

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES DEL MUNICIPIO DE SAUCILLO, CHIHUAHUA

Janeth Guadalupe González Domínguez

Universidad Autónoma de Chihuahua, México

jgonzalezd@uach.mx.

Jerónima Antonieta Pérez

jeperez@uach.mx

Jorge Alberto Sánchez Bernal

jsanche@uach.mx

Alejandro Palacio Márquez

apalaciom@uach.mx

Martín Armando Alonso Gómez

malonsog@uach.mx

Recepción: 20 Diciembre 2024

Aprobación: 15 Mayo 2025



Acceso abierto diamante

Resumen

El Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC) es esencial para los productores agroindustriales, ya que permite identificar áreas clave de formación y desarrollo de habilidades, mejorando así la eficiencia, productividad y sostenibilidad del sector. El DNC promueve prácticas sostenibles y contribuye al desarrollo económico y social de las comunidades rurales. La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un DNC para los productores agroindustriales del municipio, utilizando una metodología cuantitativa y descriptiva, basada en un censo de productores. Los resultados muestran una agroindustria variada, que incluye sectores como lácteos, cárnicos, derivados del trigo y nuez, entre otros. Sin embargo, existen amplias brechas en áreas clave como planeación estratégica, registro de marcas, sistemas contables y estrategias de marketing. A pesar de que un 82.86% implementa sistemas de optimización de costos y el 85.71% utiliza sistemas contables, la falta de metodologías formales limita la efectividad de estas prácticas. Además, el 62.86% no está registrado en cámaras de comercio, lo que indica desconocimiento sobre su importancia. Otro hallazgo relevante es que la mayoría de los productores utilizan redes sociales, especialmente Facebook, para publicitar sus productos, aunque carecen de estrategias de marketing estructuradas. Por otro lado, solo cuatro empresas cuentan con el distintivo de calidad "Chihuahua Market", lo que resalta la desigualdad en el acceso a certificaciones y estándares. La investigación subraya la necesidad de capacitaciones en áreas como gestión empresarial, fiscal, contable, marketing y propiedad industrial. Se recomienda desarrollar un plan de capacitación en colaboración con universidades y organismos gubernamentales para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los productores agroindustriales en Saucillo. Este diagnóstico sienta las bases para abordar las brechas identificadas y fomentar el desarrollo integral de la agroindustria local.

Palabras clave: agroindustria, planeación de capacitación, detección de necesidades..

Abstract

The Training Needs Assessment (TNA) is essential for agro-industrial producers as it helps identify key areas for skill development and training, thereby improving the efficiency, productivity, and sustainability of the sector. The TNA promotes sustainable practices and contributes to the economic and social development of rural communities. This research aimed to develop a TNA for

agro-industrial producers in the municipality, using a quantitative and descriptive methodology based on a census of producers. The results show a diverse agro-industry that include sectors such as dairy, meat, wheat derivatives, and pecans, among others. However, there are significant gaps in key areas such as strategic planning, trademark registration, accounting systems, and marketing strategies. Although 82.86% implement cost optimization systems and 85.71% use accounting systems, the lack of formal methodologies limits the effectiveness of these practices. Additionally, 62.86% are not registered with chambers of commerce, indicating a lack of awareness about their importance. Another significant finding is that most producers use social media, especially Facebook, to advertise their products, although they lack structured marketing strategies. Moreover, only four companies have the "Chihuahua Market" quality certification, highlighting inequality in access to certifications and standards. The research emphasizes the need for training in areas such as business management, fiscal and accounting practices, marketing, and intellectual property. It is recommended to develop a training plan in collaboration with universities and governmental organizations to strengthen the competitiveness and sustainability of agro-industrial producers in Saucillo. This assessment lays the groundwork to address the identified gaps and foster the integral development of the local agro-industry.

Keywords: agro-industry, training planning, needs assessment..

INTRODUCCIÓN

La agroindustria es de suma importancia para el desarrollo económico de las comunidades, especialmente en regiones rurales como Saucillo, Chihuahua, México, donde la producción agrícola y pecuaria, así como su transformación, son pilares en la economía local. Es por ello por lo que conocer las necesidades de capacitación de este sector permite mejorar su competitividad y crecimiento para adaptarse a las exigencias del mercado mundial, conocer los avances tecnológicos y las regulaciones medioambientales (FAO, 2020).

En México, la agroindustria ha mostrado un crecimiento significativo, especialmente en estados con fuerte actividad agrícola como Chihuahua, donde la producción de cultivos como nuez, chile, maíz y frijol se complementa con procesos de transformación (INEGI, 2022). Sin embargo, a medida que el sector crece, surgen nuevas exigencias en términos de competitividad, tecnología, comercialización y sustentabilidad, lo que incrementa la necesidad de capacitación de los productores agroindustriales (García y López, 2019).

En el municipio de Saucillo, Chihuahua, el sector agroindustrial se caracteriza por su diversidad productiva y relevancia económica, requiere de una formación continua y específica para optimizar sus procesos y mejorar la competitividad en un mercado globalizado. Es por ello, que la implementación de un DNC es una estrategia indispensable para fortalecer la capacidad productiva, sostenible y competitiva de los productores agroindustriales, asegurando un desarrollo integral y sostenible de la región pues como señalan García y López (2019), estos factores generan una brecha significativa entre las capacidades actuales de los productores y las competencias necesarias para enfrentar los cambios en la industria agroalimentaria. Sin una formación adecuada, los productores corren el riesgo de perder oportunidades en mercados internacionales y de no poder adaptar sus prácticas a las nuevas exigencias tecnológicas y medioambientales (Méndez, 2018). Por lo tanto, el objetivo general de esta investigación es elaborar un diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC) de los productores agroindustriales del municipio de Saucillo, Chihuahua, México.

REVISIÓN DE LITERATURA

La capacitación se define como el proceso mediante el cual los individuos adquieren o mejoran las habilidades y conocimientos necesarios para realizar su trabajo de manera más eficiente (Méndez, 2018). Al tratarse de sectores primarios como lo es la agroindustria, la capacitación no solo se refiere a mejorar las técnicas de producción, sino también a desarrollar competencias en áreas como la gestión empresarial, el manejo de recursos naturales, la comercialización, el uso de nuevas tecnologías y la adaptación a normativas medioambientales (OIT, 2017).

El diagnóstico de necesidades de capacitación es una herramienta esencial para identificar las brechas existentes entre las competencias actuales de los productores y las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos del mercado y de la producción agroindustrial (Torres, 2016). Este diagnóstico implica un análisis sistemático de los conocimientos, habilidades y actitudes que los productores deben adquirir o mejorar para aumentar su productividad y competitividad.

De acuerdo con Chiavenato (2014), el diagnóstico de necesidades de capacitación es el primer paso para diseñar programas de formación efectivos, ya que permite priorizar las áreas de intervención y enfocar los recursos disponibles en aquellos temas que tendrán mayor impacto en el desempeño laboral de los productores.

Por su parte, Benítez (2023), señala que después de realizar el DNC a los microempresarios agroindustriales se determinó la necesidad de capacitación en buenas prácticas de manufactura y en procesos de producción, destacando la importancia de su adopción para mejorar la competitividad. El diagnóstico de necesidades de capacitación es un proceso clave para identificar las brechas entre las habilidades actuales de los productores y las que requieren para afrontar los desafíos del mercado (Chiavenato, 2014). Chiavenato enfatiza que un

diagnóstico adecuado permite diseñar programas formativos específicos que respondan a las realidades del contexto local.

La agroindustria abarca desde la producción primaria agrícola o pecuaria hasta la transformación de materias primas en productos alimenticios y otros bienes de consumo. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2020), este sector juega un papel fundamental en la generación de empleo y en la mejora de las condiciones socioeconómicas en regiones rurales.

El sector agroindustrial, según la FAO (2020), es un pilar en la generación de empleo y en el desarrollo económico de las zonas rurales. En áreas como Saucillo, la agroindustria no solo provee empleo directo, sino que también impulsa actividades complementarias relacionadas con la transformación de productos agrícolas. Sin embargo, como señala Méndez (2018), uno de los principales desafíos que enfrenta este sector es la falta de acceso a capacitación adecuada, lo que limita la adopción de nuevas tecnologías y la capacidad de los productores para competir en mercados globales.

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2017), la capacitación no solo mejora la eficiencia productiva, sino que también permite a los productores adaptarse a las crecientes exigencias en temas como sostenibilidad, normativas medioambientales y calidad de los productos. La OIT subraya la importancia de la formación en competencias técnicas y gerenciales, lo cual es crítico para mejorar la competitividad de los pequeños y medianos productores.

En México, García y López (2019) realizaron un estudio sobre las necesidades de capacitación en el sector agroindustrial, destacando que las principales áreas en las que los productores demandan formación son el uso de tecnologías avanzadas, comercialización y cumplimiento de normativas. Este estudio también resalta que la falta de acceso a programas de capacitación técnica contribuye a la baja adopción de prácticas innovadoras, lo que afecta negativamente la productividad.

Bohórquez y (2019) menciona que la capacitación es de suma importancia para el sector agroindustrial en la región de Ríazalda, ya que esto trae consigo mayor cohesión entre las cadenas de suministro. De acuerdo con Méndez (2018), los factores que influyen en las necesidades de capacitación de los productores agroindustriales varían según el contexto, pero en general se destacan tres aspectos: la competitividad, la modernización tecnológica y la sostenibilidad.

Asimismo, la presión por adoptar prácticas sostenibles ha aumentado la demanda de capacitación en el manejo eficiente de recursos naturales y energías renovables (FAO, 2020). Estos factores obligan a los productores a capacitarse no solo en técnicas agrícolas tradicionales, sino también en nuevas prácticas que les permitan garantizar la viabilidad de sus operaciones a largo plazo.

Salgado *et al.* (2021), señala que al querer evaluar las necesidades de capacitación de productores agrícolas que incluyan requisitos de capacitación para sus proyectos de desarrollo, existen deficiencias debido a la cultura y poca colaboración de los productores. Vázquez (2017), en la investigación que realizó, se determinó que las necesidades de capacitación son en cuanto a estrategias de ventas, servicio al cliente, relaciones humanas, características de nuevos productos, asesoría técnica en productos de agricultura y ganadería. En este contexto, es importante que los programas de capacitación no se limiten a las habilidades técnicas, sino que también aborden aspectos de gestión empresarial, lo cual puede aumentar la sostenibilidad económica de los productores agroindustriales (Méndez, 2018). García (2019), afirma que la agroindustria enfrenta desafíos constantes debido a los cambios en el mercado global, las demandas de los consumidores por productos sostenibles y la creciente presión por adoptar tecnologías avanzadas, dando así énfasis a la importancia de la capacitación para la modernización y desarrollo de las competencias de los productores.

MATERIAL Y MÉTODOS

La naturaleza de investigación fue cuantitativa. La forma de investigación fue aplicada al identificar en primera instancia el problema de investigación, con una revisión de la literatura existente para comprender el

estado actual del conocimiento del tema y generar conocimiento que se pueda aplicar directamente para resolver problemas y mejorar situaciones de un grupo específico.

El tipo de investigación fue transversal descriptiva pues se describe el perfil de los productores a través de la aplicación de un cuestionario aplicado a la totalidad de los mencionados. La forma de investigación fue de campo con la aplicación de una encuesta a los productores agroindustriales. El método de investigación fue de acción participativa.

La técnica empleada fue mediante la aplicación de encuesta (Malhotra, 2020), para lo que se diseñó un cuestionario cerrado de 32 preguntas dividido en seis secciones: Datos del productor, mercadeo y ventas, técnico, financiero, legal y administrativo. Dicho instrumento fue aplicado de manera presencial a 35 productores en una reunión de trabajo convocada en las instalaciones de CANACO Saucillo, se entregó un ejemplar a cada uno y se leyó de manera pública y cada uno de ellos respondió lo correspondiente.

Diseño de la Investigación

El trabajo de investigación se realizó en el municipio de Saucillo, Chihuahua, México, en la Región centro sur. La población de interés con la que se trabajó fueron los productores agroindustriales del municipio de Saucillo, Chihuahua (Malhotra, 2008). El marco muestral que se consideró fue de acuerdo con el registro del Padrón de Productores Agroindustriales del Municipio de Saucillo, proporcionado por el Departamento de Desarrollo Rural y Económico. La unidad de análisis considerada fueron los productores agroindustriales del municipio, encuestando un total de 35. Se realizó un Censo.

El Análisis de Datos se llevó a cabo mediante la utilización del paquete estadístico SPSS versión 25 utilizando estadísticas descriptivas como frecuencias, porcentajes y análisis de tablas cruzadas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se realizó una clasificación en cuanto a la orientación de la empresa, donde se presentaron productores de las áreas de cárnicos, apícola, salsas y envasados, lácteos, madera, derivados de trigo, derivados de la nuez y medicina naturista. Lo que indica, que al ser una comunidad agrícola y pecuaria el tipo de agroindustria es variada en el municipio (Cuadro 1).

Cuadro 1. Enfoqué de los Productores Agroindustriales

Orientación de la empresa	Número de empresas
Lácteos	8
Salsas y envasados	7
Cárnicos	5
Derivados del trigo	5
Derivados de la nuez	4
Medicina naturista	2
Apícola	2
Madera	2

Elaboración propia

En cuanto al Régimen Fiscal en el que se encuentran registrados, se observó que 5 empresarios que representan el 14.29% mencionó no estar dado de alta ante el SAT, el mismo porcentaje dijo estar en el Régimen de Incorporación Fiscal, 21 productores que representan el 60% están registrados como Persona

Física con Actividad Empresarial y 4 productores que representan el 11.43% como Persona Moral, siendo un indicativo de la necesidad de capacitación en el área fiscal, lo anterior se muestra en la Figura 1.

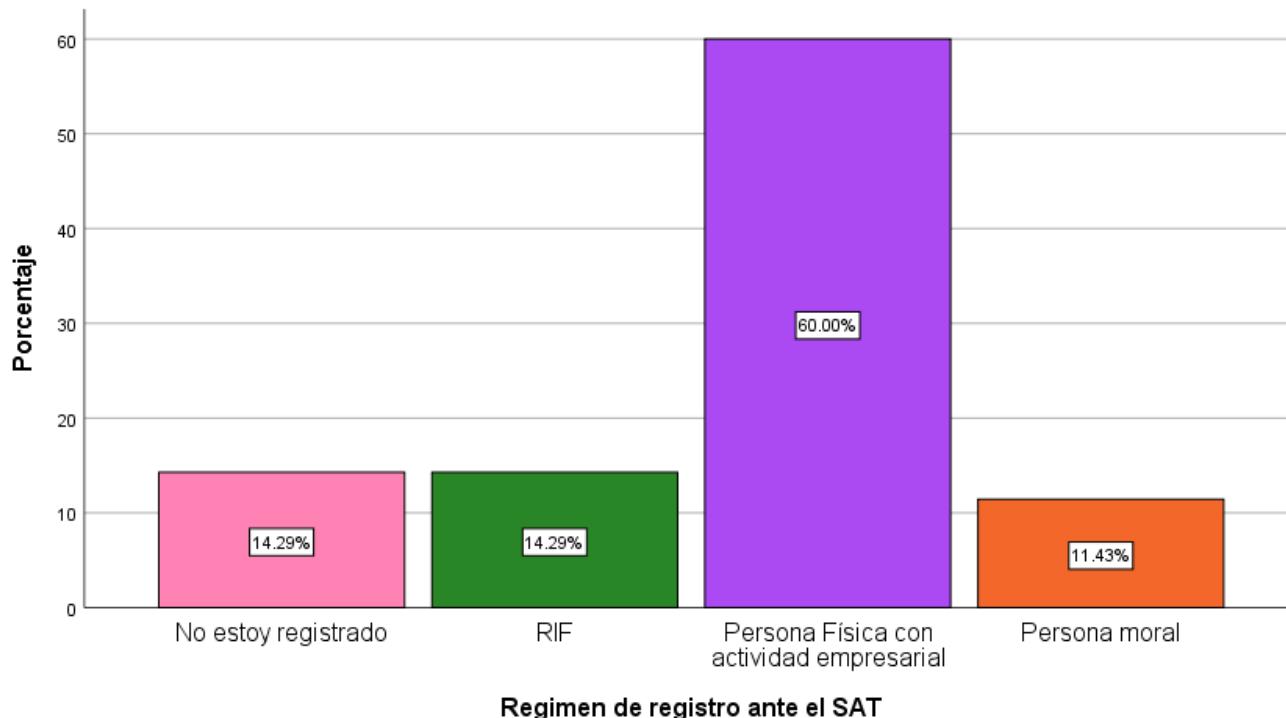


Figura 1. Régimen de registro ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).
Elaboración propia.

En el Cuadro 2 se muestra un recuento de la situación de los productores en cuanto al plan operativo, planeación estratégica, objetivos, misión, visión, certificación Chihuahua Market, registro de diseño industrial, registro de patentes, Tabla nutrimental, logotipo, registro de marca, código de barras y productos etiquetados, indicando que es necesaria la capacitación en temas de plan operativo y estratégico que permitan desarrollar además los objetivos, misión y visión de la empresa.

Cuadro 2. Área operativa y estratégica de los Productores Agroindustriales

Plan operativo y estrategias	SI	NO
Plan operativo	19	16
Plan estratégico	17	18
Objetivos	24	11
Visión	23	12
Misión	23	12
Certificado Chihuahua Market	4	31
Registro de diseño industrial	10	25
Registro de patentes	4	31
Tabla nutrimental	26	9
Logotipo	30	5
Registro de marca	20	15
Código de barras	21	14
Etiquetado	31	4

Elaboración propia.

En cuanto al registro de patentes y propiedad industrial, se observó poco interés por lo que se sugirió, capacitación en este rubro, así como acompañamiento en cuanto el registro de logotipo, marcas y código de barras, ya que la mayoría de quienes cuentan con estos aspectos, no tienen el registro correspondiente y operan con el riesgo a perder el posicionamiento de marca que han generado por no contar con él, cabe mencionar que algunas de las etiquetas que utilizan y el empaquetado son artesanales y carecen de proceso industrial. Es importante resaltar que 4 empresas cuentan con el distintivo Chihuahua Market, que es un distintivo de Calidad avalado por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A.C. (IMNC), que respalda a aquellos productos y servicios que cumplen con los estándares de calidad establecidos por las normas oficiales mexicanas, indicando con ello la amplia brecha que existe entre los pequeños productores carentes de registros y quienes ya ostentan distintivos que avalan la calidad de sus productos y procesos.

El 48.57% menciona si tener una planeación estratégica, sin embargo, al cuestionar acerca de cómo se llevó a cabo, el procedimiento carece de metodología para esta cuestión y es sola mente una planeación de ventas y recursos, misma que realizan por ciclo agrícola o por temporada de producción, esto se observa en la Figura 2.

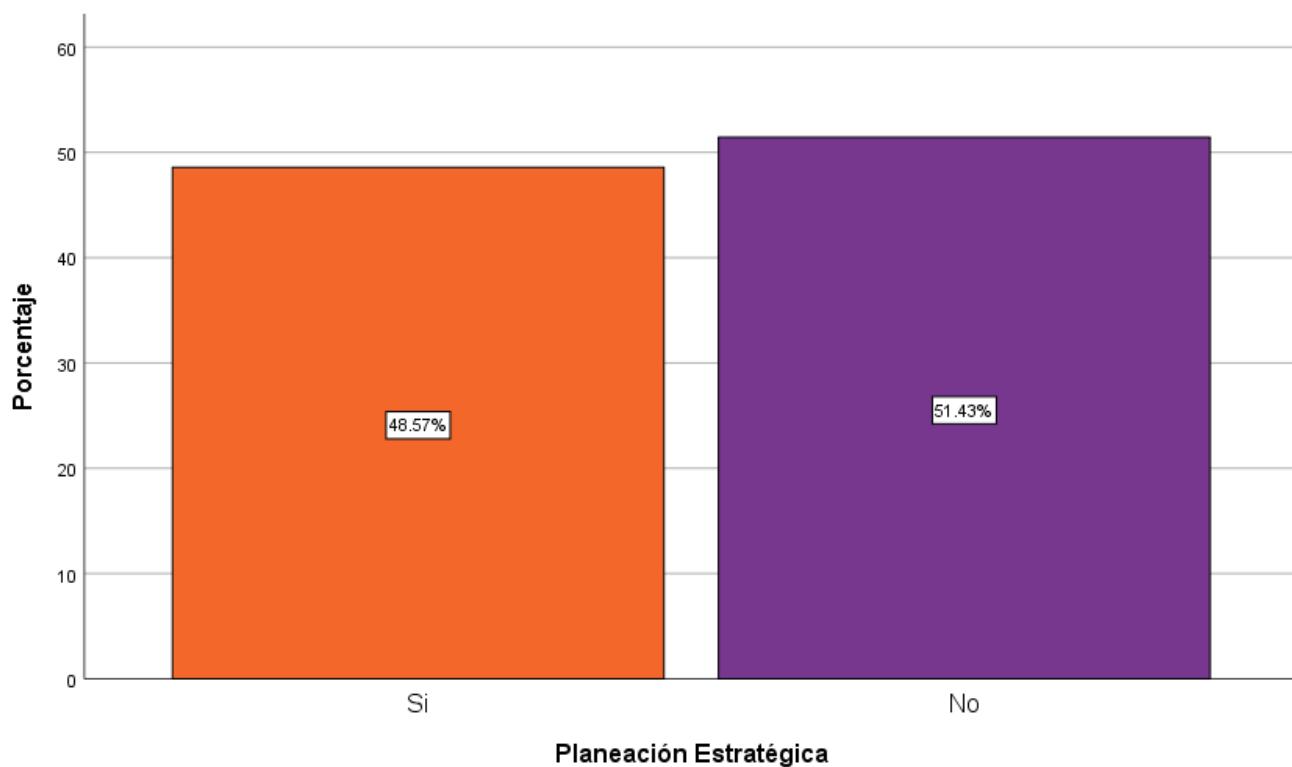


Figura 2. Porcentaje de Empresas que cuentan con planeación estratégica.
Elaboración propia.

Refiriéndose a las cuestiones organizacionales, el 54.29% dice contar con perfiles de puestos definidos, sin embargo, en la práctica muchas de las actividades son realizadas por los propietarios, quienes fungen con varios puestos a la vez (Figura 3).

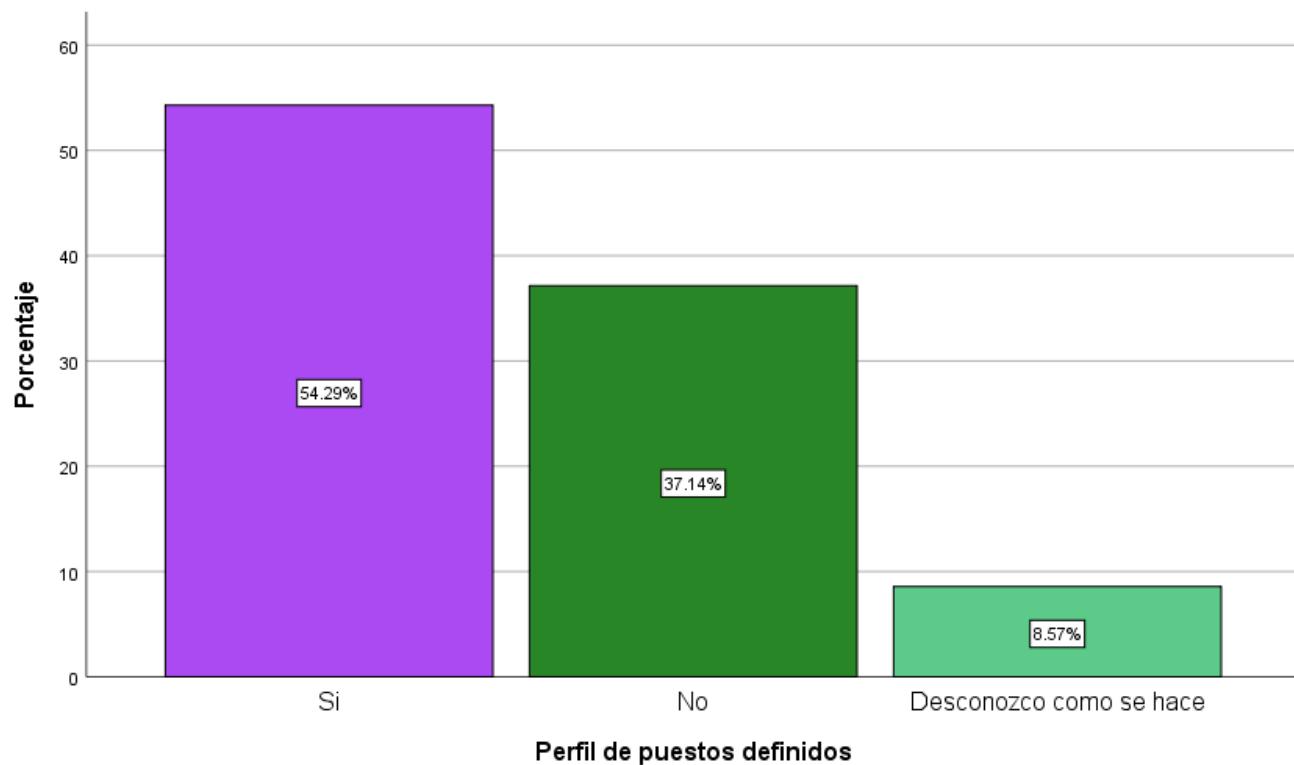


Figura 3. Perfil de puestos definidos de los Productores Agroindustriales.

Elaboración propia

En cuanto al área contable las empresas mencionan que el 85.71% cuenta con un sistema mientras que el 14.29% no lo tiene, esto representa una ventaja pues les permite conocer los movimientos contables y financieros de manera eficaz (Figura 4).

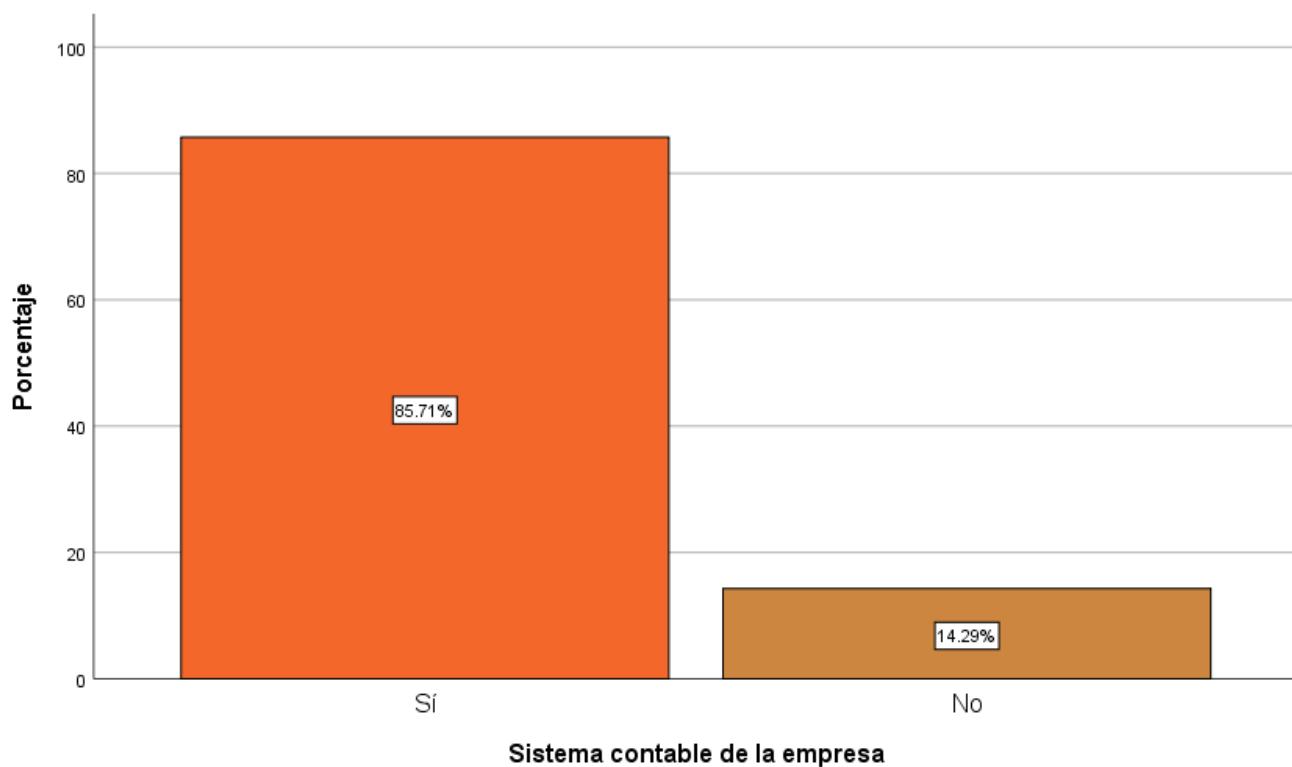


Figura 4. Porcentaje de Empresas que cuentan con sistema contable.
Elaboración propia

En cuanto al tipo de administración a través de la contratación de un contador, los resultados fueron que el 22.86% tenían un contador interno, el 65.71% era externo y el 11.43% no tenían, esta respuesta difiere al 14.29% que menciona no estar registrado, indicando que, a pesar de no tener su registro ante el SAT, llevan su contabilidad a través de un experto, siendo un punto de atención en cuanto al conocimiento de sistemas contables (Figura 5).

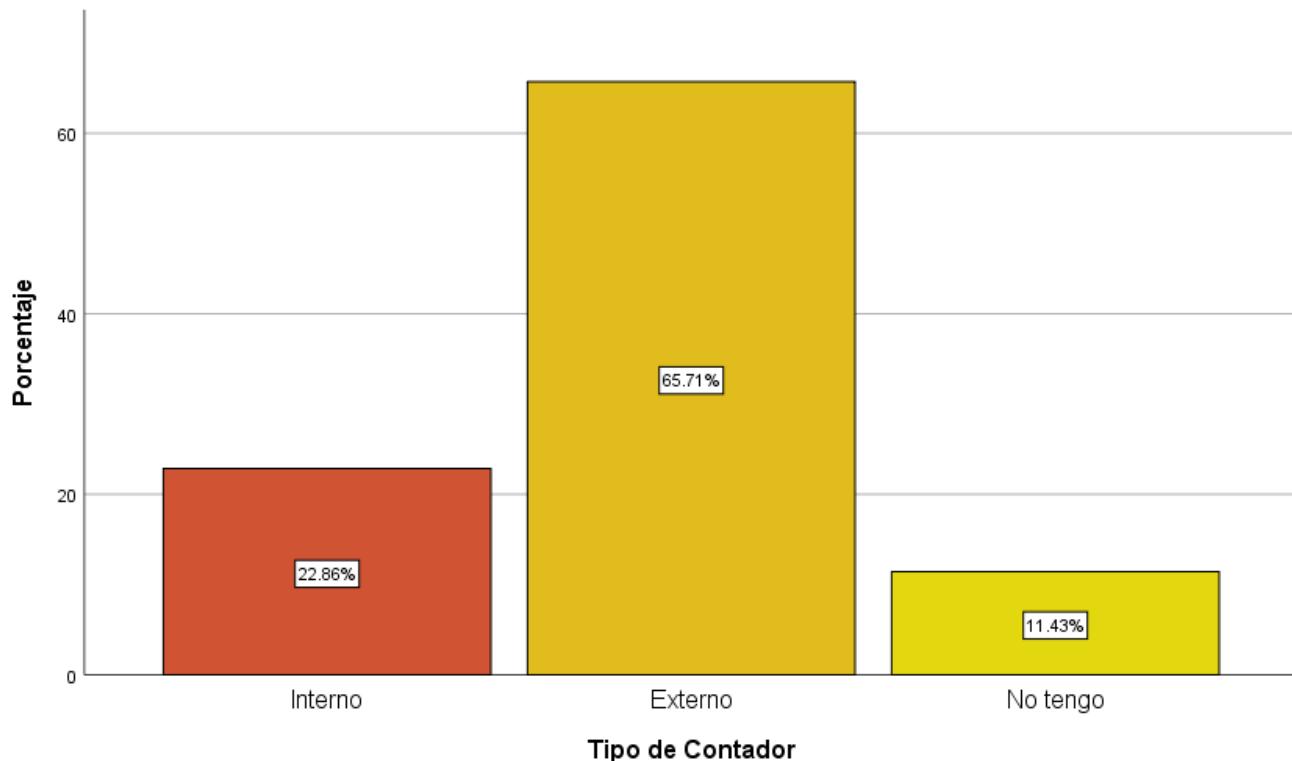
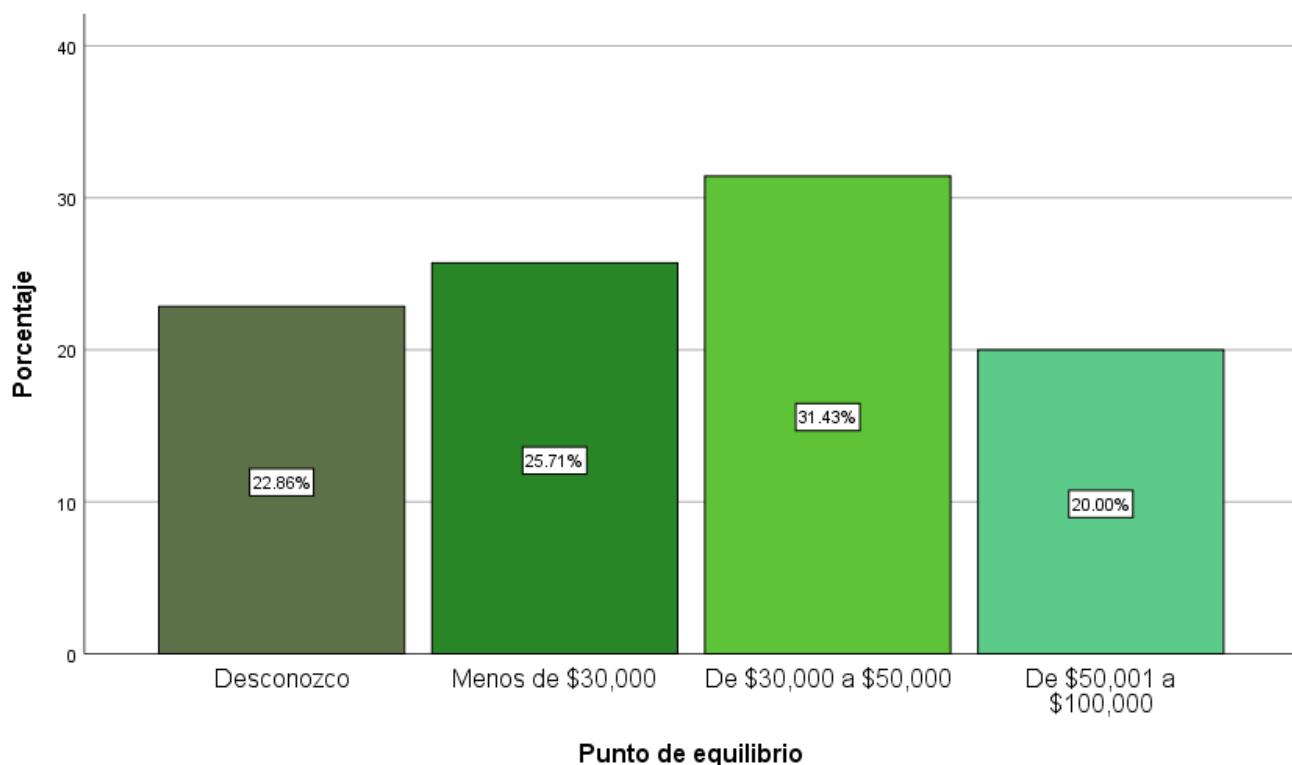


Figura 5. Tipo de contador en la empresa
Elaboración propia

En la Figura 6 se observa lo referente al punto de equilibrio donde cabe mencionar que el 22.86% desconoce cómo se calcula, siendo un área de oportunidad para capacitación.



Punto de equilibrio de los Productores Agroindustriales
Elaboración propia.

Por otra parte, el 82.86% cuenta con un sistema de optimización de costos, lo cual a través de charlas con los mismos productores se observó que en algunos casos es rudimentario y carece de fundamentos técnicos, sin embargo, genera reducción en los costos. Siendo también este punto un área a considerar para capacitaciones (Figura 7).

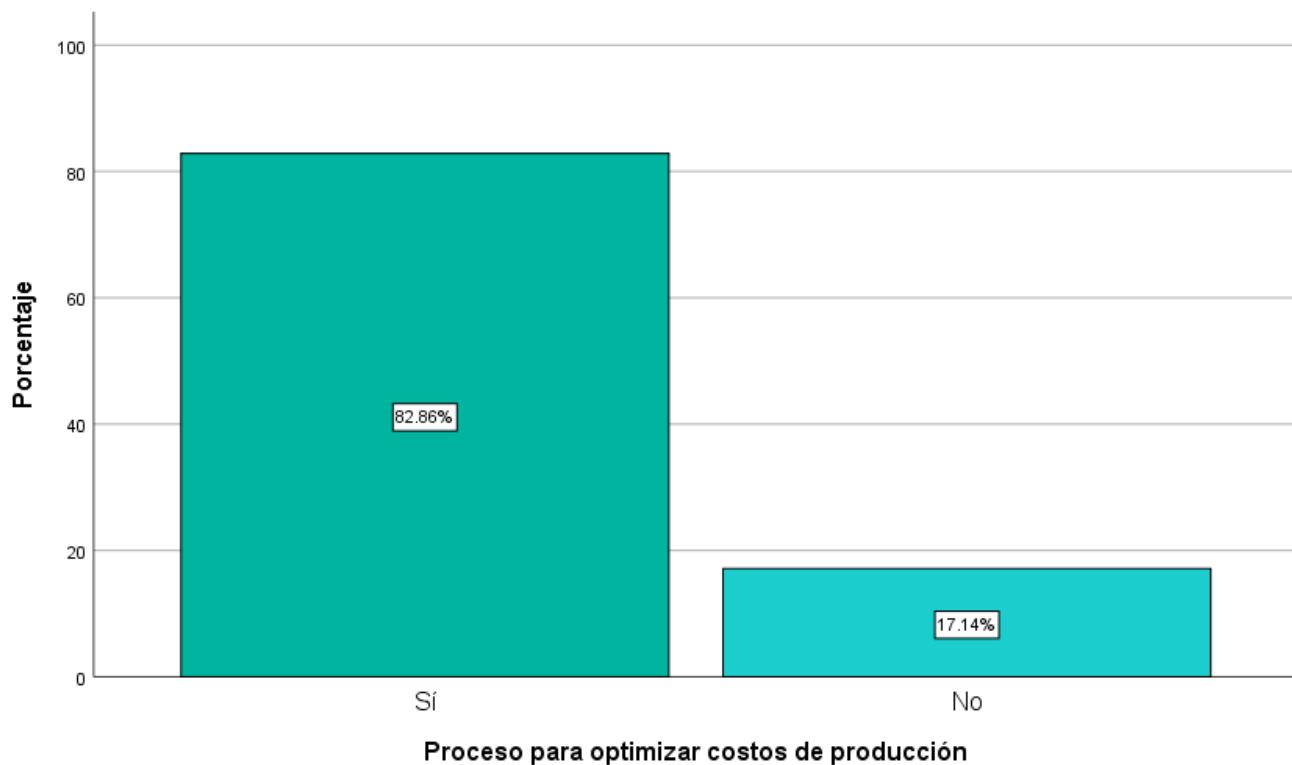


Figura 7. Programa de optimización de costos de los Productores Agroindustriales
Elaboración propia

En la Figura 8 de observa que el 54.29% ha logrado generar protocolos con sus proveedores en cuanto a la forma de pago, con ello pueden diferir pagos y crear una ventana para momentos en los que no se cuente con capital de trabajo disponible.

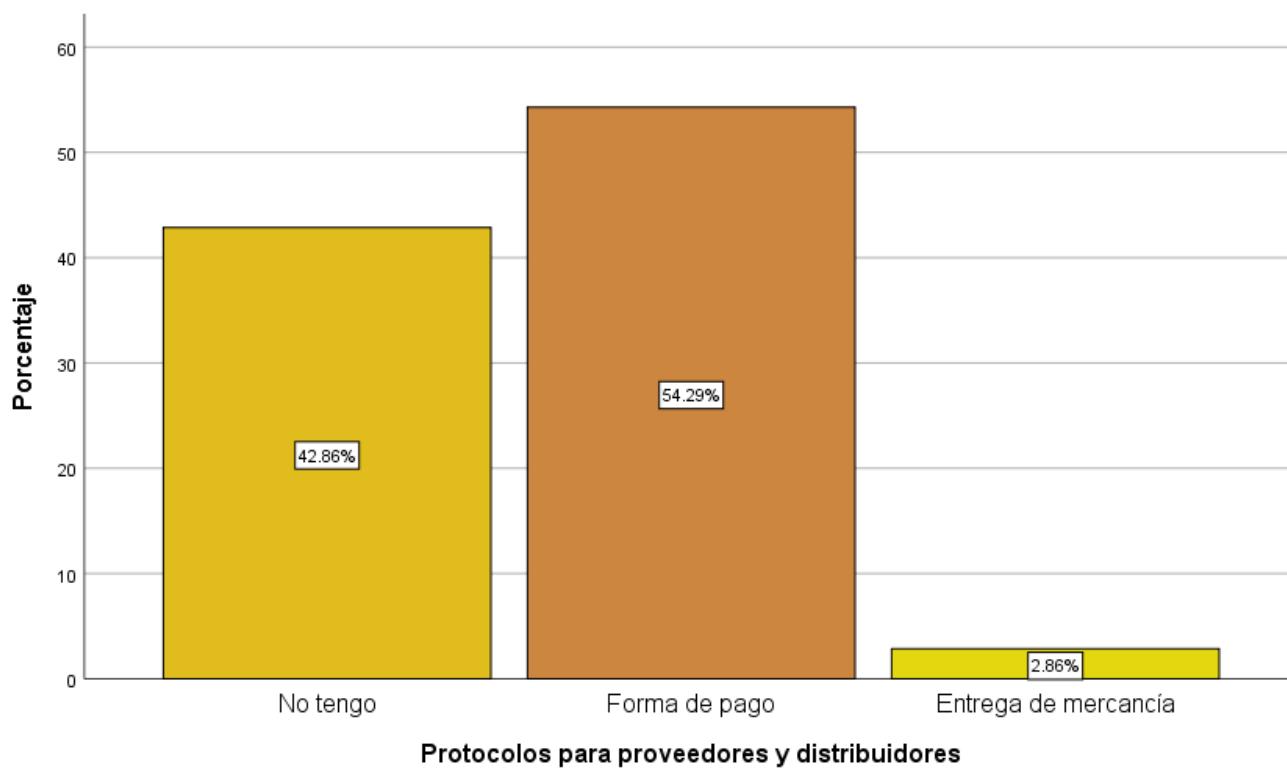


Figura 8. Protocolos con proveedores y distribuidores de las empresas.

Elaboración propia

En el Cuadro 3 se muestran las respuestas en cuanto al área de mercadotecnia y ventas, por ejemplo, si cuentan con plan de mercadeo, un segmento de mercado definido, base de clientes identificada, proyección de ventas, imagen corporativa y un plan operativo. Destacando que 62.9% dice tener un plan de mercadeo, un 88.6% el segmento de mercado definido, mientras que el 85.7% una proyección de ventas. Sin embargo, aunque los datos parezcan alentadores, mediante observación directa en conversaciones con los mismos productores, desconocen en realidad lo que abarcan conceptos como imagen corporativa y plan operativo, siendo necesaria capacitación en estas áreas.

Cuadro 3. Mercadotecnia y ventas de las empresas

	Plan de mercadeo (%)	Segmento de mercado (%)	Base de clientes (%)	Proyección de ventas (%)	Imagen corporativa (%)	Plan operativo (%)
Si	62.9	88.6	80	85.7	60	54.3
No	28.6	11.4	20	14.3	34.3	45.7
Desconozco	8.6	0	0	0	5.7	0

Elaboración propia.

Las redes sociales representan una opción viable para publicitar los productos y servicios de empresas sin importar el tamaño o giro de la misma. Destaca que, en los productores agroindustriales del municipio, 13

realizan su publicidad únicamente a través de Facebook, 7 emplean tanto Facebook, como Instagram, Revistas especializadas, ferias y radio. Mientras que 8 productores únicamente se publicitan en radio, cabe resaltar que la sumatoria de redes totales es de un total de 21 empresas, esto se muestra en la Figura 9

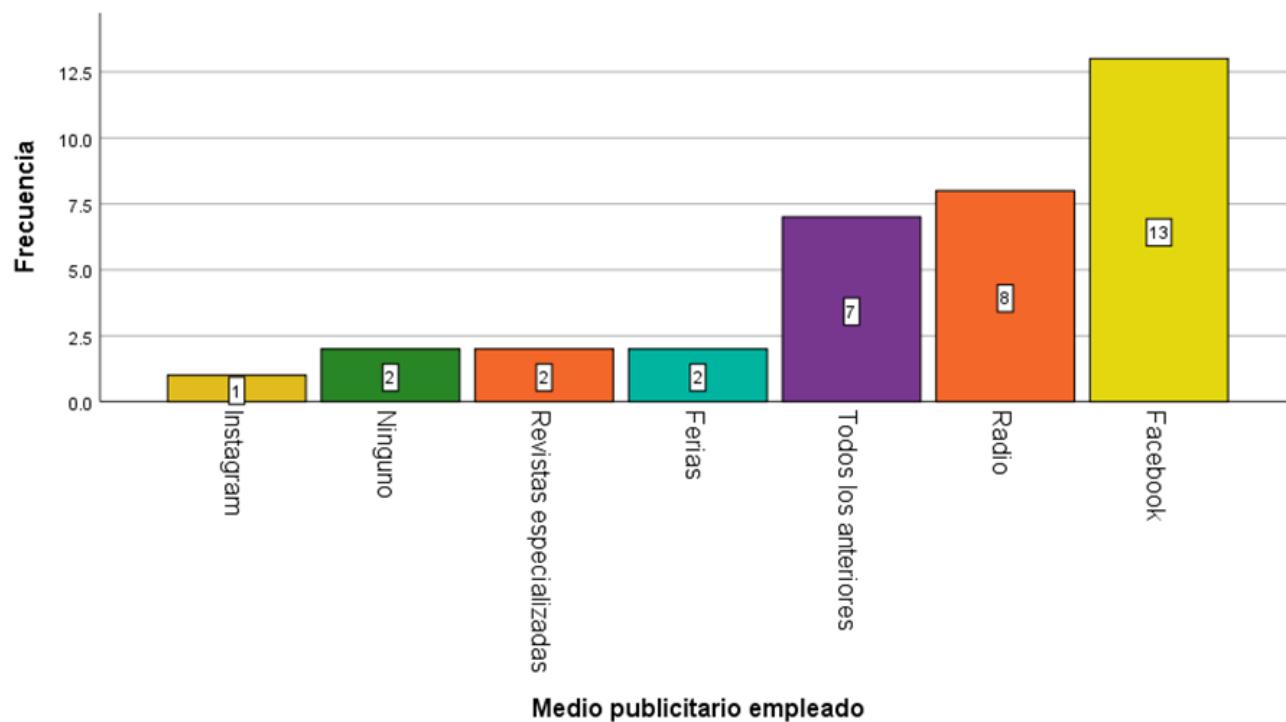


Figura 9. Medio publicitarios empleados en las empresas.
Elaboración propia

En lo relacionado al registro en las cámaras de Comercio e industriales, el 62.86% no están registrados ante las cámaras de comercio e industriales y no conocen el que hacer ni la importancia de las mismas, por lo que es un aspecto que debe tenerse en consideración para las futuras capacitaciones (Figura 10).

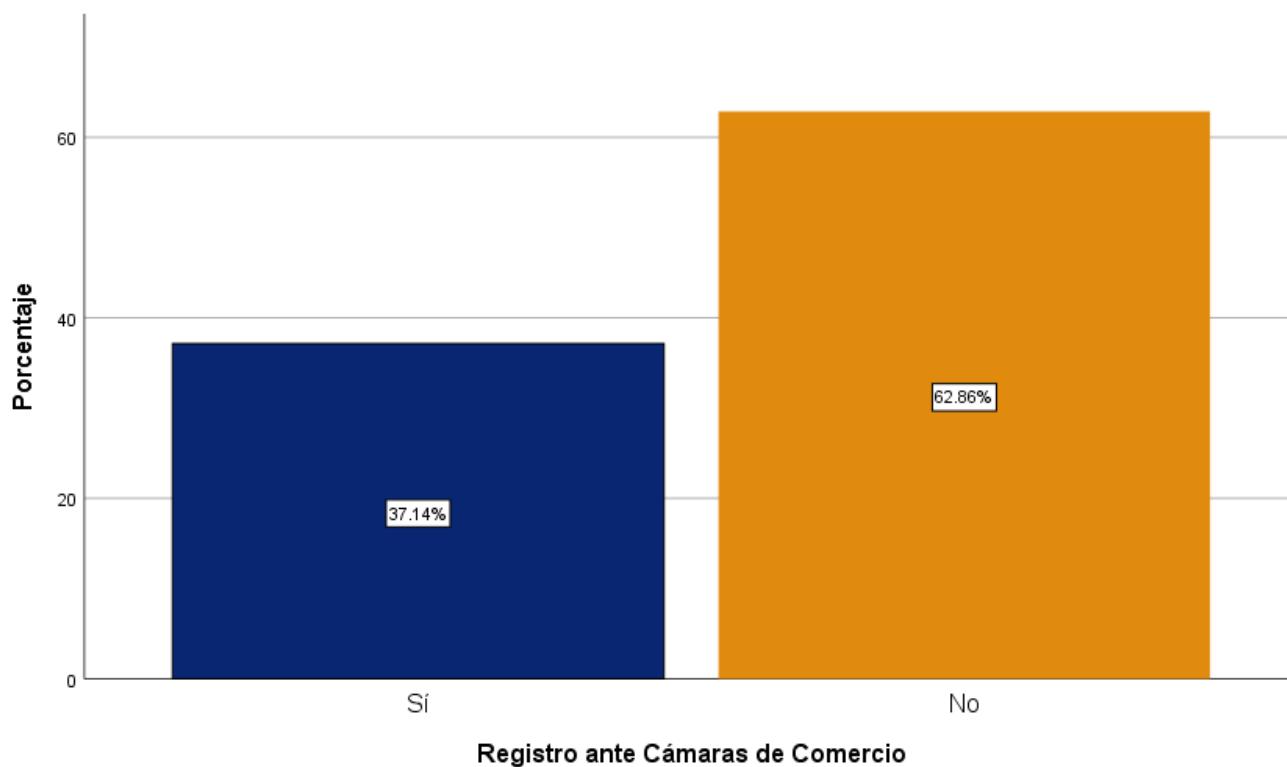


Figura 10. Registro de la empresa en las cámaras de comercio e industriales
Elaboración propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez realizada esta investigación, se puede concluir que existe una brecha amplia en cuestiones de capacitación en los empresarios agroindustriales del municipio de Saucillo, Chihuahua, además, la investigación refleja la diversidad de agroindustriales en el municipio, empresas desde el sector lácteo y cárnico hasta la medicina naturista. Se logró identificar distintas áreas de oportunidad en cuanto a la capacitación relacionada a la gestión empresarial, sobre todo en temas contables y fiscales, operativos y de propiedad industrial.

A pesar de que algunos productores han implementado sistemas de optimización de costos y poseen un sistema contable, muchos carecen de conocimientos fundamentales en planificación estratégica y gestión de marca. Además, la falta de registro ante instituciones como el SAT y las cámaras de comercio representa un desafío importante. Por su parte, el uso de medios para publicidad está limitado en su mayoría a redes sociales, que, si bien en la actualidad son un gran aliado para la publicidad de los productos, no son el único medio por lo que resulta importante la capacitación para generar otras estrategias de marketing, así como para generar campañas exitosas en las redes que ya utilizan.

Existen también productores que cuentan con la experiencia y la formación para ser considerados como ejemplo a seguir, cuatro de ellos tienen el distintivo Chihuahua Market, distintivo de Calidad avalado por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A.C. (IMNC) que respalda a aquellos productos y servicios que cumplen con los estándares de calidad establecidos por las normas oficiales mexicanas.

Por lo anterior, se recomienda generar un plan de capacitación para los productores con especialistas de Universidades cercanas e instancias de gobierno en áreas contables, marketing y redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benítez, V. J. A. 2023. Capacitación y asistencia técnica en buenas prácticas de manufactura a microempresarios del sector agroindustrial de alimentos vinculados a las actividades de fortalecimiento empresarial de la subsecretaría de fomento. <https://sired.udenar.edu.co/2758/1/85404.pdf>. Consultado 30 de Enero de 2025.
- Bohórquez, T. A. y Melenge V. M. A. 2019. Caracterización de la cadena de suministro y sus necesidades de capacitación en el sector agroindustrial de Risaralda. Publisher by Pereira, Universidad Tecnológica de Pereira. <https://hdl.handle.net/11059/11228>. Consultado el 11 de Octubre 2024.
- Chiavenato, I. 2014. Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano de las organizaciones. 8^a ed. McGraw-Hill Interamericana. ISBN 970-10-6104-7. 500 p.
- FAO. 2020. Estado de la Agroindustria en México. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org/mexico/agroindustria>. Consultado el 11 de Octubre 2024.
- García, M. y López A. 2019. Competitividad y Capacitación en la Agroindustria Mexicana. Revista de Economía Rural, 45(2), 123-140.
- INEGI. 2022. Estadísticas de la Agroindustria en Chihuahua. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.inegi.org.mx/agroindustria/chihuahua>. Consultado el 12 de Noviembre 2024.
- Malhotra, N. K. 2020. Investigación de Mercados. Sexta edición. ISBN. 09786073250757. Pearson. México. Pp. 297-330.
- Malhotra, N. 2008. Investigación de Mercados. Quinta edición. Pearson Educación. ISBN: 978-970-26-1185-1. México. Pp.366-390.
- Méndez, L. 2018. Capacitación y Desarrollo en el Sector Agroindustrial. Editorial Universitaria.
- OIT. 2017. Capacitación para la Sostenibilidad en el Sector Agroindustrial. Organización Internacional del Trabajo. <https://www.ilo.org/agroindustria/capacitacion>. Consultado el 2 de Diciembre de 2024.
- Torres, J. 2016. Métodos de Diagnóstico de Necesidades de Capacitación. Editorial Académica.
- Salgado, R. A., Tamayo R. C., Loredo C. N., Quiroga G. Z. M. y Morell M. R. 2021. Diagnóstico de necesidades de capacitación en cooperativas agropecuarias vinculadas a proyectos de desarrollo.
- Cooperativismo y Desarrollo (COODES). 9(2):350-378. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2021000200350&lng=es&tlang=es. Consultado el 11 de Octubre de 2024.
- Vásquez T. M. J. 2017 Necesidades de capacitación de la fuerza de ventas en los agroservicios del municipio de Asunción Mita, Jutiapa. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/> 2017/01/01/Vasquez-Milton.pdf. Consultado el 16 de Octubre de 2024.

Información adicional

redalyc-journal-id: 141

**Disponible en:**

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14182538005>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Janeth Guadalupe González Domínguez,
Jerónima Antonieta Pérez, Jorge Alberto Sánchez Bernal,
Alejandro Palacio Márquez, Martín Armando Alonso Gómez
**DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE
PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES DEL MUNICIPIO DE
SAUCILLO, CHIHUAHUA**

Revista Mexicana de Agronegocios

vol. 56, p. 127 - 138, 2025

Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C.,

México

salomon.moreno@unison.mx

ISSN: 1405-9282