

**ESCUELA NACIONAL CENTRAL DE AGRICULTURA
COORDINACIÓN ACADÉMICA
PRÁCTICAS AGROPECUARIAS, AGROINDUSTRIALES Y FORESTALES
SUPERVISADAS, PAAFS
PROGRAMA DE EXTENSIÓN RURAL**



**INFORME DE AVANCES
DE ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN RURAL REALIZADAS**

**Convenio Número 03-2023 de Subvención
Acuerdo 03-2018 Consejo Directivo ENCA**

LUIS FERNANDO RAMOS CARÍAS

Empresa Campesina Agroecológica –ECA- La Bendición y Comunidad El Tarral,
Guanagazapa, Escuintla, Guatemala.

septiembre, 2023

Este documento ha sido revisado por:

(f) 

Vo. Bo. Licda. Rossanna Maribel Cáceres Cortéz
Asesor PAAFS

(f)  

Vo. Bo. Ing. Agr. Mynor René Barillas Muñoz
Encargado Unidad PAFS

(f)  

Vo. Bo. Gustavo Baeza Ph. D.
Coordinador Académico

1. INTRODUCCIÓN

La economía es imprescindible en las comunidades, por ello, una forma de alcanzar y lograr generar recursos para la comunidad, es mediante la ejecución de emprendimientos; que se acoplen a las habilidades, conocimientos y sabiduría de las personas. La importancia de los emprendimientos radica en qué las personas puedan generar ingresos extras, pero, además, les ayuda a improvisar y desarrollar estrategias para poder comercializar sus productos. Por tal razón, uno de los ejes estratégicos y base de la Asociación Utz Che', es desarrollar la economía organizacional.

Uno de los emprendimientos que está en ejecución es el de Tejidos y Bordados, de parte de la Comunidad El Tarral. Las mujeres partícipes del emprendimiento, han realizado diversos tipos de prendas típicas; como morrales, fajas, bufandas, servilletas, güipiles, cortes, chalecos, sudaderos y trajes (güipiles y cortes con un mismo diseño), elaborados a partir de hilos de diferentes colores y tipos. Algunas personas han culminado la elaboración de piezas, pero otras, aún se encuentran en el proceso de elaboración, aunque la única similitud existente es que, buscan un mercado justo para comercializar sus prendas, en donde se valore su tiempo de inversión y conocimiento y/o habilidades y, además, los gastos de insumos.

Existen otros emprendimientos que aún están en proceso de ejecución, por ende, la intervención es importante, por ejemplo, en ECA La Bendición, se tiene el emprendimiento de Panadería y Repostería. En dicho emprendimiento fue netamente necesario realizar un estudio de mercado para conocer la demanda, competencia, entre otros aspectos, con el fin de generar una pauta y orientación de mercado, al Grupo de Mujeres; personas encargadas de dicho emprendimiento.

Otro punto de alto interés, es la educación en las instituciones localizadas en las comunidades. La mayoría del estudiantado decide finalizar sus estudios debido a la falta existente de instituciones que les proporcionen becas y, que les ayuden económicamente. Por tal razón, fue necesario socializar y viralizar a la ENCA, para motivar a los estudiantes a que continúen sus estudios.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Describir las actividades de extensión rural realizadas en las comunidades La Bendición y El Tarral, en cooperación con la Asociación Utz Che`.

2.2. Objetivos específicos

- Desarrollar avances en la economía organizacional de la Comunidad El Tarral, mediante el apoyo del emprendimiento de tejidos y bordados, sobre una recopilación de piezas elaboradas por las mujeres partícipes en el emprendimiento.
- Ejecutar un estudio de mercado en ECA La Bendición, sobre el emprendimiento de panadería a desarrollar por parte del Grupo de Mujeres de dicha comunidad.
- Socializar al proceso de admisión y generalidades de las carreras técnicas de la ENCA, a los estudiantes de tercero básico del Instituto de Telesecundaria, ubicado en ECA La Bendición.

3. ACTIVIDADES REALIZADAS

3.1. Apoyo al emprendimiento de tejidos, bordados y textiles elaborados por las mujeres de la Comunidad El Tarral.

Se realizó una recopilación de datos sobre las prendas típicas elaboradas por parte de las emprendedoras de la Comunidad El Tarral, indagando en datos como, la cantidad de las prendas; gastos de insumos y tiempo de inversión; precios, y fotografías que evidencien el diseño de la prenda.

El procedimiento de la actividad se detalla a continuación:

- Traslado a los hogares de las emprendedoras (Figura 1), mediante el apoyo de las compañeras Magdalena Domingo, presidente del emprendimiento; y, Natividad Velásquez, tesorera del respectivo emprendimiento. (Figura 2)
- Explicación breve del fin de la visita y el beneficio que recibirán a mediano o largo plazo, pero, además, Doña Magdalena y Natividad replicaban toda esta información en idioma maya Mam. (Figura 2)
- Recopilación de datos mediante el formulario de KoboCollect, en donde las preguntas que se indagaron fueron las siguientes: tipos de productos, cantidad, gastos (en insumos y horas de trabajo), precios y fotografías de las piezas de tejidos.

Los gastos se asignaron en función al tiempo invertido de elaboración; una hora por diez quetzales (tiempo considerado por las emprendedoras) y, también en función de los gastos de insumos; en donde se calculó la cantidad de hilo utilizado. La mayoría de personas utiliza mayormente el hilo de tipo cristal, este tipo de hilo es vendido por madejas, cada una con un precio de Q 5.00; y, por libras, cada libra posee madejas. Además, algunas personas utilizan el hilo orlón, se diferencia únicamente en que el costo de una madeja es de Q 4.50.

Por otro lado, el precio se asignó en consideración a ambos aspectos mencionados; tiempo de horas invertidas, gastos de insumos y la respectiva ganancia.

Los materiales utilizados fueron únicamente el teléfono, para el uso respectivo del formulario de Kobocollect, calculadora y hojas de asistencia.

Principios de la Metodología “CaC” involucrados en la actividad:

- Parte de una necesidad sentida: Algunas personas han culminado la elaboración de piezas, pero otras, aún se encuentran en el proceso de elaboración, aunque la única similitud existente es que, buscan un mercado justo para comercializar sus prendas, en donde se valore su tiempo de inversión, conocimiento y/o habilidades y, además, los gastos de insumos.

- Rescata y valora los conocimientos y la cultura local: la elaboración de prendas típicas yace del conocimiento y habilidades de las personas, que han aprendido este tipo de trabajos mediante sus antepasados. Por ello, al visualizar este talento innato presente en la comunidad, se orientó a que las personas establecieran un emprendimiento organizacional.

Ejes estratégicos de la Red Utz Che` involucrados en la actividad:

- Mejoramiento de la Economía Comunitaria: Mediante la generación de emprendimientos que beneficien a la economía de los partícipes.

3.2. Apoyo al emprendimiento de panadería y repostería realizado el grupo de mujeres de ECA La Bendición.

Se realizó un estudio de mercado en ECA La Bendición para conocer la demanda de productos de pan, debido a que, el Grupo de Mujeres de la comunidad, tiene como fin realizar un emprendimiento de panadería y, ellas desean tener una pauta de qué productos son mayormente consumidos por las personas, conocer la competencia, los gastos de las personas en relación a la compra de estos productos.

El procedimiento y metodología de la actividad fue el siguiente:

- Visita a los hogares de cada uno de los habitantes de la comunidad (Figura 4).
- Explicación breve del fin u objetivo de la visita y una concreta descripción de la metodología de la encuesta (Figura 5).
- Recopilación de datos mediante el formulario de KoboCollect , en donde las preguntas que se indagaron fueron para conocer cuál es la demanda de los productos de pan y pasteles, como, por ejemplo: tipos de panes y pasteles que le apetecería que vendieran en la Comunidad, preguntas acerca de la competencia (lugares donde adquieren estos productos; a qué precio, cuántas unidades venden por quetzal y el grado

de satisfacción que le asignan al consumirlo, entre otras) y la respectiva frecuencia de compra.

Los materiales utilizados fueron únicamente el teléfono, para el uso respectivo del formulario de Kobocollect y hojas de asistencia.

Principios de la Metodología “CaC” involucrados en la actividad:

- Parte de una necesidad sentida: El Grupo de Mujeres, aún están en proceso de ejecutar su emprendimiento, pero ellas desconocían sobre la demanda, preferencias, competencias e inversión económica de las personas cuando asisten a panaderías y/o pastelerías.

Ejes estratégicos de la Red Utz Che` involucrados en la actividad:

- Mejoramiento de la Economía Comunitaria: Mediante la generación de emprendimientos que beneficien a la economía de los partícipes.

3.3 Socialización de generalidades sobre el proceso de admisión en la ENCA, a los estudiantes del Instituto de Telesecundaria, ubicado en ECA La Bendición.

Se realizó una visita al Instituto de Telesecundaria ubicado en ECA La Bendición (Figura 6 y 7), específicamente a los estudiantes del tercer año. La visita se hizo con el fin de socializar y viralizar la educación en la Escuela Nacional Central de Agricultura, ENCA, precisamente sobre el proceso de admisión, generalidades de las carreras técnicas, requisitos de obtener una beca, entre otros aspectos.

Los materiales utilizados fueron únicamente afiches y trifoliales proporcionados por la ENCA, imágenes impresas de las instalaciones y estructura, y algunas fotografías de mi trayectoria en la institución.

Principios de la Metodología “CaC” involucrados en la actividad:

- Parte de una necesidad sentida: La mayoría de estudiantes de la comunidad, han pensado que, al culminar la etapa de educación básica, van a decidir ya no seguir con los estudios posteriores, debido a la falta de oportunidades, recursos y ausencia de instituciones de nivel técnico cercanas a la comunidad. Por ello, fue imprescindible intervenir para hacer noción de que existe la ENCA, y que tienen la oportunidad de poder desarrollarse personal y profesionalmente.

4. RESULTADOS

4.1 Apoyo al emprendimiento de tejidos, bordados y textiles elaborados por las mujeres de la Comunidad El Tarral.

Se recolectaron datos de 32 emprendedoras, pero tres de ellas no poseen la finalidad de comercializar sus prendas. Además, a tres personas no se les realizó el diagnóstico debido a que no realizaron ninguna prenda.

4.1.1 Datos personales de las mujeres de El Tarral partícipes en el emprendimiento.

Figura 1

Datos personales de las emprendedoras de El Tarral

No.	Nombre Completo	DPI	Edad	No. Teléfono	Pueblo Indígena
1	María Magdalena Domingo Pérez	2359920971309	34	40523270	Mam
2	Francisca Laines Domingo	2189329871309	30	49414907	Mam
3	Catarina Jiménez López	2745102941309	28	39044862	Mam
4	María Roselía Pérez Maldonado	2435879291309	28	51587506	Mam
5	Cruz Angélica Elizabeth Pérez Maldonado	3154654331309	27	31098703	Mam
6	María Jiménez Domingo	2250619371309	36	31888087	Mam
7	Fabiana Maldonado Ruiz	1661555511309	53	33349860	Mam
8	Margarita Famírez Jiménez	2059820851309	31		Mam
9	Elena Maldonado Domingo	1644430611309	41	31759289	Mam
10	Juana Velásquez Domingo	2969551911309	28	32030906	Mam
11	Floriberta Velásquez Domingo	3154916041309	24	38381661	Mam
12	Catarina Jiménez Sales	1675757321309	50	53551710	Mam
13	Andrea Ramírez Velásquez	2176496451309	38	50088343	Mam
14	Rosa Ramírez Sales	2203082091309	57	38493039	Mam
15	Judith Noelini Maldonado	3345701901312	23	53024654	Mam
16	Mayra Elizabeth Yol Gonzalez	2326808920501	48	32920212	Ninguna
17	María Pérez Ordóñez	2256226101309	30	31438228	Mam
18	Fabiana Maldonado Ruiz	1661364251309	61	32131992	Mam
19	Fabiana Sales Felipe	1993301821309	63	45664389	Mam
20	Juana Jiménez Ortiz	1653596331309	33	31870713	Mam
21	Martina Elvira Jiménez López	1642354341309	51		Mam
22	María Domingo Ordóñez	1657333141309	53	30096541	Mam
23	Margarita Ramírez Sales	2236760711309	31	49218395	Mam
24	María Ramírez Jiménez	2385065921309	30		Mam
25	Catarina Ramírez Velásquez	2316029441309	46		Mam
26	Maudilia Ramírez Domingo	1603911721309	34	30697219	Mam
27	Cesilia Morales Ramírez	1592083511309	42	33255865	Mam
28	Etelvina Xicol Saquí	3231879430508	25		Ninguna
29	Rosa Caño Francisco	3230548620508	27		Ninguna
30	Deisy Everilda García Domingo	3182516471309	26	33829427	Mam
31	María Velásquez Domingo	2806923311309	28	30333715	Mam
32	Natividad Velásquez Domingo	1644429011309	34	58843028	Mam
33	Cirila López Morales	1635215140512		49219244	Ninguna
34	Blanca Estelva Pineda Saquí	2483647740508		38425387	Ninguna
35	María Genoveva Saquí Alistun	1616448130508			Ninguna



Nota: Las filas de color verde representa a personas que hicieron sus tejidos, pero no tienen la iniciativa de venderlos. En cambio, las filas de color rosa representan a personas que no hicieron ningún tipo de tejidos ni bordados.

4.1.2 Descripción de los productos disponibles para venta.

En la *Figura 9*, se detalla los tipos de productos que posee cada una de las emprendedoras. Además, se detallan datos como la cantidad, tamaño, gastos, precio y fotografía de las prendas realizadas o en el proceso de elaboración.

Figura 2

Descripción de algunas prendas típicas que han elaborado las mujeres del emprendimiento de Tejidos y Bordados.

Nombre de la emprendedora	Tamaño	Cantidad	Horas empleadas (1 H/Q10)	GASTOS			Precio (Q)	Fotografía
				Gasto en tiempo	Gasto en insumos	Total (Q)		
Juana Velásquez Domingo	Mediano	1	4	40	50 Hilo cristal	90	100	
Andrea Ramirez Velásquez	Grande	1	12	120	40 Hilo cristal	160	200	

Morrales (con bordados de Lana o técnicamente denominado Crochet)



Catarina Jiménez Sales	Grande	3	15	150	34	184	200
					Rollo de lana		

Fajas de Corte



María Jiménez Domingo	3 metros	1	8	80	50	130	250
					Hilo cristal		

Bufanda



Cesilia Morales Ramírez	1.5 metros	1	4	40	25	65	125
					Hilo cristal		

Güipiles (sin bordados)



María Magdalena Domingo	Adulto; talla M	1	10	100	300	400	700
					Hilo de cristal		

Güipiles (con bordados)



Catarina Jiménez López	Adulto; talla L	1	60	600	100	700	800
					Hilo de cristal		

Cortes (sin bordados)



Elena Maldonado Domingo	Adulto; talla L	1	28	280	200	480	500
					Hilo de cristal		

Nota: Las prendas que se detallan en la *Figura 9*, son únicamente algunas piezas. En la *Tabla 1*, se detalla el tipo de prenda y la cantidad total.

4.1.3 Total, de prendas con disponibilidad de venta

Tabla 1

Total, de productos con disponibilidad de ser comercializados.

Nombre de las prendas	Total de unidades
Morrales sin bordados	16
Morrales con bordados de hilo	7
Morrales con bordados crochet	2
Fajas de corte	1
Bandas	1
Bufanda	1
Túnicas	1
Servilletas	2
Monederos	2
Chumpa	1
Chaleco	2
Güipiles sin bordados	5
Güipiles con bordados	8
Cortes sin bordados	5
Cortes con bordados	9

Los diseños de las prendas no son específicos para un lugar, sino que, cualquier persona puede utilizarlo, independientemente de su etnia y lugar de origen. Incluso hasta personas que no poseen la costumbre y cultura del uso de tejidos típicos pueden usar alguna prenda como un morral, bufanda, monedero, etc. Por ende, existe una gran oportunidad para el respectivo posicionamiento de mercado. El mercado con mayor demanda es en La Antigua Guatemala, pero aún es necesario realizar las diligencias necesarias. Además, con la finalidad de reforzar el conocimiento, habilidades y destrezas de las emprendedoras, se estructuró una pregunta para conocer los deseos de aprendizaje de cada una de las personas.

Tabla 2.

Cantidad de participantes en las actividades del apoyo del emprendimiento de tejidos, bordados y textiles en la comunidad El Tarral, del municipio Guanagazapa, Escuintla.

Actividad realizada	Cantidad de hombres	Cantidad de mujeres	Cantidad de niños/as
Recopilación de datos sobre las prendas que poseen cada una de las emprendedoras.	0	35	0

Figura 3

Visita a los hogares de cada una de las emprendedoras, para realizar la recopilación de datos.

**Figura 4**

Participantes en las actividades del apoyo al emprendimiento de tejidos y bordados en la comunidad El Tarral, del municipio Guanagazapa, del departamento Escuintla.

**Figura 5**

Presidente del emprendimiento, explica brevemente en idioma maya Mam, la finalidad de la visita.



4.2 Apoyo al emprendimiento de panadería y repostería realizado el grupo de mujeres de ECA La Bendición

4.2.1 Datos personales de los encuestados de ECA La Bendición.

Figura 6

Datos personales de los encuestados de ECA La Bendición.

No.	Nombre de la Persona	¿Cuántas personas consumen pan en su casa?
1	Durby Pérez Cifuentes	6
2	Zucely Pérez Cifuentes	3
3	Margarita Cifuentes	7
4	Maria Magdalena Pérez y Pérez.	5
5	Noemí Barrios Pérez	5
6	Rosa Verónica Ardiano Quiquibix	5
7	Beily Méndez Pérez	2
8	Rosa Jerónimo (vende pan)	10
9	Aida Raquel Barrios Pérez	6
10	Eulalia Pablo Carrillo	3
11	María Lorenza López	6
12	Floralma Antonio	4
13	Vilma Filomena Agustín	4
14	Cirila Ramírez Lorenzo	2
15	Rudy Gómez	6
16	Demetrio Florencio Ramírez	8
17	Carmelina Calmo Matías	7
18	Gladis Lima Ordoñez	11
19	Angel Noé Barrios	7
20	María Nicolás Cardona	2
21	Catalina Pérez	4
22	Sheily Maldonado Pérez	4
23	Lissely Fuentes López	4
24	Nolberta Pablo Escobar	7
25	Kely Paola Zacarías	4
26	María Paula Zacarías Félix	5
27	Judith Maldonado	3
28	Margarita Orozco Ramos	8
29	Gabriela Pablo	7
30	Marta Lidia Cardona	7
31	María Victoria Jerónimo Ramírez	5
32	Susana Everilda Matías Coronado	6
33	Ambrosio Miranda Orozco	2
34	Florencio Galindo	5
35	Emy Anahí Jiménez Rodríguez	11
36	Lesbia Pérez Cifuentes	4
37	Brenda Valdez	4
38	Doris Ramírez	8
39	Fluvia Andrea Matías López	7
40	María Ricarda López	2
41	Ericka Rosalinda Fuentes Orozco	5
42	Hilaria Barrios	5
43	Gabriela Fuentes	7
	Total de personas que consumen pan	233

4.2.2 Frecuencia de compra y en qué tiempo del día

Tabla 3

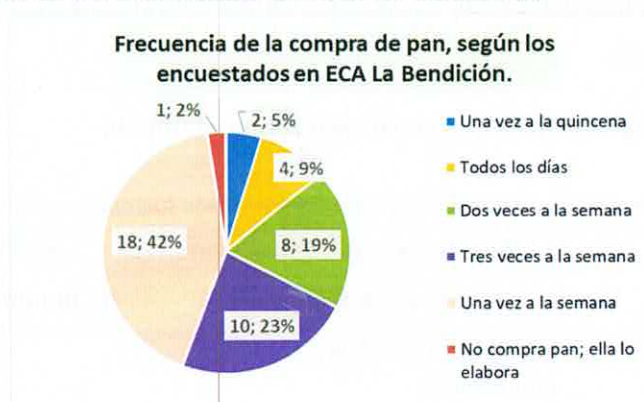
Frecuencia de consumo de los encuestados en ECA La Bendición.

Frecuencia de consumo	Cantidad de personas
No compra pan; ella lo elabora	1
Una vez a la quincena	2
Todos los días	4
Dos veces a la semana	8
Tres veces a la semana	10
Una vez a la semana	18

Nota: La mayoría de personas consume una vez a la semana, y esto se debe a que los vendedores de pan visitan únicamente en un día de la semana.

Figura 7

Frecuencia de consumo de los encuestados en ECA La Bendición.



En la *Figura 11*, se observa que la mayoría de los encuestados; 18 personas, adquieren y/o compran pan un día a la semana, debido a que únicamente en esos días visitan los vendedores. Posteriormente, 10 encuestados, compran tres veces a la semana y, por último (con respecto a datos representativos), 8 encuestados adquieren este producto dos veces a la semana.

Tabla 4

Tiempo del día en el que consumen mayormente productos de pan los encuestados.

Tiempo del día en el que consume habitualmente productos de panadería	Cantidad de personas
Mañana (6 am - 12 pm)	34
Tarde (12 pm - 6 pm)	21
Noche (6 pm - 9 pm)	24

Figura 8

Tiempo del día en el que consumen mayormente productos de pan los encuestados.



Según como se observa en la *Figura 12*, en la mañana y noche es donde mayormente consumen pan las personas, pero también en la tarde. La importancia de este aspecto, radica en determinar en qué tiempo del día se debe vender pan, en este caso, se podría trabajar los tres tiempos del día.

4.2.3 Tipos de pan que consumen frecuentemente

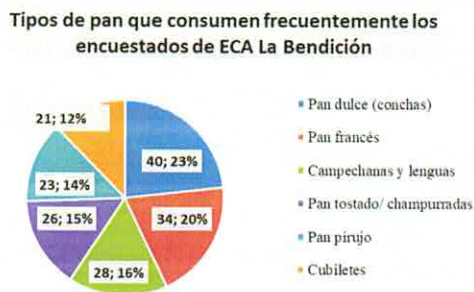
Tabla 5

Tipos de pan mayormente consumidos frecuentemente por los encuestados.

Tipos de pan que consumen frecuentemente en la Comunidad	Cantidad de personas
Pan dulce (conchas)	40
Pan francés	34
Campechanas y lengua	28
Pan tostado/champurradas	26
Pan pirujo	23
Cubiletes	21

Figura 9

Gráfico de la representación de los tipos de pan mayormente consumidos por los encuestados.



En la *Figura 13*, se observa que los tipos de pan más demandados por los encuestados, es el pan dulce, con un 23% del total; pan francés, representando un 20%; y, las campechanas y lenguas, representando un 16 % del total. Por otra parte, esto da la pauta de qué tipos de producto pueden iniciar a elaborar en el emprendimiento.

4.2.4 Preferencias de los encuestados.

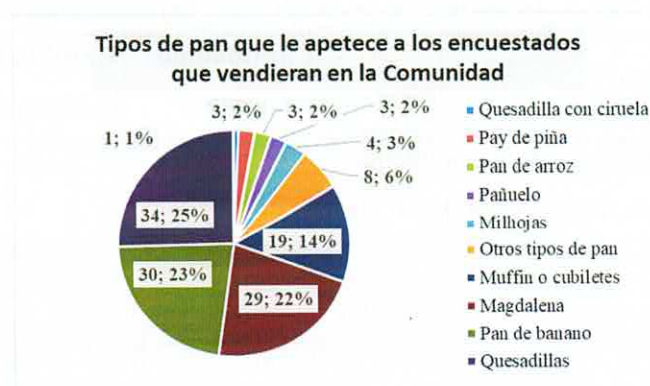
Tabla 6

Tipos de pan que les gustaría a los encuestados que vendieran en la Comunidad.

Tipo de pan que le apetecería que vendieran en la Comunidad	Cantidad de personas
Pan de yema	1
Pan de elote	1
Tortas	1
Pan de maíz	1
Zepelín	1
Pay de queso	1
Pan de zanahoria	1
Quesadilla con ciruela	1
Pay de piña	3
Pan de arroz	3
Pañuelo	3
Milhojas	4
Muffin o cubiletes	19
Magdalena	29
Pan de banano	30
Quesadillas	34

Figura 10

Gráfico de la representación de los tipos de pan que le apetecería a los encuestados que vendieran en la Comunidad.



En la *Figura 14*, se observa que el pan más apetecido son las quesadillas, representando un 25 % del total y, posteriormente, acontece el pan de banano, magdalena y los cubiletes de distintos sabores. Esto garantiza, que tipos de pan deberían iniciar a producir.

4.2.5 Estudio de la competencia

Tabla 7

Descripción de los lugares donde adquieren productos de pan los encuestados.

Lugares donde adquieren productos de pan	Cantidad de personas
Panaderías internas de la Comunidad	26
Ambos (internas y externas)	11
Panaderías externas de la Comunidad	6
Elabora el pan para su consumo	1

La mayoría de encuestados adquieren productos de pan en establecimientos internos, siendo estos un total de 26 personas que compran fijamente en lugares dentro de ECA La Bendición (en la Tabla 7, se describen los establecimientos). Hay 6 encuestados que no compran pan en la comunidad, únicamente en el exterior de esta, y hay 11 personas que compran productos de pan dentro y fuera de la Comunidad. Además, hay una persona que no adquiere pan en ningún establecimiento, debido a que ella misma elabora su propio pan.

Actividades posteriores: Compartir la información unida y resumida a las compañeras del grupo de mujeres, para que tengan la pauta de qué productos deben producir y conocer la competencia.

Tabla 8

Cantidad de participantes en las actividades del apoyo del emprendimiento de panadería en la comunidad El Tarral, del municipio Guanagazapa, del departamento de Escuintla.

Actividad realizada	Cantidad de hombres	Cantidad de mujeres	Cantidad de niños/as
Apoyo al emprendimiento de Panadería por parte del grupo de mujeres de ECA La Bendición.	5	38	0

Figura 11

Visita a cada uno de los hogares de las personas de la comunidad La Bendición, e impartición de la finalidad de la visita.

**Figura 12**

Recopilación de datos sobre la encuesta de panadería a una persona de la comunidad ECA La Bendición, del municipio de Guanagazapa, del departamento Escuintla.



4.3 Socialización de generalidades sobre el proceso de admisión de la ENCA, a los estudiantes del Instituto de Telesecundaria, ubicado en ECA La Bendición.

Se impartió una breve presentación del proceso de admisión, pero para hacer más amena la socialización, se impartieron algunos trifoliales y afiches, además se mostraron algunas imágenes de la infraestructura de la ENCA y algunas fotos de mi persona; que ejemplificaran las carreras con disponibilidad en dicha institución, con el fin de motivar a los estudiantes. El interés de parte de los estudiantes fue muy amplio, por lo que, en acuerdos quedó apoyar con algunas tutorías, específicamente de temas que se les acompleja, para apoyarles en el proceso. De igual forma, se invitó al profesor de la institución a que apoyara a resolver dudas.

Tabla 9

Cantidad de participantes en las actividades de la socialización del proceso de admisión de la ENCA, a los estudiantes del Instituto de Telesecundaria, ubicado en ECA La Bendición, del municipio Guanagazapa, del departamento de Escuintla.

Actividad realizada	Cantidad de hombres	Cantidad de mujeres	Cantidad de niños/as
Visita y socialización del proceso de admisión de la ENCA, al estudiantado del Instituto de Telesecundaria, ubicado en La Bendición.	0	0	12

Figura 13

Socialización e impartición de charla sobre al proceso de admisión de la ENCA, al estudiantado del Instituto de Telesecundaria, ubicado en ECA La Bendición, del municipio de Guanagazapa, del departamento de Escuintla.

**Figura 14**

Estudiantes del Instituto de Telesecundaria, visualizan y leen los trifoliales proporcionados.

