la información, identificación de áreas de mejora, desarrollo de recomendaciones, elaboración de un plan de acción, implementación, evaluación y ajuste. (Respuesta correcta)
- b. Análisis de la información, identificación de áreas de mejora, desarrollo de recomendaciones, elaboración de un plan de acción, monitoreo.
- c. Recopilación de información, Análisis de la información, identificación de áreas de mejora, elaboración de un plan de acción.

7. ¿El análisis FODA en qué tipo de diagnóstico se utiliza?

- a. Diagnóstico funcional.
- b. Diagnóstico cultural.
- c. Diagnóstico organizacional. (Respuesta correcta)

8. ¿Qué es un diagnóstico funcional?

- a. Es el más común ya que sus resultados dan cuenta del modo en que una empresa gestiona sus engranajes.
- b. Es el que gira en torno a identificar áreas de oportunidad en el funcionamiento de la empresa. (Respuesta correcta)



- c. Evalúa la evolución de una empresa e identifica aquellos planes de acción y estrategias que mejor han funcionado para su crecimiento.

9. ¿Cuáles herramientas se aplican en el diagnóstico estratégico?

- a. Análisis PEST, 5 fuerzas de Porter, modelo de las 7S. (Respuesta correcta)
- b. Encuestas de satisfacción, evaluaciones psicométricas, entrevistas personales.
- c. Análisis de datos, entrevistas con jefes, evaluaciones técnicas.

10. ¿Qué significa que una empresa tenga ventaja competitiva?

- a. Posee aspectos y características que hacen sobresalir su marca o producto entre la competencia, porque ofrecen más valor y beneficios a los clientes. (Respuesta correcta)
- b. Domina aspectos internos y externos de su empresa.
- c. Que se diferencia de su competencia.

11. ¿Cuál de las siguientes es una ventaja de un diagnóstico estratégico?

- a. Proporciona una base sólida para desarrollar estrategias y planes de acción que impulsen el crecimiento y el éxito a largo plazo de la empresa.
- b. Cuando se logra un crecimiento económico mediante los procesos. (Respuesta correcta)
- c. Al utilizar recursos financieros para hacer análisis oportunos.

12. ¿Cuál de las siguientes es una desventaja de un diagnóstico estratégico?

- a. Al utilizar recurso humano externo para su análisis



- b. Puede generar una gran cantidad de información que puede resultar abrumadora y difícil de procesar, especialmente si no se cuenta con las habilidades o recursos necesarios para analizarla adecuadamente. (Respuesta correcta)
- c. Permite utilizar los recursos de la empresa de manera más efectiva al centrarse en áreas específicas que necesitan atención y mejora.

13. ¿Cuál es el diagnóstico más común?

- a. Organizacional (Respuesta correcta)
- b. Funcional
- c. Cultural

14. ¿Cuál es el fin del diagnóstico cultural?

- a. Analizar datos.
- b. Analizar a los empleados.
- c. Identificar el estado de las relaciones internas de una empresa desde un punto de vista más humano. (Respuesta correcta)

15. ¿Cuál es el objetivo de las estrategias competitivas?

- a. Mejorar la posición competitiva de las empresas. (Respuesta correcta)
- b. Actualizar el recurso humano.
- c. Mejorar los procesos internos de la empresa.

16. ¿En qué consiste la estrategia de datos?

- a) Buscar datos.
- b) Producir con los costos más bajos posibles. (Respuesta correcta)
- c) Generar vacíos.

17. ¿Cómo se divide la ventaja competitiva?



- a) Arriba y abajo.
- b) Afuera y adentro.
- c) Interna o externa. (Respuesta correcta)

18. ¿En qué consiste la ventaja comparativa?

- a) Es hacer u ofrecer un producto o servicio de mejor manera que la competencia. (Respuesta correcta)
- b) Es producir mejor que la competencia.
- c) Es avanzar al siguiente nivel de mercado.

19. ¿Qué busca la ventaja diferencial?

- a. Crecer en el mercado como nadie.
- b. Las características que destaquen del resto de los competidores. (Respuesta correcta)
- c. Aumentar clientes.

20. ¿Qué permite la aceleración de negocios?

- a. Nuevos mercados
- b. Nuevos Productos
- c. Nuevo Capital
- d. Todas las anteriores (Respuesta correcta)



Segundo Examen (Tema 3 y 4)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.

1. ¿Qué es la innovación?

- Proceso para crear productos y servicios.
- Es todo aquello que propone una alternativa a lo que se hace de una determinada manera, que aporta beneficios económicos, de comportamiento, de resolución de problemas o practicidad a la vida cotidiana de las personas. (Respuesta correcta)
- Lo actual para que una empresa pueda utilizar en sus procesos y de esta manera acelerar sus negocios.

2. ¿Cuáles son los principales tipos de innovación?

- Innovación Radical, Innovación incremental, innovación disruptiva. (Respuesta correcta)
- Innovación funcional, Innovación de liderazgo, innovación actual.
- Innovación disruptiva, innovación tangible, innovación futurista.

3. ¿Etapas del proceso de innovación?

- Crear, analizar, implementar y seguimiento.
- Identificar, generar conceptos, analizar, implementar, reevaluar.
- Generación de nuevas ideas, evaluación, experimentación, comercialización, seguimiento. (Respuesta correcta)

4. ¿Cuáles son los tipos de propuesta de valor?

- Beneficio funcional, beneficio emocional, trascendencia. (Respuesta correcta)



- b. Beneficio radical, beneficio emocional, trascendencia.
 - c. Beneficio creativo, liderazgo, funcional.
- 5. ¿Valores para una propuesta de valor B2C?**
- a. Salud, vida, luz, amor.
 - b. **B) Provee esperanza, nostalgia, reduce costos, variedad. (Respuesta correcta)**
 - c. C) Productividad, liderazgo, calidad del producto.
- 6. ¿El número de valores de una propuesta de valor para clientes B2B?**
- a. **40 (Respuesta correcta)**
 - b. 20
 - c. 30
- 7. ¿En qué consiste la metodología de los 5 por qué?**
- a. Hacer preguntas para identificar un problema.
 - b. **La realización de preguntas que exploren la causa-efecto de un suceso o problema en particular. (Respuesta correcta)**
 - c. Consecuencias de un proceso.
- 8. ¿En qué consiste el diagrama de Ishikawa?**
- a. **Es una herramienta que identifica problemas de calidad y les da solución al representar de forma gráfica los factores que involucran la ejecución de un proceso. (Respuesta correcta)**
 - b. Es un método para medir los resultados de un proceso.
 - c. Herramienta que analiza datos para ver los resultados de venta.



9. ¿Cuáles son los 4 pasos para hacer un Plan de Aceleración Comercial?

- a. Diagnóstico estratégico, estrategia de marketing, estrategia de procesos, monitoreo.
- b. Diagnóstico comercial, análisis estratégico, elaboración del PAC, implementación y seguimiento. (Respuesta correcta)
- c. Evaluación de la empresa, análisis de sus ventas, estrategias actuales, seguimiento.

10. ¿Qué es una estrategia de comercialización?

- a. Es como se van a vender los productos o servicios.
- b. Puntos de venta.
- c. Es un análisis exhaustivo del mercado para comprender las necesidades y preferencias del segmento de clientes objetivo. (Respuesta correcta)

11. ¿Cuál es una de las ventajas de la innovación?

- a. Mantiene los procesos organizados.
- b. Desarrolla la creatividad.
- c. Aumenta la competitividad.
- d. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

12. ¿Ejemplo de una innovación disruptiva?

- a. Netflix (Respuesta correcta)
- b. Amazon
- c. Apple

13. ¿Ejemplo de innovación en el modelo de negocios?

- a. Canva
- b. Marketplace (Respuesta correcta)



c. Facebook

14. ¿Cuáles son las etapas de la innovación?

- a. Generación de nuevas ideas.
- b. Evaluación.
- c. Comercialización.
- d. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

15. ¿Qué es un director de futuro?

- a. Es un especialista en innovar, aprender y mejorar. (Respuesta correcta)
- b. Es un especialista en recurso humano.
- c. Es un especialista en marketing.

16. ¿Qué se busca analizar en el paso 1 de un PAC?

- a. Clientes.
- b. Porcentaje del mercado.
- c. Oferta de valor de la empresa.
- d. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

17. ¿Qué se busca analizar en el paso 2 del PAC?

- a. Segmento y nicho de mercado
- b. Clientes frecuentes
- c. Estrategias de venta y fidelización
- d. a y c son correctas (Respuesta correcta)

18. ¿Son aspectos a considerar para generar un PAC?

- a. Estructura comercial.



- b. Estrategia de marketing.
- c. Indicadores de venta.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**

19. 19 ¿Cuáles son indicadores comerciales?

- a. Costo por LEAD.
- b. Tasa de conversión.
- c. Intereses por compra.
- d. **a y b correctos. (Respuesta correcta)**

20. ¿Qué implica el paso 4 del PAC?

- a. Plan de acción y cronograma.
- b. Presupuesto y recurso humano.
- c. Evaluación, monitoreo y seguimiento.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**



Tercer Examen (Tema 5 y 6)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.

1. ¿Qué es un proceso comercial?

- Es una serie de acciones conectadas asignadas a partes interesadas específicas diseñadas para lograr un objetivo establecido o producir valor. (Respuesta correcta)
- Procesos para trabajar las ventas.
- Acciones para desarrollar el departamento de ventas de una empresa.

2. ¿Cuáles son los pasos para desarrollar procesos comerciales?

- Identificación, análisis, implementación.
- Establecer la meta que deseas alcanzar, planificar las estrategias, definir tareas individuales. (Respuesta correcta)
- Estudiar la competencia, analizar las ventas, ver los resultados.

3. ¿Qué es el desarrollo de mercado?

- Acciones para un fin de la empresa.
- Son una serie de planteamientos cuya finalidad es ampliar el nicho empresarial. (Respuesta correcta)
- Análisis del entorno de una empresa.

4. ¿Qué son las estrategias de desarrollo de mercado?

- Son puntos nuevos de venta.
- Son actividades internas para lograr las metas en una empresa.



- c. Son las acciones de marketing que se encargan de crear las condiciones necesarias para que una empresa pueda expandirse en un mercado nuevo. (Respuesta correcta)

5. ¿Cuántas estrategias se plantean para generar nuevos mercados?

- a. 3
- b. 5 (Respuesta correcta)
- c. 7

6. ¿Dentro de las Estrategias de crecimiento intensivo cuales se encuentran?

- a. Estrategia de penetración, de desarrollo de mercado, de desarrollo de producto. (Respuesta correcta)
- b. Diversificación horizontal, conglomerado y concéntrica.
- c. Estrategia cooperativa y competitiva.

7. ¿Cuáles son los diferentes tipos de desarrollo de mercado?

- a. Fusión, franquicia, abrir tiendas propias, internacionalización. (Respuesta correcta)
- b. Puntos de venta, ventas online, distribuidores.
- c. Exportación, importación, ecommerce.

8. ¿Que implica planear una estrategia de desarrollo de mercado?

- a. Investigar, analizar a la competencia, tener presentes las tendencias y conocer las necesidades de los clientes. (Respuesta correcta)
- b. Reducir costos, ampliar mercado y recurso humano.
- c. Nichos de mercado nuevos, clientes frecuentes y capital de trabajo.



9. ¿Para qué sirve la investigación de mercados?

- a. Analizar la competencia.
- b. Ver tendencias y cambios de los consumidores.
- c. Tomar decisiones en bien de la empresa.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**

10. ¿Cuáles son estrategias para nuevos mercados?

- a. Estrategia de crecimiento intensivo.
- b. Estrategia de crecimiento integrativo.
- c. Estrategia de crecimiento diversificado.
- d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**

11. ¿Qué es la integración hacia atrás?

- a. **La empresa incrementa el control sobre sus proveedores o proveedores principales. (Respuesta correcta)**
- b. Controlar los canales de distribución de una empresa, como la adquisición de tiendas de servicio para vender productos.
- c. El control es sobre los competidores, como lo hace una tienda departamental que abre espacios a otras marcas para vender sus productos.

12. ¿Qué es diversificación de conglomerado?

- a. Se trata de agregar productos o servicios que no tienen que ver con la empresa, pero que están pensados exactamente para nuevos clientes de un mercado objetivo.
- b. **Se concentra en un público objetivo, sino en varios y al mismo tiempo. (Respuesta correcta)**
- c. Es cuando los nuevos productos o servicios son parecidos a los que ya oferta la empresa, pero pueden atraer a nuevos mercados.



13. ¿Qué es una fusión o adquisición?

- a. Es cuando una empresa se une o adquiere a otra para fortalecer su posición en el mercado. (Respuesta correcta)
- b. Es cuando una empresa vende su modelo de negocio.
- c. Ninguna de las anteriores.

14. ¿Cuál es la forma tradicional que una empresa se expande en el mercado?

- a. Abrir tiendas propias. (Respuesta correcta)
- b. Abrir tiendas con socios.
- c. Vender en redes sociales.

15. ¿Qué es franquiciar?

- a. Cuando la empresa matriz concede a terceros el derecho de operar bajo su marca y sistema empresarial. (Respuesta correcta)
- b. Cuando abren nuevos puntos de venta con socios.
- c. Cuando se amplía el modelo de negocio.

16. ¿Qué significa para una empresa más clientes y nuevos mercados?

- a. Mayores ingresos potenciales y la posibilidad de escalar el negocio de manera significativa. (Respuesta correcta)
- b. Aumentar recurso humano y capital de trabajo.
- c. Implementar nuevas estrategias.

17. ¿Qué pasa cuando se tiene una cartera de ingresos diversificada?

- a. Un ciclo virtuoso de crecimiento sostenido.
- b. Aumenta la resiliencia financiera de la empresa.
- c. Reinversiones estratégicas en investigación y desarrollo.



d. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

18. ¿Qué sucede cuando una empresa sabe aprovechar nuevas oportunidades?

- a. Captura una mayor cuota de mercado.
- b. Responde a las demandas de nuevos segmentos de consumidores.
- c. Se mantiene por delante de la competencia.
- d. Todas las anteriores. (Respuesta correcta)

19. ¿Cuándo puedo llevar a cabo una estrategia de desarrollo de mercado?

- a. Cuando lances un nuevo producto.
- b. Cuando haya un cambio de tendencias.
- c. Cuando se tenga más liquidez.
- d. a y b son correctas. (Respuesta correcta)

20. ¿Qué buscan los inversores?

- a. Ver un retorno significativo en sus inversiones. (Respuesta correcta)
- b. Crecer el negocio.
- c. Beneficio empresarial.



Cuarto Examen (Tema 7)

- Tipo de categoría: **opción única**.
- Se **elaboraron 20 preguntas**, pero solo 15 son seleccionadas **aleatoriamente** por la plataforma, es decir, el examen consta de **15 preguntas**.

1. ¿Cuáles son los objetivos SMART?

- a. Específico, medible, alcanzable, relevante, a tiempo. (Respuesta correcta)
- b. Claro, preciso, medible, alcanzable.
- c. Medible, a tiempo, sociable, alcanzable, relevante.

2. ¿Cuántas estrategias se pueden identificar para atraer nuevos clientes?

- a. 5
- b. 7
- c. 10 (Respuesta correcta)

3. ¿Para el marketing digital cuáles son las acciones recomendadas?

- a. Atraer, capturar, convertir, fidelizar. (Respuesta correcta)
- b. Analizar, convertir, implementar, retroalimentar.
- c. Capturar, fidelizar, vender, convertir.

4. ¿Qué es la conversión?

- a. Es cuando el usuario se comporta de la manera en que se esperaba (o deseaba) y se convence de adquirir la oferta. (Respuesta correcta)
- b. Es cuando el cliente busca los productos en puntos físicos.
- c. Es cuando se tienen ventas repetitivas de un producto o servicio.



- 5. ¿Cuáles son técnicas de atención al cliente?**
- a. Técnica FAB: localiza características, brinda ventajas y demuestra beneficios.
 - b. Técnica de ELI5: explícalo como si hablaras con un niño de 5 años.
 - c. Técnica para empatizar: *feel, felt, found*.
 - d. Técnica de interrogación: realiza preguntas.
 - e. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- 6. ¿Qué pasa si una empresa brinda el mismo mensaje a todos sus clientes?**
- a. **Es un negocio que está perdiendo tiempo y esfuerzos. (Respuesta correcta)**
 - b. Está llegando a nuevos clientes.
 - c. Está incrementando ventas.
- 7. ¿Cuál es el propósito de definir bien los segmentos de clientes de una empresa?**
- a. Identificar qué tipo de consumidor se está buscando atraer.
 - b. Determinar cuál es el proceso de compra que sigue.
 - c. Calcular cuánta inversión requieres para atraer nuevos clientes.
 - d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- 8. ¿Qué aspectos se deben considerar para conocer mejor a los clientes?**
- a. Revisar y analizar las redes sociales.
 - b. Asistir a eventos o conferencias concernientes al producto o servicio.
 - c. Visitar los foros de internet y aplicar encuestas a tus consumidores actuales.
 - d. **Todas las anteriores. (Respuesta correcta)**
- 9. ¿Cuál es una de las mejores estrategias para atraer nuevos clientes?**
- a. **Crear un blog. (Respuesta correcta)**
 - b. Abrir nuevos puntos.



c. Ampliar la línea de productos o servicios.

10. ¿Cuáles son las etapas del emprendimiento en la región SICA?

- a. Sensibilización, ideación, formulación, puesta en marcha, aceleración. (Respuesta correcta)
- b. Ideación, puesta en marcha, aceleración.
- c. Formulación, puesta en marcha, aceleración.

11. ¿Cuáles serían las etapas en un proceso de aceleración?

- a. Análisis de mercado, crecimiento, levantamiento de capital, relacionamiento con inversionistas, demoday. (Respuesta correcta)
- b. Demo day, crecimiento, nuevos mercados.
- c. Levantamiento de capital, análisis de mercado, nuevos mercados.

12. ¿En qué consiste la metodología de los 5 por qué?

- a. Hacer preguntas para identificar un problema.
- b. La realización de preguntas que exploren la causa-efecto de un suceso o problema en particular. (Respuesta correcta)
- c. Consecuencias de un proceso.

13. ¿Cuáles son los tipos de propuesta de valor?

- a. Beneficio funcional, beneficio emocional, trascendencia. (Respuesta correcta)
- b. Beneficio radical, beneficio emocional, trascendencia.
- c. Beneficio creativo, liderazgo, funcional.

14. ¿Qué se busca analizar en el paso 1 de un PAC?

- a. Clientes. (Respuesta correcta)
- b. Presupuesto total.



c. Recurso humano.

15. ¿Qué significa PAC?

a. Plan de aceleración comercial. (Respuesta correcta)

b. Plan de accesos comerciales.

c. Plan de actitudes de los clientes.

16. ¿Dentro de las Estrategias de crecimiento intensivo cuales se encuentran?

a. Estrategia de penetración, de desarrollo de mercado, de desarrollo de producto.

(Respuesta correcta)

b. Diversificación horizontal, conglomerado y concéntrica.

c. Estrategia cooperativa y competitiva.

17. ¿Qué es el desarrollo de mercado? a. Acciones para un fin de la empresa. b. Son una serie de planteamientos cuya finalidad es ampliar el nicho empresarial.

(Respuesta correcta)

c. Análisis del entorno de una empresa.

18. ¿Cuáles son los diferentes tipos de desarrollo de mercado?

a. Fusión, franquicia, abrir tiendas propias, internacionalización. (Respuesta correcta)

b. Puntos de venta, ventas online, distribuidores.

c. Exportación, importación, ecommerce.



19. ¿Qué es aceleración de negocios?

- a. Es el incremento en la velocidad para ejecutar acciones con el fin de cumplir los objetivos y estrategias de una empresa en un tiempo determinado. (Respuesta correcta)
- b. Es la acción de llevar una empresa de una idea a un modelo de negocio.
- c. Es el proceso de validar un modelo de negocio.

20. ¿Cuáles son las etapas que una empresa puede aplicar desde su idea de negocio hasta su apalancamiento?

- a. Pre incubación, Incubación, Aceleración. (Respuesta correcta)
- b. Pre incubación, puesta en marcha, formalización, aceleración.
- c. Formulación, puesta en marcha, apalancamiento, crecimiento.



MÓDULO D: FORMACIÓN PARA EL ACOMPAÑAMIENTO EN CADENA DE VALOR

PRESENTACIÓN

El Módulo de Cadenas de Valor con Enfoque Agroforestal consiste en el desarrollo de actividades teóricas y prácticas, la metodología que se propone a desarrollar es eminentemente interactiva y participativa; en consecuencia, no se seguirá el método expositivo unilateral por parte del catedrático. Con tal finalidad:

- a) Como regla general, el docente proporcionará bibliografía para facilitar el estudio del contenido temático de las unidades a impartir.
- b) También se encomendarán diferentes tareas de estudio y análisis de diversos temas pertenecientes a las unidades a impartir, así como la resolución de algunos casos prácticos.
- c) Se pretende incentivar el debate y la discusión entre todos los estudiantes, sobre diferentes cuestiones y problemas que se pueden suscitar en materia de CdeV, a través del análisis de casos.

Sobre los Grupos de Trabajo

- Para la realización del estudio, análisis, resolución de Casos prácticos; elaboración de trabajos; se organizan cuatro Grupos de Trabajo que estarán integrados por todos los participantes.
- Los diferentes Grupos deben estudiar y resolver todos los Casos prácticos; elaborar un documento que contenga las respuestas por cada caso asignado.
- Cada Grupo tiene una persona Responsable o coordinadora, que es la encargada de incentivar y asegurarse que todos los integrantes realicen las tareas encomendadas en los plazos programados y con sujeción a las indicaciones que se vierten en el presente Documento/Dossier.



OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar en los asesores una comprensión integral de las cadenas de valor forestales y agroforestales sostenibles mediante su diseño y mapeo.

Objetivos Específicos

- Identificar y describir los conceptos básicos para el desarrollo de cadenas de valor de productos agroforestales y forestales, compartiendo experiencias y realizando análisis de estudios de casos.
- Explicar las diferentes herramientas para el mapeo, análisis y diseño de cadenas de valor, y describir los actores que interactúan en la cadena en diferentes niveles y escalas mediante su análisis y presentación visual en clases.
- Comparar e identificar criterios, metodologías, instrumentos y técnicas para atender los cuellos de botella en la cadena de valor de productos forestales y las nuevas tendencias en el desarrollo de negocios forestales.
- Desarrollar ejercicios prácticos de análisis y gestión de mercados y cadenas de valor, a partir de trabajos en grupos, análisis de casos, juegos de roles y plenarias.



MECANISMO DE EVALUACIÓN

Módulo D: Formación para el Acompañamiento en Cadena de Valor	
Modalidad: Híbrida	Horas: 40
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom: Trabajo en Grupo	
Análisis de caso Chicza: Chicles de la selva mexicana para todo el mundo.	5%
Identifique, esquematice y describa: Eslabón, Mapeo de Cadena, Cuellos de botella, actores directos e indirectos.	5%
Tipos de gobernanza en la CdeV agroforestal y forestal.	5%
Reglamento de la UE sobre cadenas de suministro libres de deforestación y degradación forestal.	5%
Actividades Presenciales/ Presencial Zoom: Trabajo Individual	
Tipos de cadena de valor para productos agroforestales y forestales.	5%
Guía técnica: Nuevos modelos de emprendimientos socioambientales para la Agenda 2030.	5%
Productos que han sido objeto de ecodiseño en los últimos 10 años.	5%
Guía técnica: Ecodiseño y Análisis del Ciclo de Vida.	5%
Investigación - Trabajo Final	20%
Participación en Clases	5%
Exámenes	
Prueba Corta Kahoot.	5%
Examen.	30%
TOTAL	100%



Actividades Presenciales/ Presencial Zoom: Trabajo en Grupo

1. Análisis de caso Chicza: Chicles de la selva mexicana para todo el mundo.

La primera goma de mascar certificada 100% natural y biodegradable es producida por 56 cooperativas formadas por aproximadamente 2000 miembros que forman el Consorcio Chiclero (Quintana Roo, Campeche, México).

Este consorcio administra la producción, logística, finanzas y comercio de esta goma de mascar única, obtenida en una explotación sustentable de 1,3 millones de hectáreas de selva tropical. A cinco años de haber emprendido el camino para darle valor agregado y transformar la materia prima del chicle en goma de mascar, el coraje y la perseverancia han dado sus frutos: hoy, este producto elaborado significa un ingreso seis veces mayor para un chiclero. La historia del consorcio Chicza se remonta a la década de los 90, en que Quintana Roo inició un largo proceso de modernización de sus sistemas de explotación del árbol chicozapote, a partir del cual se extrae el látex o chicle, que se exporta desde hace 30 años a países como Japón, Corea o Malasia. En estos países elaboran goma de mascar mixta (orgánica y sintética). Tras la llegada del látex sintético al mercado, esta actividad se desplomó bruscamente. Tras varias décadas en que México mantuvo volúmenes de producción de chicle arriba de las 6000 toneladas al año, en los años 90 apenas se producían 100. Fue en esos años que Manuel Aldrete, junto con un grupo de emprendedores, iniciaron las gestiones para que se les permitiera incursionar en el negocio de la exportación de chicle.

En ese entonces sólo el Banco Mexicano de Comercio Exterior era el único facultado. No fue sino hasta el 2003 cuando pudieron (¿QUIÉNES?) constituir con todas las de la ley el consorcio chiclero Chicza, que arrancó como exportador de “marquetas” (barras de chicle empleadas como materia prima). De entonces a la fecha, han triplicado su producción al



pasar de un volumen inicial de 100 a 300 toneladas al año, con lo que esperaban cerrar en 2015.

2. Identifique, esquematice y describa: Eslabón, Mapeo de Cadena, Cuellos de botella, actores directos e indirectos.

Cacao: Grupo 1 y 3

Pino: Grupo 2 y 4

Los conceptos técnicos más usados en el desarrollo de acciones con enfoque de cadenas de valor son los siguientes (lundy et al. 2003, escobedo 2012):

1. Eslabón: Es el conjunto de actividades o funciones interdependientes por los que pasa un producto y que reflejan los intercambios y principales transformaciones. Los eslabones más comunes en la CDEV son insumo, producción, acopio, transformación primaria, transformación secundaria, comercialización y consumidor final.

2. Mapeo de cadena: es una representación gráfica de la estructura y composición de una cadena determinada. En el mapeo se muestran los eslabones, actores (directos e indirectos), tipo de relaciones contractuales, oportunidades y limitaciones. Además, dependiendo del objetivo del análisis de la cadena, en el mapa se presenta información clave (cuantitativa) para el análisis.

3. Puntos críticos o cuellos de botella: son las limitaciones a vencer para cumplir competitivamente las funciones o actividades dentro de un eslabón. La suma de cuellos de botella refleja la limitación de la cadena para que esta sea competitiva. Algunos ejemplos de cuellos de botella son la baja productividad, incumplimiento de calidad en la transformación, falta de financiamiento, falta de asistencia técnica.

4. Actores directos: son quienes están vinculados directa y completamente con el desarrollo de las actividades o funciones dentro de los eslabones de la cadena. Los actores



pueden ser personas independientes, empresas privadas, empresas rurales asociativas u organizaciones de segundo nivel (gremios).

5. Actores indirectos: son aquellos actores que brindan servicios de apoyo o fortalecimiento de las actividades o funciones en la CDEV. Por lo general, este actor no se vincula sólo con la cadena que apoya, sino que ofrece un servicio demandado por otras cadenas. Algunos ejemplos son los transportistas, certificadoras, servicios contables, aduanas.

3. Tipos de gobernanza en la CdeV agroforestal y forestal.

¿Qué tipos de gobernanza tenemos en la CdeV agroforestal y forestal?

Investigar, desarrollar y exponer en Grupos de acuerdo a la conceptualización desarrollada en clases.

4. Reglamento de la UE sobre cadenas de suministro libres de deforestación y degradación forestal.

Lea detenidamente el reglamento y conteste:

1. ¿Pueden los productores de Honduras exportar aceite de palma, carne de res, madera, café y cacao libre de deforestación a la Unión Europea?

2. ¿Qué propone?

Deberá justificar su respuesta de acuerdo al reglamento y a la realidad de país.



Actividades Presenciales/ Presencial Zoom: Trabajo Individual

1. Tipos de cadena de valor para productos agroforestales y forestales.

En una página en Word realizar una lista y breve descripción de los tipos de cadena de valor para productos agroforestales y forestales.

2. Guía técnica: Nuevos modelos de emprendimientos socioambientales para la Agenda 2030.

Leer y resolver guía técnica: Nuevos modelos de emprendimientos socioambientales para la Agenda 2030.

3. Productos que han sido objeto de ecodiseño en los últimos 10 años.

Elabore una lista de 10 productos que usted utiliza y han sido objeto de ecodiseño en los últimos 10 años.

4. Guía técnica: Ecodiseño y Análisis del Ciclo de Vida.

Leer y resolver guía técnica: Ecodiseño y Análisis del Ciclo de Vida.

5. Investigación - Trabajo Final

Trabajo de Investigación:

Analizar el índice de cumplimiento de la Agenda 2030 en Honduras, con respecto a los Objetivos de Desarrollo que promueven la cadena de valor sostenible.

La exposición oral: 20% de la calificación.



Se valora sobre todo la calidad (más que la cantidad) de los argumentos técnicos empleados y el reflejo del material didáctico suministrado.

Trabajo escrito: 10% de la calificación.

Se valora la calidad del contenido y estructura del trabajo, junto a la claridad expositiva, la coherencia estructural, el manejo bibliográfico, el desenvolvimiento argumentativo y la suscitación de cuestiones.



EXAMEN: MÓDULO D

(20) Preguntas:

Tipos de categorías: opción única y opción múltiple (más de una respuesta).

1. El concepto de sostenibilidad se enfoca en lo siguiente:

- a. Política Pública.
- b. Factores Económicos. (Respuesta correcta)
- c. Factores Ambientales. (Respuesta correcta)
- d. Factores Sociales. (Respuesta correcta)
- e. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

2. La eco-eficiencia es:

- a. La que satisface las necesidades humanas.
- b. Considerada una de las más recientes filosofías de gestión que se basa en el desarrollo sostenible.
- c. Ecoeficiencia = Valor de Producto o Servicio / Influencia del medio ambiente. (Respuesta correcta)
- d. No aborda problemas medioambientales.
- e. Todas las anteriores.

3. Un proyecto de Producción más Limpia, según ONUDI consta de:

- a. Mejorar las prácticas laborales.
- b. Flujo de masa, flujo de energía, costos y seguridad. (Respuesta correcta)
- c. Reflexión, Generación de Operaciones, Análisis de Viabilidad, Implementación, Control y Continuación. (Respuesta correcta)
- d. Eficiencia en los recursos.
- e. Cambio de Procesos.



4. Describa los principios de la economía circular según los autores: (McDonough, W., Braungart, M., 2002):

- a. Eliminar Residuos. (Respuesta correcta)
- b. Circularidad: los productos se diseñan y optimizan para un ciclo de desmontaje y reutilización. (Respuesta correcta)
- c. Bienes duraderos.
- d. Energía necesaria para reducir la dependencia de los recursos y aumentar la resiliencia. (Respuesta correcta)
- e. Todas las anteriores.

5. Tanto la producción más limpia como la eco-eficiencia recurren a conceptos tales como:

- a. Uso eficiente de materias primas.
- b. Prevención de la contaminación.
- c. Reducción en la fuente.
- d. Minimización en la generación de residuos, reciclado y /o reutilización interna.
- e. En ambos casos se afirma que las empresas pueden alcanzar simultáneamente sus objetivos de excelencia ambiental y competitividad.
- f. Todas son correctas. (Respuesta correcta)

6. En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 para promover el Desarrollo Sostenible, la cual consiste en un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad.

Esta agenda cuenta con:

- a. 20 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con 169 metas de carácter integrado.
- b. 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con 169 metas de carácter integrado. (Respuesta correcta)
- c. 169 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con 17 metas de carácter integrado.



d. Ninguna de las anteriores.

7. Después de cuatro años de aprobada la Agenda 2030, según el CODS, el promedio del índice ODS en la región se ubica en:

a. 63.1 (Respuesta correcta)

b. 100

c. 72.5

d. Ninguna de las anteriores

8. El Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 13, se enfoca en:

a. Crecimiento Económico Inclusivo.

b. Eliminación del Hambre y la Pobreza.

c. Acción por el Clima. (Respuesta correcta)

d. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

9. La primera vez que se mencionó el enfoque de las cadenas de valor fue en el año:

a. 1985 (Respuesta correcta)

b. 1990

c. 2024

d. Ninguna es correcta

10. La visión en una cadena de valor es:

a. Corto plazo

b. Largo plazo (Respuesta correcta)

c. Sostenible (Respuesta correcta)

d. Ninguna de las anteriores



11. ¿Cuáles son las diferentes etapas del ciclo de vida del producto?

- a. Producción, comercialización, venta, postventa, disposición final.
- b. Producción, venta y disposición final.
- c. Extracción de la materia prima, manufactura, empaque, transporte, uso y manutención, reutilización, reciclaje o disposición final. (Respuesta correcta)

12. El Análisis del Ciclo de Vida (ACV) del producto es: a. Una declaración de principios ambientales. b. Una metodología para la gestión de riesgos ambientales y de incertidumbre. c. Una herramienta de gestión ambiental que evalúa el desempeño. d. Una metodología empleada para el estudio del producto desde su producción hasta su reciclaje o degradación final, evaluando los impactos potenciales del ambiente. (Respuesta correcta)

13. Las etapas de un Sistema de Gestión Ambiental son:

- a. Planificar-Gestionar.
- b. Planificar- Hacer- Evaluar-Actuar. (Respuesta correcta)
- c. Planificar-Hacer-Evaluar.
- d. Planificar-Ejecutar-Actuar.

14. La evaluación del ciclo de vida es:

- a. Es una evaluación de los impactos de la sostenibilidad en el producto.
- b. Identifica los factores internos y externos del producto.
- c. Una herramienta que se desarrolla para evaluar el impacto ambiental de los sistemas a lo largo de su vida. (Respuesta correcta)



15. La servitización es una herramienta de la economía circular porque es: a. Una estrategia que mide los impactos sociales y ambientales del negocio. b. Un sistema que aumenta la competitividad y el posicionamiento del modelo de negocio. c. La práctica de reducir el consumo de materiales a través de un cambio orientado a transformar a los consumidores de productos, en usuarios de servicios. (Respuesta correcta)

16. Para la implementación y/o adaptación de una cadena de suministros tradicional hacia una cadena de suministro verdes es necesario introducir los siguientes criterios ecológicos:

- a. Ecodiseño y análisis de ciclo de vida del producto. (Respuesta correcta)
- b. Manufacturas Verdes. (Respuesta correcta)
- c. Reducción de costos de producción y logística.
- d. Logística y transporte verde. (Respuesta correcta)
- e. Mejorar la imagen institucional de la organización.

17. La Gestión de la Cadena de Suministros se define como: a. Una corriente que ha venido cobrando mucho interés en los últimos años. b. Estudia de manera holística el flujo de materiales, productos y servicios desde su origen como materia prima pasando por los procesos de transformación hasta la distribución o entrega al consumidor final. (Respuesta correcta) c. La producción de bienes o servicios, tangibles o intangibles para satisfacer las necesidades de clientes, beneficiarios y socios. d. Desarrollan actividades que tienen que ver con proveedores, procesos internos y clientes. e. Todas las anteriores.



18. La Gestión Sostenible de la Cadena de Suministro se define como: a. Consumir eficientemente los combustibles. b. Buscar entregar el mejor servicio al menor costo posible. c. Optimizar los activos productivos y logísticos de los que dispone (como almacenes, transportes, fábricas, inventario, etc.) d. La gestión de material, información y flujo de capital, mientras se establecen objetivos a partir de las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económico, social y medio ambiental. (Respuesta correcta)

19. Es posible en nuestra organización reducir o evitar mayores emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera mediante:

a. El cambio de uso de energías provenientes de combustibles fósiles por energía más limpia o energía renovable que permita cubrir la misma cantidad de energía requerida. b. Se pueden llevar a cabo una serie de buenas prácticas para mitigar los impactos de las operaciones, al interior de las oficinas administrativas y actividades operativas. c. Las empresas para ser más competitivas en los mercados actuales tienen que tener una imagen de responsabilidad social y medioambiental. Por ejemplo; adoptar políticas y estrategias de operaciones y producción más limpia. d. Todas son correctas. (Repuesta correcta)

20. El mercado de carbono consiste en:

a. En un mercado donde se comercializan los bonos de carbono de todos los proyectos que reduzcan sus emisiones de CO₂. (Repuesta correcta)

b. Un alcance sectorial de acreditación con límites sobre las emisiones de CO₂.

c. Un número creciente de empresas que fijan precios de CO₂ por tonelada.

d. El artículo 6 del Acuerdo de París establece el mandato para que los países desarrollen un mercado de carbono.