

# Talleres vivenciales:

## "Emprendiendo con calidad"

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores



#### Financiado por:













#### Implementado por:





La Guía para emprendedores ha sido elaborada con los aportes conceptuales y metodológicos de la Guía para la constatación de emprendedoras y emprendedores "Emprendiendo con Calidad", elaborada por ASPEm, edición en Castellano, 2010.

#### Aviso legal

**Publicado por:** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH Cooperación Alemana al Desarrollo-GIZ

Prolongación Arenales 801 Miraflores, Lima 18 Perú

Teléfono (511) 422-9067 giz-peru@giz.de

#### Contactos:

Proyecto Energía, Desarrollo y Vida-EnDev/GIZ Dra. Ana Moreno Morales Pasaje Bernardo Alcedo 150 Piso 4-San Isidro/Lima 27 T 0051 1 442 1999/0051 1 442 1997 F 0051 1 442 2010 E endev@giz.de
I http://www.endevperu.org

**Autores** Asociación Solidaridad Países Emergentes - ASPEm Isabel Riquelme López

#### Coordinación

Ana Isabel Moreno

#### Equipo técnico EnDev-GIZ:

Carlos Cabezudo

#### Cuidado de edición: Jossy Verde

Corrección de estilo:

#### Rocío Moscoso

Diseño y diagramación:

LUZAZUL Gráfica S.A.





# **Contenido**

l.	Presentación	4
II.	Objetivos del taller	8
III.	A quiénes va dirigido	10
IV.	Enfoque del programa de capacitación	12
V.	Organización del programa	16
VI.	Planes de sesión	18
	Sesión 1. Integrándonos al grupo	20
	Sesión 2. Conociendo a la persona emprende empresa	32
	Sesión 3. Organizándonos para la producción	54
	Sesión 4. Orientando nuestros productos al mercado	74
	Sesión 5. Controlando la calidad de nuestros productos	92
	Sesión 6. Valorándonos crece nuestra empresa	118
	Sesión 7. Conociendo nuestra fuerza de venta	136
	Sesión 8. La importancia de la post venta	154

I. Presentación

El proyecto EnDev responde al acuerdo de cooperación firmado en el 2004 entre el Reino de los Países Bajos y la República Federal de Alemania, con el objetivo de «proveer acceso sostenible a servicios de energía moderna para 6,1 millones de personas hasta el 2015», la energía moderna entendida como el acceso a energía para cocinar, iluminar, calentar agua y para usos productivos, como requisitos fundamentales para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM); y al fortalecimiento de los derechos humanos y la democracia.

El trabajo realizado por EnDev ha hecho posible que las familias y comunidades que habitan en zonas rurales y periurbanas, instituciones sociales -escuelas, hospitales, puestos de salud, hogares de niños- así como, pequeños productores agropecuarios que carecen de servicios de energía limpia, sostenible y de calidad, accedan a servicios energéticos contribuyendo a romper el círculo de la pobreza, fomentando el desarrollo económico y, a la vez facilitando espacios para la inclusión social mediante mejores servicios de salud, educación y condiciones de vivienda.

El presente manual se realiza en el marco de la fase II de la ampliación del proyecto EnDev, al 2014, con el objetivo de consolidar la sostenibilidad de sus propuestas, brindando asistencia técnica a sus contrapartes con especial énfasis en la implementación de procesos integrales, realizando estudios y elaborando herramientas para la sostenibilidad. En este escenario, se prepara la transferencia de lo producido orientado al fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento que dialoguen con la experiencia acumulada en el componente de la oferta.

En este marco, EnDev presenta el material *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad*, como una propuesta pedagógica dirigida a dos tipos de público: a la persona interesada en iniciar procesos de facilitación que activa en instituciones u organizaciones de apoyo, y a las y los conductores de empresas de cocinas mejoradas interesados en formarse.

El material Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad, ha sido inspirado en la metodología CEFE (Competencia como base de la Economía a través de la Formación de Emprendedores) y aspira ser una propuesta educativa y didáctica para facilitar procesos de aprendizaje. Las y los facilitadores encontrarán la composición curricular de cada sesión en una estructura que comprende: objetivos y actividades específicas, el desarrollo paso a paso de cada sesión, fichas, ejercicios prácticos, dinámicas de los temas a trabajar y contenidos direccionados para retroalimentar al final de cada sesión.

Por su parte, las y los conductores de empresas potenciarán su desarrollo personal con la práctica cotidiana de hábitos y actitudes emprendedoras que les permitan acceder o mantenerse en el mercado en mejores condiciones; y, por consiguiente, a tener mayores ingresos.

El material educativo *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad*, consta de la siguiente estructura: la primera parte es la presentación de los objetivos, el enfoque y la organización del programa de los talleres vivenciales. Continúan ocho sesiones denominadas: Integrándonos al grupo, a modo de taller introductorio; *Conociendo a la persona emprendedora y a su empresa; Organizándonos para la producción, orientando nuestros productos al mercado; Controlando la calidad de nuestros productos; Valorándonos crece nuestra empresa, Conociendo nuestra fuerza de venta, y La importancia de la post venta.* 

Por su versatilidad, este es un material educativo que puede ser adaptado a la realidad y actividad productiva específica que realicen las y los participantes de los talleres vivenciales, según el caso lo requiera.

II. Objetivos del taller

#### **Objetivo** general:

Al final del taller las y los participantes:

Habrán generado los conocimientos, habilidades y destrezas necesarios para llevar a cabo una actividad económica con criterios empresariales y sociales.

#### Objetivos específicos:

#### Las y los participantes lograrán:

 Potenciar el autoconocimiento de sus características emprendedoras para el desarrollo personal y empresarial.

 Ensayar estrategias de organización productiva.

 Interiorizar criterios de calidad durante los procesos de producción.

 Fortalecer sus capacidades personales para la gestión comercial.



III. A quienes está dirigido

#### 3.1 Perfil de la persona facilitadora

La persona interesada en iniciar el proceso de facilitación de los *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad,* deberá reunir los siguientes requisitos:

- Tener experiencia en la conducción de grupos.
- Formar parte de una institución u organización que desarrolle actividades de apoyo a emprendimientos, empresas, actividades de generación de ingresos y/o servicios.

#### 3.2 Perfil de las y los participantes

La persona que esté interesada en formarse en los Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad, deberá:

- Tener disponibilidad de tiempo, motivación y entusiasmo para participar.
- Estar desarrollando una actividad económica que le genere ingresos.

#### 3.3 Número de participantes

Se recomienda trabajar con un mínimo de 10 y con un máximo de 25 personas.

IV. Enfoque del programa de capacitación

#### 4.1 Principios de educación para adultos

El enfoque de los *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad* está orientado por el principio de la andragogía o educación para adultos como regla básica para aprovechar de manera ordenada y estructurada la experiencia de vida de las y los participantes.

Para desarrollar un programa de capacitación basado en esta metodología será necesario:

- Que se identifique un grupo con características y necesidades similares para facilitar el intercambio.
- Procesar la experiencia que se genere, mediante los ejercicios, y analizarla para proyectarla a futuras intervenciones.

El elemento principal y continuo para la aplicación de la metodología es el <u>ciclo de aprendizaje</u>, que se presentará de acuerdo a las siguientes etapas o fases:

#### Vivencia

La vivencia consiste en realizar la experiencia del ejercicio o dinámica. Permitirá a quienes participen en los talleres exteriorizar pensamientos, sentimientos, conductas y conocimientos acerca del tema planteado.

#### Compartir

Una vez concluida la vivencia, se iniciará la fase del compartir la experiencia, que significa el socializar y ampliar los conocimientos personales y grupales experimentados durante el ejercicio.

#### Para iniciar este proceso se realizarán las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se han sentido en esta experiencia?
- ¿Qué pasó?, ¿Qué sucedió?

#### Se registrarán los aportes en papelógrafos.

#### Procesar

Con ayuda del equipo facilitador<sup>1</sup> se "hará ver" a quienes participen los resultados experimentados en el ejercicio. Aquí se empleará el papelógrafo en el que se registraron los insumos de la fase del compartir.

#### Generalizar

Se interpretará la experiencia desarrollada por las y los participantes. "Se sale de la dinámica para ir a una situación real". Se tratará de articular los resultados del paso anterior y se entregará al grupo conceptos precisos sobre el tema.

#### **Aplicar**

La aplicación inmediata permite "hacer puente entre el presente y el futuro" y llevar a réplicas posteriores.

#### 4.2 Rol de la persona facilitadora

#### El papel de quien facilite consiste en:

- Preparar, organizar y guiar el proceso de aprendizaje en lugar de instruir.
- Establecer responsabilidad compartida en el proceso de aprendizaje, a fin de fortalecer el espíritu de grupo y apoyarse durante y después del taller.
- Contar con formación básica en metodología de educación de adultos para lograr facilitar sus aprendizajes.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Se refiere a la persona o personas encargadas de dirigir las sesiones de los *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad*.

#### 4.3 Lineamientos metodológicos

#### Es eminentemente participativo

Los *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad,* han sido diseñados para que en cada sesión la participación sea permanente: se combinan vitalizadores, ejercicios individuales y grupales, espacios para la socialización e incluso para la evaluación.

La actitud de quien facilite deberá apuntar a favorecer el clima para el intercambio; promoverá y recogerá la intervención de las personas participantes y encaminará sus aportes al tema central de la sesión.

#### Es vivencial

El aprendizaje a través de la experiencia es el eje fundamental en la educación de adultos. "Se aprende lo que se experimenta", "se recuerda lo que se escucha", y para ello se recoge el cúmulo de experiencias y vivencias que cada participante trae consigo, poniendo así en práctica los principios fundamentales de la educación de adultos.

Mantener este enfoque en el desarrollo de la capacitación implica que quien facilite deberá lograr un nivel de empatía con quienes participen en los talleres; esto permitirá generar un clima de mayor participación y confianza y, por tanto, un mejor aprendizaje colectivo e individual.

#### Es una acción dirigida al cambio

Los talleres de capacitación buscan –mediante los ejercicios estructurados– que las y los participantes asuman compromisos para modificar actitudes y comportamientos que favorezcan su desarrollo personal y colectivo.

#### Desarrolla habilidades progresivamente

Cada sesión ha considerado ir de exigencias menores a mayores en el nivel de participación, así como en el de contenidos.

#### Es adaptable a realidades locales

Como todo programa de capacitación, este también puede ser adaptado a la realidad específica y particular de una localidad; ello dependerá de la habilidad de quien facilite para aprovechar el conocimiento del grupo meta, así como la cantidad de veces que lo lleve a la práctica.

V. Organización del programa

Número de sesión	Contenidos	Cantidad de horas
Primera sesión	Integrándonos al grupo	3
Segunda sesión	Conociendo a la persona emprendedora y a su empresa	3
Tercera sesión	Organizándonos para la producción	3
Cuarta sesión	Orientando nuestros productos al mercado	3
Quinta sesión	Controlando la calidad de nuestros productos	3
Sexta sesión	Valorándonos crece nuestra empresa	3
Sétima sesión	Sétima sesión Conociendo nuestra fuerza de venta	
Octava sesión	La importancia de la post venta	3
	Total	24

VI. Planes de sesión

Sesión 1. Integrándonos al grupo

Sesión 2. Conociendo a la persona emprendedora y a su empresa

Sesión 3. Organizándonos para la producción

Sesión 4. Orientando nuestros productos al mercado

Sesión 5. Controlando la calidad de nuestros productos

Sesión 6. Valorándonos crece nuestra empresa

Sesión 7. Conociendo nuestra fuerza de venta

Sesión 8. La importancia de la post venta

# Sesión 1 Integrándonos al grupo

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

#### **OBJETIVOS**

#### **LOGRAR QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Se conozcan.
- Desarrollen conciencia de grupo.
- Establezcan compromisos de participación.

#### Tiempo de duración: 2 horas 40 minutos

#### ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

ACTIVIDAD	ТІЕМРО	OBJETIVOS Que las y los participantes
<ol> <li>Deshielo: Documento de Identidad Personal (DIP). Presentación individual</li> </ol>	30′	<ul><li>Inicien el proceso de deshielo</li><li>Logren conocerse e integrarse</li></ul>
<ol><li>Redes de apoyo: "La telaraña"</li></ol>	30'	Desarrollen consciencia de grupo
3. Nivelación de expectativas con tarjetas Presentación del programa de capacitación	30′ 20′	<ul> <li>Compartan expectativas personales y grupales sobre el programa de capacitación</li> <li>Conozcan la programación de las próximas actividades</li> </ul>
Pausa	10′	<ul> <li>Compartan el momento y busquen relajarse</li> </ul>
4. Compromiso grupal	20′	<ul> <li>Asuman compromisos de participación individual y grupal</li> </ul>
5. Desarrollo de la ficha de inscripción	20′	<ul> <li>Brinden información personal para formalizar su participación en el programa de capacitación</li> </ul>

### Integrándonos al grupo

#### Recepción de participantes: Nombre en solapines

El equipo facilitador dará la bienvenida a cada participante e inmediatamente registrará sus nombres y apellidos en una lista de asistencia, seguidamente le entregará un solapín con su nombre para que lo coloque en la parte superior de su prenda.

#### Ejemplos:



#### **FRANCISCO**

#### Nota.

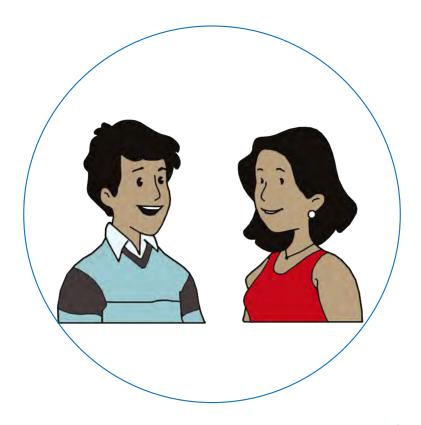
El solapín está hecho de cartulina. Tiene una medida aproximada de 8x4 cm.

#### A continuación se le entregará:

- El programa de la capacitación
- Fólder y lapicero
- Separata del primer día de sesión

Y se le acompañará a tomar asiento.

Seguidamente el equipo facilitador dará la bienvenida e iniciará una dinámica para que todas y todos se conozcan.



1. Deshielo: Documento de Identidad Personal (DIP)

Presentación individual

#### Que las y los participantes:

• Inicien el proceso de deshielo mediante el conocimiento interpersonal.

#### Materiales:

Medio pliego de papelógrafo y un plumón grueso por participante.

#### **Procedimiento:**

Consigna:, este es un trabajo individual, consiste en que cada participante realice su presentación personal de manera gráfica, empleando dibujos que representen lo mejor de sí. Para ello el equipo facilitador empleará un modelo y lo pegará en un lugar visible. Paso seguido, entregará a cada participante los materiales (el papelógrafo deberá ser doblado por la mitad).

#### Nota:

Cada página del papelógrafo será trabajada de modo creativo por las y los participantes.

#### Aquí algunos ejemplos:

#### Primera página:

Yo soy, y me dedico A:



Ej.: Alegre, trabajadora, impaciente, etc.

- El nombre de mi empresa
- La mejor cualidad de mi empresa es:

#### Tercera página:

Lo que más me gusta hacer es:





Ej.: Viajar, las flores, etc.

#### Segunda página:

Mis clavos² personales son:





Ej.:

Dejar a mis hijos para capacitarme, etc.

#### Cuarta página:

Lo que espero del Taller





Ej.:

La puntualidad de las
y los participantes,
aprender, compartir.

En la medida en que cada participante termine con la elaboración de su DIP, lo va pegando en las paredes del ambiente de trabajo e inmediatamente retorna a su respectivo lugar.

Nota:

Cada DIP se pegará con un pedazo de cinta masking tape.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Se refiere a los asuntos que le impiden realizar otras actividades, como asistir a esta capacitación.



2. Redes de apoyo: "La telaraña"

Que las y los participantes:

- Se conozcan y se integren.
- Desarrollen consciencia de grupo.

#### Materiales:

Un ovillo grande de lana, una botella vacía y un lapicero.

#### **Procedimiento:**

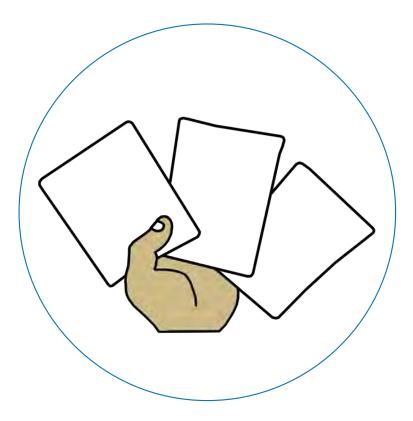
El equipo facilitador entregará la punta del ovillo de lana a un o una participante. Con el ovillo en sus manos se dirigirá al lugar donde se encuentra su documento de identidad personal (DIP) para leerlo. Al término del mismo, sin soltar la punta del ovillo lo pasará a la persona que elija; esta se encargará de repetir el ejercicio anterior. La dinámica se realiza sucesivamente hasta que todas las personas terminen de leer sus DIPs.

Al finalizar, el equipo facilitador pedirá que cada participante tire de la lana que le corresponde, cuando esta se encuentre tensa como una tela de araña se lanzarán las siguientes preguntas:

- ¿Qué observan ustedes?
- ¿A qué se parece la lana entrecruzada?
- ¿Qué pasaría si alguien dejara caer la lana de sus manos?

El equipo facilitador colocará en el piso una botella sin tapa, luego intentará unir los cruces del ovillo de la lana; en el cruce de la lana insertará un lapicero. Luego pedirá a las y los participantes que introduzcan la punta del lapicero en el pico de la botella. Culminado el ejercicio, el equipo facilitador preguntará:

- ¿Cómo se han sentido?
- ¿Qué han tenido que hacer para lograr el objetivo?
- ¿Qué mensaje les deja este ejercicio?



3. Nivelación de expectativas con tarjetas

Que las y los participantes:

Compartan sus expectativas personales y las del taller.

#### **Procedimiento:**

A cada participante se le entregarán tres tarjetas de diferentes colores. En cada tarjeta escribirán una idea respecto a lo que esperan de los temas, el grupo y del equipo facilitador durante toda la capacitación del programa *Talleres vivenciales: Emprendiendo con calidad.* 

A continuación, se colocarán las tarjetas en la pizarra para que el equipo facilitador empiece a leerlas, compararlas y organizarlas; en el caso que no guarde relación con el programa de capacitación se comunicará al grupo que esos temas o aspectos no serán abordados.

Al término del mismo se procede a:

- Presentar los objetivos y la metodología del programa de capacitación
- Presentar la programación de cada sesión.

#### **Pausa**

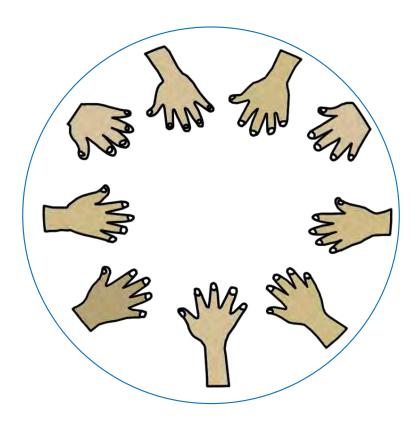
#### **Objetivo:**

Que las y los participantes:

• Compartan un refrigerio.

Nota:

Se les deberá indicar el tiempo que disponen.



4. Compromiso grupal

Que las y los participantes:

• Establezcan las normas de convivencia en el ambiente de la capacitación.

#### Materiales:

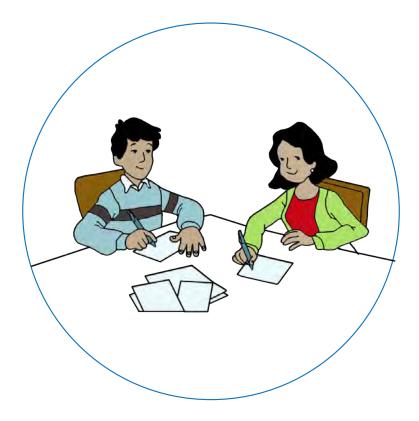
Un papelógrafo, un plumón grueso y una cinta masking tape.

#### Procedimiento:

Con la finalidad de garantizar el avance del grupo, se les pedirá que den sugerencias para lograr los objetivos del curso.

El equipo facilitador anotará todas las intervenciones en el papelógrafo. Al finalizar se informará al grupo que si las ideas vertidas se cumplieran, todas y todos se beneficiarían. Luego invitará a que se acerquen al papelógrafo a firmar el compromiso de participación.

Los acuerdos se colocarán en un lugar visible del salón.



5. Desarrollo de ficha de inscripción

Que las y los participantes:

Brinden información personal para formalizar su participación en el programa de capacitación.

#### **Procedimiento:**

- El equipo facilitador entregará la ficha de inscripción a cada participante para que la desarrollen y puedan regularizar su participación en el programa de capacitación.
- La ficha será desarrollada en un tiempo máximo de 20 minutos; si alguna persona tuviera dificultades, el equipo deberá ayudarla.
- Concluido el tiempo se procede a recoger las fichas.

#### Nota:

Esta información ayudará a quienes coordinan el programa a realizar los ajustes del caso, tanto en la metodología como en los contenidos.

#### FICHA DE INSCRIPCIÓN

Fecha:
DATOS GENERALES:  Nombre:
Nombre:  Edad:  Lugar de nacimiento: Grado de instrucción:  Dirección: Teléfono/ Celular:  Correo electrónico:
Edad:  Lugar de nacimiento:
Lugar de nacimiento:
Dirección: Teléfono/ Celular: Correo electrónico: A qué se dedica?
Dirección: Teléfono/ Celular: Correo electrónico: A qué se dedica?
Correo electrónico:  A qué se dedica?  ¿Qué espera usted de este taller?
A qué se dedica?  ¿Qué espera usted de este taller?
¿Qué espera usted de este taller?
¿Qué espera usted de este taller?
¿Qué espera usted de este taller?
¿Cuáles son sus perspectivas personales al finalizar el taller?
¡Muchas gracias!

# Sesión 2 Conociendo a la persona emprendedora y a su empresa

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

#### **OBJETIVOS**

#### **LOGRAR QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Conozcan las características del emprendimiento personal.
- Se inicien en el conocimiento de la actividad empresarial y de la empresa.

Tiempo de duración aproximada: 3 horas.

#### ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes
1. Hilo conductor.	15′	<ul> <li>Recuerden los temas centrales de la sesión anterior.</li> </ul>
2 Introducción a la sesión.	05′	<ul> <li>Conozcan la sesión a realizar</li> <li>Se motiven y conozcan más sobre los temas.</li> </ul>
3. Trabajo de grupo: Collage	30'	<ul> <li>Compartan el ejercicio vivenciado</li> <li>Destaquen las características del emprendimiento personal y de la empresa.</li> </ul>
Plenaria: Exposición de collage.	30′	
Pausa	10′	Libre.
4. Procesamiento del collage.	30′	<ul> <li>Inicien el conocimiento de la actitud emprendedora, la actividad empresarial y la empresa.</li> </ul>
5. Generalización.	30′	<ul> <li>Reciban información adicional que refuerce lo trabajado.</li> <li>Conozcan cuánto saben sobre la empresa que conducen.</li> </ul>
6. Evaluación Flash	30′	Brinden información al equipo facilitador para ajustar las próximas aplicaciones.
Cierre		

# Conociendo a la persona emprendedora y a su empresa



1. Hilo conductor

#### **Objetivo:**

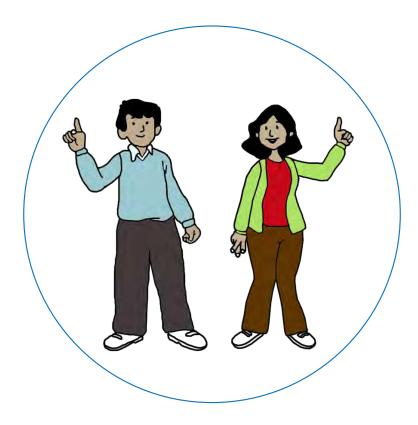
Que las y los participantes:

Destaquen los aspectos centrales de la sesión anterior.

#### Materiales:

- Un papelógrafo y un plumón.
- Rotafolio.

Se pedirá a las y los participantes que recuerden las ideas centrales, o las más importantes que quedaron de la sesión anterior, el equipo facilitador anotará lo dicho en el rotafolio. Al final, si hubiera algún tema no tratado, el equipo facilitador lo podrá retomar brevemente.



#### 2. Introducción a la sesión: La actitud emprendedora

La actitud emprendedora es la búsqueda permanente de la oportunidad, independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere de visión y pasión junto con el compromiso para guiar a las personas en la persecución de dicha visión. También requiere de la disposición para tomar riesgos calculados.

Se puede estimular el espíritu creativo e innovador como atributo indispensable de una persona emprendedora (ver separata: página 5).



3. Trabajo de grupo: Collage

Lograr que las y los participantes:

- Conozcan las características de la persona emprendedora.
- Inicien el conocimiento de la actividad empresarial y de la empresa.
- Socialicen el sentido social de su labor empresarial.

#### **Materiales:**

Plumones delgados, papelógrafos, revistas de colores, tijeras, goma, masking tape y mesas de acuerdo a la cantidad de grupos.

#### **Procedimiento:**

El equipo facilitador entregará a cada subgrupo los siguientes materiales: revistas y/o periódicos, 1 pote de goma, 2 tijeras, 2 papelógrafos y 3 plumones.

Se organizarán subgrupos de trabajo; cada grupo se identificará con un nombre (tiene que ser uno creativo) y elegirá a una persona para coordinadar y motivar la participación.

#### Instrucciones:

El trabajo a realizar consiste en armar un collage que responda a las siguientes preguntas:

# **Preguntas**

¿Por qué se caracterizan las personas emprendedoras?

¿Cómo funcionan las empresas conducidas por las y los emprendedoras/es de tu comunidad?

Para ello deberán revisar detenidamente las revistas y/o periódicos proporcionados; luego recortarán las imágenes que –según su criterio- representen a las personas emprendedoras; posteriormente, pegarán las imágenes en el papelógrafo y escribirán una pequeña leyenda que exprese la imagen seleccionada.

Al concluir participarán en una plenaria, donde deberán presentar el trabajo grupal.

# Plenaria: Exposición del collage

• Cada grupo dispone de 5 minutos para la exposición.

Al concluir cada presentación, el equipo facilitador agradecerá y pedirá aplausos para el grupo que expuso.



4. Procesamiento del collage

Que las y los participantes:

• Compartan y reflexionen sobre el ejercicio vivenciado.

#### **Procedimiento:**

El equipo facilitador promoverá la participación del grupo con preguntas orientadoras de acuerdo a los siguientes bloques. Los aportes deberán ser registrados en papelógrafos.

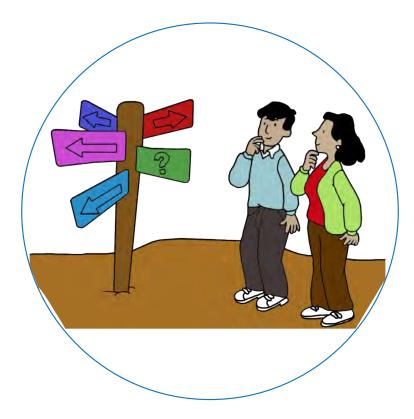
# a. Primer bloque: Compartir los sentimientos

El equipo facilitador hará la siguiente pregunta:

• ¿Cómo se sintieron durante la experiencia?

# b. Segundo bloque: Reconocer qué sucedió

- ¿Qué ideas tenían acerca de la persona emprendedora antes de realizar el collage?
- ¿Qué características de la persona emprendedora les llamó más la atención?
- ¿Cuáles son las características de una empresa?
- ¿Qué aporta la empresa a la comunidad?



5. Generalización

Lograr que las y los participantes:

- Reciban información adicional que refuerce lo trabajado en el collage.
- Profundicen en el conocimiento de la actividad empresarial que realizan.

# Notas:

- La información adicional la reforzarán con el anexo de contenidos: págs. 6-14, el cual será trabajado por el equipo facilitador.
- Seguidamente, se distribuirá a cada participante la página 54 de la guía "Cuánto sé sobre mi empresa" para que lo desarrollen en casa.



6. Evaluación flash

Que las y los participantes:

Brinden información al equipo facilitador para ajustar las próximas sesiones.

# **Procedimiento:**

La evaluación flash consiste en iniciar una ronda de intervenciones para conocer la percepción de las y los participantes sobre la sesión realizada.

El equipo facilitador iniciará este compartir con las siguientes preguntas:

¿Cómo se han sentido en la sesión del día de hoy?

Ejemplo: Bien, mal, regular (hay que procurar que no argumenten).

¿Qué les ha parecido lo realizado y por qué?

Para concluir se les entregará una separata tomada de la sección información complementaria.

Se les agradecerá por su participación y se les informará el tema y la fecha de la siguiente sesión, invitándoles a que asistan.

# Información complementaria

# I. ACERCÁNDONOS AL CONCEPTO DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

La palabra "emprender" proviene del vocablo francés "entrepreneur" y del latín "inprendere", que significa "acometer". Actualmente se denomina emprendedor o emprendedora a la persona que identifica una oportunidad X y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Hoy es común emplear este término para designar a una "persona que crea una empresa" o que encuentra una oportunidad de negocio, o a quien empieza un proyecto por su propio entusiasmo<sup>3</sup>.

Se denomina también emprendedora a la persona que emprende, por igual, la creación de otro tipo de organizaciones o instituciones no necesariamente comerciales sino cívicas, sociales o políticas.

En 1983, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), tomando como referencia un estudio previo de McClelland y Winter, financió un trabajo de investigación con la finalidad de identificar las características de éxito que predominaban en las personas que habían iniciado una empresa; para ello trabajaron con nuevos empresarios de tres países: India, Malawi y Ecuador. El estudio arrojó como resultado que los rasgos de éxito estaban asociados con tres grupos:

- 1) Persistencia, compromiso con un contrato de trabajo, demanda de calidad y eficiencia, y asumir riesgos;
- 2) Planificación, como fijación de objetivos, planificación y control sistemáticos, búsqueda de información;
- 3) Asociados al poder, como la autoconfianza, persuasión y generación de redes.

Los resultados permitieron que se elabore un programa de capacitación para empresarios de acuerdo a los rasgos encontrados<sup>4</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> wikipedia.org/wiki/Entrepreneur. Esta página fue modificada por última vez en feb 2008. Contenido disponible bajo los términos de la Licencia de documentación libre de GNU.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Adaptado de la separata: Breve Historia de la Función Empresarial, autor desconocido.

# II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA EMPRENDEDORA<sup>5</sup>

# 2.1. Capacidad de logro

#### Búsqueda de oportunidades

Identifica y actúa indagando sobre nuevas oportunidades.

Explora oportunidades inusuales para obtener financiamiento, equipos, terrenos, mano de obra o asesoramiento.

"Tuve la ventaja de que ya tenía un mini taller de metal mecánica, pero era informal... con la idea de construir cocinas mejoradas, lo primero que tuve que hacer es construir un horno y preparar los modelos", aclara Benedicto, respecto a las inversiones que hizo para poder empezar como proveedor de piezas para cocinas mejoradas.

#### **Persistencia**

Realiza acciones repetidas o diferentes para sobrepasar un obstáculo.

Hace un sacrificio personal o realiza un gasto extraordinario para completar un trabajo.

Se mantiene fiel a su propio juicio frente a la oposición o la falta de éxito inmediato.

"Recién al cambiar la lógica de la secuencia de producción, fuimos exitosos", explica el emprendedor. "Al quemar en un primer instante la arcilla y cortar en un segundo paso el ladrillo según la forma que se requiere, se obtuvieron buenos resultados".

#### Compromiso con el contrato de trabajo

Acepta plena responsabilidad por los problemas derivados en completar un trabajo para sus clientes.

Permanece junto con las personas operarias o en su lugar para completar un trabajo.

#### Demanda por calidad y eficiencia

Actúa para alcanzar o sobrepasar los estándares existentes de excelencia o mejorar sus performances anteriores.

Se esfuerza por hacer mejor las cosas, más rápidas y más baratas.

<sup>5</sup> Adaptado de la Guía para el Desarrollo de Competencia Profesional para la Formación de Empresarios CEFE/Convenio MITINCI-AECI-COSUDE-GIZ.

#### **Toma riesgos**

Asume riesgos moderados.

Da preferencia a situaciones que envuelvan riesgos moderados.

Para tener un producto de calidad hay que tener paciencia", recuerda Luis. "Lo logramos... sin embargo, la forma de la cámara no era muy favorable tomando en consideración el traslado de un producto tan frágil a zonas rurales, y a través de caminos de trocha, representaba un riesgo de malograrlo".

# 2.2. Capacidad de planificación

### **Establecimiento de metas**

Establece objetivos claros y específicos a corto plazo.

Establece objetivos claros a largo plazo.

#### Búsqueda de información

Explora personalmente información sobre sus clientes, proveedores y competidores.

Consulta especialistas en asesoría empresarial y técnica.

Utiliza contactos o redes de información para obtener información útil.

"En forma diaria, a través del internet, mi hija y yo buscamos nuevas convocatorias en el tema de estructuras metálicas y particularmente sobre fabricación de chimeneas y parrilla. Mi hija se ha vuelto especialista en buscar información y presentarse a licitaciones municipales... no siempre tenemos éxito, sin embargo, esto no nos desanima de seguir adelante", comenta la señora Yolanda.

# Planificación sistemática y control

Desarrolla y usa planificación lógica y escalonada para lograr sus objetivos.

Evalúa alternativas.

Controla el desarrollo de su empresa y pasa a una estrategia alternativa –si fuese necesaria- para lograr sus objetivos.

# 2.3. Capacidad de competencia

#### Persuasión y elaboración de redes de apoyo

Usa estrategias premeditadas para influenciar y persuadir a otras personas. Tengo mucha esperanza en conseguir nuevos proyectos con otras municipalidades de la región y convertirme en un referente en el tema... pero para lograr asociarnos, el reto es entrar en una relación de mayor confianza, comenta Walter.

Aprovecha contactos comerciales y personales para lograr sus objetivos.

"También he capacitado a instaladores, en total cinco, la mayoría de ellos son albañiles que manejan bien la construcción de las cocinas mejoradas, y cuando la demanda se incrementa ellos me apoyan", manifiesta Benedicto respecto al crecimiento de su emprendimiento.

#### **Autoconfianza**

Posee una fuerte creencia en sí mismo y en sus habilidades.

Expresa su autoconfianza acerca de sus habilidades frente a la necesidad de completar una tarea difícil o hacerle frente a un desafío.

"Para presentarse a un proyecto de mayor envergadura todavía me falta mejorar las capacidades de planificación y gestión... mejorar mis habilidades en el campo de las licitaciones es un reto, pero estoy seguro de que lo puedo lograr".

# III.ACTITUDES EMPRENDEDORAS QUE FACILITAN EL DESARROLLO DE LA PERSONA Y SU EMPRESA<sup>6</sup>

El desarrollo y crecimiento de una empresa es el resultado del desarrollo y crecimiento de la persona propietaria, así como de quienes trabajan con ella. Por lo tanto, debemos poner atención en incentivar el talento individual basado en la creatividad e innovación, fomentar la confianza y la participación y mantener una continua comunicación; en definitiva, apoyar todo lo que permita a la persona desarrollarse integralmente.

# 3.1. Principales actividades emprendedoras

#### Trabajo en equipo

- Participe con entusiasmo en el equipo de trabajo.
- Comparta información relevante y ofrezca ideas de manera espontánea a su equipo.
- Ponga en evidencia los conflictos del equipo, bien sea de conocimientos o de actitud. La mejor manera de resolver los problemas es afrontándolos y buscándoles una solución.
- Respete y valore la experiencia, logros, habilidades, ideas y contribuciones de sus compañeras y compañeros.
- Exprese solidaridad y promueva la toma de decisiones por consenso, justa e imparcialmente
- Sea sociable, trate de adaptarse al grupo de trabajo y fomente el trabajo integral para que se cumplan los objetivos trazados.
- Identifique oportunidades de mejora en su área y promueva la participación del equipo para llevarlas a cabo.

#### Interés por aprender

- Pregunte con el deseo de mejorar.
- No oculte sus errores.
- Busque información constante de cómo se hacen las cosas.
- Rectifíquese cuando se equivoque.
- Tenga disposición para aprender continuamente.
- Participe activamente.

"La apertura a visualizar las dificultades en el proceso como una oportunidad de investigación, innovación y/o aprendizaje, se convierten en una actitud clave para el éxito de los emprendimientos. Especialmente si estos sucesos se capitalizan en la toma de decisiones oportunas para el fortalecimiento de la empresa".

#### Conocimietno del producto

- Dé una buena información y sepa ser una persona crítica pero constructiva.
- Esté al tanto de sus pedidos y de las existencias.
- Conozca las ventajas y desventajas de todos sus productos.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> GONZALEZ PACHÓN, Sonia; Actitudes emprendedoras que facilitan el desarrollo de la persona y su negocio / Técnicas de venta. Biblioteca de la Universidad de Sabana 2006.

- Infórmese de las tendencias de la temporada.
- Logre acertar muy a menudo en lo que requiere su cliente.

"Conocer los beneficios e impacto que tiene la cocina mejorada -en el vida de las familias, sobre todo en su salud y su medio ambiente- facilita que las y los empresarios se identifiquen con la tecnología y por tanto se interesen no solo en la producción o instalación de las mismas, sino en la promoción de la tecnología como una opción para mejorar la calidad de vida en sus regiones –esto se refleja en que asumen una mayor responsabilidad social, asegurando la calidad de las cocinas mejoradas que instalan-".

#### Orientación a/la cliente

- · Sea amigable.
- Esté siempre pendiente de sus clientes.
- Escuche e indague proactivamente más allá de sus necesidades expuestas inicialmente, hasta identificar o descubrir su verdadera necesidad.
- Mantenga una actitud de total disponibilidad hacia su cliente.
- Manténgale informado oportuna y verazmente sobre la situación de la mercancía que solicita o demanda.
- Haga un seguimiento hasta que su solicitud o necesidad haya sido satisfecha.

#### **Flexibilidad**

- Adáptese a los posibles cambios de horarios.
- No se limite a aprender una sola tarea.
- No huya de realizar las tareas menos atractivas.
- Ponga en práctica las buenas sugerencias, sin burlarse de ninguna otra, por más incoherente que parezca.

#### Agilidad / dinamismo

- Tenga la predisposición para brindar una ayuda adicional cuando se requiera.
- Experimente con nuevas alternativas que puedan permitir mayor efectividad en el desenvolvimiento laboral.
- Sea una persona activa.

#### **Comunicación**

- Interésese por obtener una retro-alimentación (feedback) para mejorar continuamente sus fortalezas y aprovechar todas las oportunidades de mejora en los aspectos profesional y personal.
- Sea una persona positiva y admita críticas.
- Base su comunicación, a todos los niveles, en la confianza mutua.
- Utilice un tono de voz y gestos educados.
- Tome sus decisiones con base en la razón y no en la emoción.
- Mantenga la confidencialidad de la información de la empresa (políticas, normas, objetivos y estrategias).

# Capacidad de compromiso / integración

- Asuma con responsabilidad sus acciones y decisiones.
- Contribuya a un ambiente agradable.
- Cuestione, oportunamente, aquellas acciones de sus compañeras y compañeros (a todos los niveles) que no satisfagan los principios y valores, estándares, normas o procedimientos establecidos por la empresa.
- Conozca y sea consciente del significado de sus funciones en la organización.
- Aplique a su labor diaria el aprendizaje obtenido en su trayectoria laboral y adóptelo favorablemente a la organización.
- Compruebe la calidad de su trabajo.

## **Iniciativa**

- Promueva las ideas e investigue acerca de todos los elementos de su entorno para mejorarlos.
- Comparta información relevante y ofrezca ideas de manera espontánea a su equipo.
- Identifique oportunidades de mejora en su área.
- Asista a cursos, vivencias o experiencias que le aporten herramientas para su desarrollo personal integral.

# IV. CONOCIENDO MI EMPRESA

## 4.1. ¿Qué es la empresa?

Es el ejercicio profesional de una actividad económica planificada, con la finalidad de obtener beneficios en el mercado de bienes o servicios mediante la utilización de factores productivos (trabajo, tierra y capital) y con una unidad económica organizada en la cual ejerce su actividad profesional el o la empresaria, por sí misma o por medio de sus representantes.

# 4.2. ¿Qué razones motivan a las personas a emprender una empresa?

Las motivaciones no solamente están guiadas por el afán de ganar dinero. Existen otros factores que son tan importantes como la obtención de ganancias. Algunos de los más relevantes pueden ser:

- Realizar una actividad que le permita emplear sus capacidades y talentos personales.
- Disponer de su vida con mayor independencia.
- Construir algo para la familia.
- Encontrar satisfacción enfrentando riesgos y desafíos.
- Vivir como y donde uno elija.
- Acceder a un mejor nivel social.

## 4.3. ¿Por qué se caracteriza la empresa?

La empresa se caracteriza porque:

- La misma persona es dueña y administradora de su propia empresa.
- Se puede iniciar una empresa con pequeñas cantidades de dinero (poco capital).
- Cuenta con pocos trabajadores.
- Quienes trabajan, generalmente, son familiares de la dueña o dueño de la empresa.
- Casi siempre las o los dueños participan en el proceso productivo.

"Lo bueno de una empresa familiar es que la mano de obra está a disposición... ahora mi esposa y mis hijos tuvieron que poner manos a la obra y en momentos de producción alta, tuvimos que contratar a otras personas más".

# 4.4. ¿Cuáles son los riesgos de trabajar en la propia empresa?

Hay ventajas y desventajas en ser empresario/a. La vida está llena de desafíos, satisfacciones y sacrificios personales, así como de tensiones. Cualquier persona que esté considerando realizar un emprendimiento, debe ponderar con cuidado estos factores antes de hacer un compromiso personal y financiero.

Los principales riesgos para sacar adelante una empres pueden ser:

- Reducir las relaciones familiares por la dedicación de tiempo que requiere para las actividades propias de la empresa.
- Enfrentar riesgos financieros: inversión poca o no rentable, tomar préstamos que luego generen problemas para ser pagados.

- Interrumpir actividades ya establecidas.
- Presentar efectos psicológicos por temor al fracaso: angustia, insomnio, depresión, stress.

# 4.5. ¿Qué aporta la empresa al empresario/a y a la comunidad?

La empresa aporta al desarrollo del empresario/a y de su comunidad de la siguiente manera:

- Desplegar la personalidad del/a empresario/a.
- Posicionarse en el mercado, desenvolviéndose como un actor económico en su localidad y fuera de ella.
- Capitalizar sus conocimientos y convertirlos en una oportunidad.
- Crear puestos de trabajo y contribuir al desarrollo de la comunidad y del país.
- Producir bienes y servicios que satisfacen las necesidades de la comunidad.
- Desarrollar iniciativas para el cuidado del medio ambiente que se convierten en oportunidades de emprendimiento y de responsabilidad social,
- Aumentar la competitividad del/a empresario/a mediante la creación de valor agregado al trabajo que realiza.

# 4.6 Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que realizan de la siguiente manera:

#### a. Empresas comerciales

Son intermediarias entre productor y consumidor; su principal función es la compra/venta de productos terminados. Se clasifican en:

#### • Empresa comercial minorista:

Compra mercadería a los mayoristas o fabricantes y las vende a sus clientes. Todos los que operan tiendas son minoristas, usualmente compran mercaderías a diferentes abastecedores.

Por ejemplo: una ferretería, una bodega, una librería o un puesto de periódicos son minoristas.

#### Empresa comercial mayorista:

Compra mercadería a quienes lo fabrican y las venden a gran escala a los minoristas. Por ejemplo: si está pensando en comprar grandes cantidades de clavos, picos o lampas a una fundición de metal y venderlos en pequeñas cantidades a varias ferreterías, tendrá una empresa comercial mayorista.

# b. Empresas industriales o de fabricación

Si está pensando en una empresa para la fabricación de prendas de vestir, muebles, artículos tejidos a mano, adornos en cerámica, madera (por ejemplo: los retablos), calzados o cualquier otro tipo de productos, entonces, tendrá una empresa de fabricación o industrial.

#### c. Empresas de servicios:

No vende ninguna mercadería ni fabrica productos. Una empresa de servicios provee asesoría o mano de obra experta. Ejemplo: un taller de mecánica o de reparación de aparatos eléctricos, los gasfiteros, pintores, taxistas, limpiadores de ventanas, etc.









# 4.7. Normalización de la actividad empresarial

De acuerdo con la nueva ley MyPE No 30056, publicada el 2 de julio de 2013, la definición de tamaño de empresa será solo por volumen de ventas y no por su número de trabajadores<sup>7</sup>.

#### Características

En el artículo 5.- Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas<sup>8</sup> deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 UIT.
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministro de Economía y Finanzas y el ministro de la Producción cada dos (2) años.

<sup>7</sup> Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CODEMyPE), sesión Ordinaria Nº 25, Julio 2013

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> El Peruano, martes 2 de julio de 2013.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA EMPRENDEDORA

ACTITUDES
EMPRENDEDORAS
QUE FACILITAN EL
DESARROLLO DE
LA PERSONA Y SU
EMPRESA

- Busca oportunidades
- Es persistente
- Tiene un compromiso con el contrato de trabajo
- Demanda por calidad y eficiencia
- Toma riesgos moderados
- Se establece metas
- Busca información
- Realiza una planificación sistemática y de control
- Persuade y elabora redes de apoyo
- Tiene autoconfianza
- Trabajo en equipo
- Interés por aprender
- Orientación al cliente
- Conocimiento del producto
- Flexibilidad
- Agilidad / dinamismo
- Comunicación
- Capacidad de compromiso / integración
- Iniciativa

# **CUESTIONARIO**

# ¿CUÁNTO SABE SOBRE SU EMPRESA?

Por favor, marque la respuesta correcta: 1. ¿Qué rubro atiende su empresa? Empresa comercial mayoristas ( ) Empresa comercial minorista ( ) Empresa de fabricación ( ) Empresa de servicios ( ) 2. ¿En el rubro que usted dirige, quiénes participan? Sólo usted ( ) Participa su familia ( ) Participan otras personas ( ) 3. ¿Qué tipo de producto o servicio ofrece a sus clientes? 4. ¿Qué características tienen sus clientes?

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

# Bibliografía consultada:

- González Pachón Sonia; Actitudes emprendedoras que facilitan el desarrollo de la persona y su negocio. Técnicas de venta; Publicación de la Universidad de Sabana; 2006.
- Guía para el desarrollo de Competencia Profesional para la Formación CEFE; Convenio MITINCI AECI
   COSUDE GTZ; 1998.
- Separata: Breve Historia de la Función Empresarial; autor desconocido.
- La cocina mejorada promoviendo el desarrollo, Historias de éxito en regiones del Perú Proyecto "Energía, Desarrollo y Vida EnDev" GIZ. Documentos internos.
- El Peruano, martes 2 de julio de 2013.

#### Fuentes en Internet:

- wikipedia.org/wiki/Entrepreneur (Modificada por última vez en febrero del 2008.)
- www.sisdeperu.com/cefe (Noviembre del 2007).
- http://www.cofide.com.pe/archivos/PRESENTACION\_SESION\_ORDINARIA\_N\_25\_CODEMYPE.pdf (CODEMyPE, sesión Ordinaria № 25, Julio 2013).

### Lecturas recomendadas:

- Baum, J. R., Locke, E.A.; The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth; Journal of Applied Psychology; 2004.
- Cano, C. J., García, J., Gea, A. B.; Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios; Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería y Consejo Social; 2003.
- Rubio, E.A.; Cordón, E., Agote, L.A.; Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa; 1999.

# Sesión 3 Organizandonos para la producción

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

# **OBJETIVOS**

# **QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Conozcan el funcionamiento de una organización productiva.
- Ensayen estrategias para el trabajo en equipo y para la producción.
- Conozcan las características emprendedoras de persistencia, eficiencia y planificación en la gestión de la producción o elaboración de productos.
- Desarrollen sus capacidades creativas para la innovación.

Tiempo de duración: 3 horas.

# ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

HORA INICIO	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes
	1. Hilo conductor	10′	<ul> <li>Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior</li> </ul>
	2. Vitalizador: "Dibujando y uniendo las partes del ser humano"	30′	<ul> <li>Descubran la importancia del trabajo organizado.</li> </ul>
	<ul> <li>3. Ejercicio:     Producción de maquetas     de cocina:         <ul> <li>Planificación</li> <li>Revisión y firma de             contrato</li> <li>Producción</li> <li>Control de calidad</li> </ul> </li> </ul>	10' 10' 20' 20'	<ul> <li>Desarrollen habilidades de rapidez y cumplimiento.</li> <li>Aprendan a elegir buenos materiales para que los resultados sean favorables.</li> <li>Reconozcan la importancia de hacer bien las cosas desde el inicio</li> </ul>
	Pausa	10′	Libre
	4. Procesamiento	25′	Compartan el ejercicio vivenciado
	5. Generalización	30′	Adquieran información complementaria y que refuercen lo trabajado
	6. Evaluación flash	15′	Destaquen lo asimilado en la sesión

# Organizandonos para la producción



1 Hilo Conductor

# Objetivo:

Que las y los participantes:

Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.

# **Materiales:**

Un papelógrafo y un plumón.

#### **Procedimiento:**

El equipo facilitador preguntará al grupo qué se realizó en la sesión anterior; seguidamente, se registrarán los aportes en el papelógrafo, resaltando las principales ideas del tema.



2 Vitalizador: "Dibujando y uniendo las partes del ser humano"

# **Objetivos:**

Que las y los participantes:

- Identifiquen las ventajas del trabajo basado en la organización.
- Valoren el trabajo en equipo.

#### **Materiales:**

Cuatro papelógrafos, plumones gruesos (uno por participante) y una cinta masking tape. Entregar a cada participante: un plumón y un papel tamaño A-5 (mitad de un A4).

#### Nota:

Si el total de participantes es superior a 16, se recomienda dividirlos en dos grupos para generar una mayor participación.

# Información general:

Este es un ejercicio que se realiza en dos vueltas.

La tarea consiste en que las y los participantes dibujen (individualmente) en el papel A-5, una parte del cuerpo humano, y luego se acerquen al papelógrafo (que se encuentra pegado en la pared) para juntar y pegar las piezas con cinta masking tape.

En la primera vuelta no se les brindará mayor información; luego se revisará y reflexionará sobre los resultados obtenidos. Seguidamente, se retomará el mismo ejercicio en la segunda vuelta: esta vez con información que el mismo grupo ha obtenido a partir del análisis de la primera vuelta o experiencia.

#### **Instrucciones:**

#### Primera vuelta

#### **Procedimiento:**

- Se organizarán dos grupos de trabajo; a cada integrante se le entregará una hoja A-5 en blanco y un plumón.
- Se les debe recordar que disponen de 5 minutos para hacer el dibujo.
- Pasado el tiempo tendrán un minuto adicional para acercarse al papelógrafo y dar forma al cuerpo humano pegándolo con cinta masking tape.

Concluido el ejercicio se observarán los rompecabezas (uno por cada grupo) y se iniciará una rápida rueda de intervenciones con las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se han sentido con el trabajo realizado?
- ¿Qué es lo que se ve?, ¿es realmente una figura humana?
- ¿Qué sucedió?, ¿por qué hemos tenido esos resultados?

#### Segunda vuelta

- Nuevamente a cada integrante de grupo se le entregará una hoja en blanco y un plumón.
- Seguidamente, se enuncia al conjunto la información siguiente:

"La tarea consiste en que dibujen en grupo las partes del ser humano. En este nuevo trabajo ustedes pueden usar los resultados de la primera vuelta para evitar cometer los errores de la experiencia anterior".

Se les recuerda que disponen de 5 minutos para hacer el trabajo.

Al finalizar el ejercicio las y los participantes se acercarán a la pared para unir y pegar las piezas del rompecabezas.

Paso seguido, el equipo facilitador colocará los rompecabezas de la primera vuelta al lado de los que fueron realizados en la segunda, y pedirá a las y los participantes que observen detenidamente los trabajos de los dos momentos.

Se iniciará una rápida rueda de intervenciones con las siguientes preguntas:

- ¿Cómo nos sentimos en esta nueva experiencia?
- ¿Qué es lo que vemos?
- ¿Qué hicieron para que sean estos los resultados?

El equipo facilitador realizará el proceso de devolución de los beneficios del trabajo organizado.



3 Trabajo grupal: "Producción de maquetas de cocina"

Que las y los participantes:

Identifiquen la importancia de una eficiente organización para elevar la calidad y los niveles de producción.

#### **Materiales:**

Cartulina, láminas de cartón, navajas, goma, cinta masking tape, cables, lanas, palitos baja lengua, mesas grandes, hilo de pescar, tijeras, pinceles, témperas o acuarelas y la fotocopia de hoja de contrato (ver anexo de contrato de producción).

# **Procedimiento:**

- Organizar subgrupos de trabajo. Cada uno deberá contar con 7 participantes como máximo.
- Cada grupo se ubicará en una mesa de trabajo y nombrará a su representante.
- A cada grupo se le preparará un paquete conteniendo los siguientes materiales: 2 pliegos de cartulina, 1 navaja, 1 pote de goma, 1 cinta masking tape, 1 hilo de pescar, 1 ovillo de lana, unos palitos baja lengua, 1 tijera, 2 pinceles, 2 tarritos de témperas o acuarelas, así como una fotocopia de la hoja de contrato (ver anexo de contrato de producción).

### Nota:

Colocar, en un lugar visible, otros materiales que puedan ser usados por los grupos.

Empleando un papelógrafo el equipo facilitador explicará las instrucciones.

# INSTRUCCIONES Producción de maquetas de cocina

Fase de planificación

Elaboración del prototipo 10 min.Firma de contrato 5 min.

• Fase de producción

Producción de las maquetas 20 min.

Fase de control de calidad

• Control de calidad 20 min.

Se explicará también los criterios de calidad del producto solicitados por el cliente.

# CRITERIOS DE CALIDAD Producción de maquetas de cocina:

Maqueta de cocina policroma.
 El precio por prototipo será: S/. 5.00 nuevos soles.

Modelo 1

Maqueta de cocina monocroma:
 Precio: S/. 2.50.00 nuevos soles

Modelo 2

# Reglas generales:

- Cada maqueta tendrá una medida de 20 centímetros de largo por 15 centímetros de alto.
- Los acabados tienen que ser exactamente iguales al modelo.
- Las maquetas tienen que tener pulcritud en su presentación.

Nota: Tener una muestra para cada tipo de modelo.

# Fase de la planificación

### **Procedimiento:**

Esta etapa servirá para que las y los participantes analicen su capacidad de producción, observen los materiales que requieren para el trabajo e identifiquen la cantidad de maquetas de cocina que van a producir.

- Se les indicará que disponen de 10 minutos para hacer la planificación de un trabajo de producción. En este tiempo, las y los participantes observarán los materiales y practicarán el trabajo a realizar. Podrán realizar las preguntas del caso al equipo facilitador.
- Al término de los 10 minutos, el grupo desarrollará la ficha del contrato, precisando la cantidad de maquetas a producir. La firma será realizada por quien represente al grupo.

#### Nota:

 Todos los grupos iniciarán la fase de planificación cuando así lo indique la voz del equipo facilitador.

# Fase de producción

# **Procedimiento:**

Al término de la planificación el equipo facilitador pasará por cada grupo para recoger el contrato firmado y hará entrega de un segundo taper de materiales para iniciar la fase de producción.

- Se iniciará esta fase recordándoles que disponen de 20 minutos para producir la cantidad de maquetas que se comprometieron a realizar en el contrato de producción.
- En esta etapa no podrán hacer preguntas ni solicitar material adicional.
- Al término del tiempo establecido se anuncia que deben dejar de producir, caso contrario será competencia desleal.

#### Nota:

- El equipo facilitador puede aprovechar este espacio para intentar distraer la atención de las y los participantes diciendo que alguien les está llamando (que les buscan del trabajo, etc.) y saber así sus maneras de reaccionar.
- La hoja de contrato servirá para ser usada en la etapa de control de calidad y recepción de la producción.

#### Fase del control de calidad

El control de calidad se realizará tomando como referencia los criterios de calidad establecidos. Si las maquetas de las cocinas no cumplen con estos requisitos, no serán aceptadas.

- El equipo facilitador pedirá a las y los participantes que se ubiquen alrededor del salón formando una media luna.
- Se iniciará el control de calidad dándoles la bienvenida y explicándoles el sentido de la fase de control de calidad (ver el ejemplo).
- Se llamará a cada grupo por medio del contrato de producción.

#### Nota:

 Realizar el control de calidad requiere contar con una persona adicional para que apoye en la recepción de los trabajos que presentarán los grupos, mientras el equipo facilitador anuncia públicamente si el producto es aceptado o no.

# Ejemplo:

Con voz fuerte se leerá el contrato de cada grupo de la siguiente manera:

La empresa "Colorida S.A.", representada por la señora Carmen Gonzáles, se comprometió a entregar 2 maquetas del modelo No 1.

El equipo facilitador —en tono cálido y amigable- le dice: "Señora Carmen, buenas tardes, qué gusto tenerla en nuestra empresa. Nos ha traído sus trabajos: a ver, vamos a revisar la calidad de cada uno de ellos".

El equipo facilitador toma una maqueta y la revisa cotejando con los requisitos de calidad y luego comenta: "qué linda maqueta..., a ver, tiene la medida solicitada, está limpia"; de repente se da cuenta que los colores no corresponden al diseño proporcionado; empieza a estirarla, ve que las partes se desarman y le dice a la señora:

"Carmen, ¿qué pasó?; esta maqueta no corresponde al diseño que te pedí, seguro que es de la competencia. No sé si será del agrado de mis clientes, por eso no te la puedo aceptar".

Para concluir, le dice a la señora: "Carmen, debes tener más cuidado con los materiales, no me puedo arriesgar; esto sería una pérdida para mi empresa".

Luego invita a la persona a tomar asiento.



4 Procesamiento

Que las y los participantes: Compartan el ejercicio vivenciado.

Al terminar el ejercicio, las y los participantes se ubican en semicírculo e intercambian la experiencia de acuerdo al siguiente orden (todos los aportes serán registrados en papelógrafos).

# a. Compartir los sentimientos

¿Cómo se sintieron en la experiencia? (Se tomará nota en el papelógrafo.)

#### b. Reconocer qué sucedió

- ¿Cómo se sintieron al ver que sus trabajos eran rechazados?
- ¿Cómo se sintieron al ver que sus trabajos eran aceptados?
- ¿Cómo trabajaron para que los resultados sean favorables?
- ¿Qué lecciones nos deja este ejercicio?

## Nota:

El equipo facilitador deberá estar atento a las reacciones de las y los participantes, puede que no se sientan bien luego de los resultados del ejercicio simulado, ante ello se les debe decir que el ejercicio es un medio para analizar cómo estamos actuando ante situaciones "tipo" que se presentan, por ello, debemos aprender al máximo, hay que extraer las lecciones de esta experiencia y no quedarnos solo en los resultados del "juego".



5 Generalización

Que las y los participantes:

Adquieran información complementaria que refuerce lo trabajado en la sesión.



6 Evaluación flash

Que las y los participantes Destaquen lo asimilado en la sesión.

# **Procedimiento:**

- El equipo facilitador iniciará el proceso final del taller realizando la siguiente pregunta:
- ¿Qué les ha parecido la sesión del día?
- Las y los participantes darán su parecer de manera breve.

Finalmente se les agradecerá por su participación y se les invitará para la siguiente sesión.

# **CONTRATO**

Por medio del presente contrato la empresa: (Poner nombre de la empresa)
Se compromete a entregar: (poner la cantidad); en un plazo máximo de 20 minutos.
Nombre y firma de la persona representante

Lima, 12 de diciembre de 2014

# INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

# I. LA ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

# 1.1. Estrategias para el trabajo en grupo:

# ¿Quién lidera un grupo productivo?

El grupo productivo es liderado por una persona con mayor conocimiento del producto o servicio que brinda su organización productiva. Es la persona más preparada en gestión y técnicamente, capaz de dirigir y controlar todo el proceso productivo.

Es la responsable de organizar la convocatoria cuando hay pedidos de producción, es una persona con gran motivación por progresar. Un o una líder no nace, se hace en el entorno en que se desarrolla, su comunidad.

"Hemos tomado la decisión de dar trabajo
a las mujeres considerando que tienen
talento para este tipo de trabajo y sobre
todo que son más responsables, poco a poco
van ganando experiencia y perfeccionándose en el
trabajo que realizan, incluso tienen una mayor predisposición
darle un mejor acabado a los accesorios", nos comenta la empresaria Yolanda.

a

#### ¿Qué es el grupo de producción?

El grupo de producción está integrado por personas que se reúnen para trabajar conjuntamente y recibir la asesoría (especificaciones técnicas) de parte de su líder, así como los materiales necesarios para la producción. Obtienen un ingreso económico por el trabajo que realizan, se ayudan entre sí. En la organización productiva pueden presentarse conflictos cuando no hay relaciones de trato igualitario o de equidad al interior del grupo.

## 1.2 Actividades que le permitirán ser más eficiente9:

### Guardar y manipular eficazmente los materiales:

- El almacenar y manipular mercadería para comercializar o materia prima para producir es parte de la actividad diaria. El tener un orden estableciendo, un lugar para cada cosa, nos va a permitir ubicar mercadería con mayor facilidad y por tanto ser más eficiente en nuestras labores.
- Si trabaja en el área productiva evite tener mercadería en exceso y no la coloque en los espacios destinados para producir; lo único que ocasionará esto es ineficiencia en el proceso y riesgo de que pueda perder parte de esa mercadería por no tener un adecuado control.

 Si su problema es de espacio, trate de optimizar el área aprovechando el espacio aéreo (repisa con diferentes medidas, colgadores, altillos...).



- Aproveche al máximo la luz natural, pero evitando el resplandor y las sombras. Si el ambiente de trabajo no cuenta con la iluminación natural suficiente, una buena alternativa es colocar fluorescentes a una altura de 1.20 metros de la mesa de trabajo.
- Trate que las paredes sean de color adecuado para la tarea
- Si requiere de instalaciones eléctricas, verifique que estas cuenten con la seguridad del caso.

#### **Evite movimientos innecesarios**

- En la medida que pueda producir la mayor cantidad de productos en un menor tiempo, estará utilizando mejor sus recursos y reduciendo sus costos. Por ello es importantísimo que logre facilitar los movimientos para evitar la fatiga y elevar la eficiencia.
- No haga movimientos bruscos de dirección o paradas.
- Los movimientos de brazos hágalos simultáneamente, comenzando y terminando al mismo tiempo.
- Desarrolle siempre el mismo procedimiento en el momento de elaborar sus productos para ir familiarizándose con el proceso y hacerlo cada vez con mayor rapidez.
- Si requiere de máquinas, verifique su normal funcionamiento.

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Basado en la Guía para la Acción . ¿Cómo mejorar las condiciones de trabajo y la productividad en la industria / Oficina Internacional del Trabajo Ginebra. (2006).

- Distribuya sus máquinas, mesas de trabajo, o equipos que requiere para su producción de acuerdo a la secuencia de operaciones que realiza con mayor frecuencia.
- Establezca un plan de trabajo; esto le permitirá manejar mejor los costos de la mano de obra.
   Establezca metas de producción. Analice junto con los encargados de la producción métodos exitosos anteriormente utilizados y que se puedan aplicar.

# II. IMPORTANCIA DE LA EFICIENCIA EN LA EMPRESA.

- El mercado actual mundial es cada vez más exigente como consecuencia de la apertura a las exportaciones e importaciones. Esto quiere decir que no solamente competimos con otras empresas productoras o comercializadoras de nuestra zona, sino que además existen otros países que podrían estar produciendo cosas iguales o similares a las nuestras y tal vez con algunas otras ventajas.
- En tal sentido resulta necesario que logremos desarrollar producto o servicios que se diferencie de los demás, que satisfaga a los clientes y tengan un costo atractivo.
- Para que el trabajo sea más eficiente, cumpla con los objetivos planteados en el tiempo estipulado. Si su empresa es integrada por más de una persona, establezca responsabilidades y tareas concretas.

"LA SOLIDEZ DE UNA EMPRESA SE LOGRA CON LA EFICIENCIA DE SUS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS"

# III. LA ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA

Es muy importante, sobre todo en las pequeñas y medianas empresas, mantener una organización y un orden ya que, normalmente, este es precisamente uno de los factores que hace que fracasen.

Una empresa desorganizada provocará en su gestión los siguientes problemas:

- Repetición de acciones por personas distintas que no aprovechan lo realizado por otras.
- Los eternos **malentendidos**. Una mala coordinación en la empresa lleva acarreados los constantes malentendidos o, si nos ponemos a pensar mal, los extraños equívocos. "Yo creía que..."; "Pensaba que eso lo había hecho fulanito..."; "¿Pero a mí me tocaba eso?
- El **personal imprescindible.** Con este tipo de empresas desorganizadas es muy fácil caer en que cuando alguien falta todo se desmorona, dejando evidenciar que contamos con personas convertidas en imprescindibles para la empresa.

• Falta de **motivación**. En este caso, el personal acaba por convertirse en una isla donde no ve el apoyo de nadie y tampoco le brinda apoyo a quien lo necesita.

Las empresas hacen visibles la falta de organización, así como cada uno de los errores que se comete y que, seguro, cuesta dinero y tiempo. Para evitarlo, realice un análisis de las actividades diarias, analice y comience a configurar las funciones de cada responsable.

# IV. IMPORTANCIA DEL TRABAJO ORGANIZADO

Es muy importante adelantar procesos de ORGANIZACIÓN, más aún cuando se produce. Con esto puede ganar eficiencia y cumplir con las metas propuestas al distribuir las actividades a través de un cronograma.

Para iniciar el trabajo de programación tenga en cuenta cómo, cuándo y dónde se hará y, por último, con quién se cuenta para realizarlo.

Luego, realice un gráfico en el que se ubique las principales actividades a realizar y el tiempo que calcula se demorará. Esto le permitirá visualizar los avances.

También se deberá tener en cuenta si lo que va a producir será para almacenarlo o si por el contrario se trabajará sobre pedido.

En el caso de que sea sobre pedido, esta producción tiene algunas características muy ventajosas:

- Cuenta con clientela asegurada.
- Se planea la producción a corto plazo.
- No se necesitan grandes inventarios de materia prima.
- El almacenaje de productos terminados es cero.

Si piensa producir para almacenar, tendrá los productos a la espera de que un cliente lo solicite. Podrá sacar las siguientes ventas:

- Las personas que lo elaboran se podrán especializar.
- Puede hacer una planificación a mediano plazo.
- Puede obtener más descuento si compra más cantidad de materia prima.

El riesgo es que no se tiene la seguridad de cuánto se va a demorar en poder vender; por tanto, se recomienda no tener grandes cantidades de mercadería.

Por último, se recomienda practicar la observación al detalle de los tiempos que necesitan para la producción; no se puede planear correctamente si no se cuenta con esa información; es decir, necesita controlar los promedios que maneja su producción.

El trabajo organizado

- Rompa la monotonía y mantenga a las personas más atentas y productivas que forman parte de su empresa.
- Equilibre la carga de trabajo.
- Si su empresa lo integran varias personas, cree grupos de trabajo.
- Organice la parte productiva o de comercialización acorde a las exigencias de sus clientes.
- Desarrolle lazos de solidaridad para que respondan en todo momento y en tiempos de urgencia.
- Comparta funciones en el hogar para tener tiempo y dedicarse mejor al trabajo.
- Prepare al personal, nivele sus conocimientos y destrezas en las técnicas que solicita la empresa o clientes.
- Comunique los avances y fije plazos para el cumplimiento del trabajo.
- Informe al personal sobre la fecha de pago, según las condiciones acordadas con la empresa o con los clientes.
- Entregue a los integrantes de su organización -con anticipación- los materiales para la producción.
- Supervise el trabajo del personal frecuentemente; el personal debe presentar avances del trabajo realizado.

# Para planificar su empresa hágase las siguientes preguntas:

- ¿Dónde estoy ahora?
- ¿Dónde quiero ir?
- ¿Qué voy a hacer ahí?
- ¿Cómo asegurarme de llegar ahí?
- ¿Cuánto tiempo me va a costar llegar?

"Planificar una empresa es como Planificar un viaje"

# Persistencia

Comportamientos recomendables para desarrollar la persistencia:

- Toma acción frente a un gran desafío
- Toma acciones repetidas o cambia de estrategia para hacerle frente a un reto o para superar obstáculos
- Responsabilízate por hacer todo lo necesario para alcanzar tus metas y objetivos

"No rendirse cuando se tropieza con obstáculos"

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

#### Bibliografía consultada:

- Guía para la Acción. ¿Cómo mejorar las condiciones de trabajo y la productividad en la industria?; Oficina Internacional del Trabajo; Ginebra, 2006.
- Everett E., Adam Jr., Ronald J., Ebert; Administración de la producción y las operaciones; Cuarta Edición; Editorial Prentice Hall; 1991.
- William B., Werther Jr., Keith Davis; Administración de personal y recursos humanos; Editorial Mc Graw Hill; Tercera Edición; 1991.
- La cocina mejorada promoviendo el desarrollo, Historias de éxito en regiones del Perú Proyecto "Energía, Desarrollo y Vida EnDev" Gyz, Documentos internos.

#### Fuentes en Internet:

- Jomare; Importancia de la misión, visión y plan de vida. Publicado en noviembre del 2007 en la página Web: www.lajornadamorelos.com
- www.infor.cl/webinfor/pw-sistemagestion/mg\_03/comercia/txt/05-01.htm
- http://es.clearharmony.net/articles/200612/8244.html

# Sesión 4 Orientando nuestros productos al mercado

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

#### **OBJETIVOS**

#### **QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Aprendan a observar el mercado y orientarse hacia él.
- Conozcan el comportamiento de las/os consumidores/as y la competencia.
- Estimulen su creatividad y desarrollen la capacidad para la búsqueda de información para el trabajo que realizan.

Tiempo de duración: 3 horas.

#### ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

HORA INICIO	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes		
	1. Hilo conductor	10′	<ul> <li>Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.</li> </ul>		
	<ol><li>Vitalizador: "Sansón, Dalila y el león"</li></ol>	10′	<ul> <li>Participen en un ambiente agradable para el intercambio.</li> </ul>		
	3. Dinámica: "Las lanchas"	10'	Se organicen en grupos de trabajo.		
	<ul> <li>4. Trabajo grupal:     "Mercado de utensilios para cocina mejorada"     • Presentar las instrucciones al grupo.     • Analizar los recursos (planificar).     • Elaborar el producto.</li> </ul>	10' 10' 30'	<ul> <li>Reconozcan, a través de la vivencia, la dinámica del mercado y a los agentes que intervienen en él.</li> </ul>		
	Pausa	10'	Libre		
	(Continúa:) Comercializar el producto elaborado.	20′			
	<ol><li>Procesamiento de la información.</li></ol>	30′	<ul> <li>Compartan el ejercicio vivenciado.</li> </ul>		
	6. Generalización.	20′	<ul> <li>Obtengan información complementaria que refuerce lo trabajado.</li> </ul>		
	7. Evaluación flash.	20′	<ul> <li>Brinden opinión respecto de la sesión realizada.</li> </ul>		

# Orientando nuestros productos al mercado



1 Hilo Conductor

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.

#### **Materiales:**

• Un papelógrafo y un plumón.

Se preguntará al grupo qué fue lo que se realizó en la sesión anterior y se anotará lo dicho en el rotafolio. Al final, si hubiera algún tema no mencionado por las y los participantes, el equipo facilitador lo podrá presentar. También es posible que surjan algunas dudas sobre los diferentes puntos de vista; en este caso se debe tomar un tiempo para discutirlas.



2 Vitalizador: "Sansón, Dalila y el león"

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Interactúen en un espacio agradable para la participación.

#### **Procedimiento:**

Se divide al grupo en dos y se pide mucha atención para que puedan entender las instrucciones.

Se puede iniciar el ejercicio comentando de qué trata la historia y explicando que cada grupo deberá apostar por uno de los personajes: Sansón, Dalila o el león. La decisión será rápida y secreta. Pasado el minuto, cada grupo dará a conocer al personaje elegido, haciendo la mímica característica de cada personaje.

#### Ejemplo:

Dalila = coquetería Sansón = fuerza León = bravura

El juego deberá realizarse rápidamente y hasta 4 veces como máximo.

#### Notas:

- El equipo facilitador elegirá (en secreto) a dos personas del grupo para que realicen el papel de compra al final del ejercicio del "mini mercado" (ejercicio número 4).
- Las personas elegidas no participarán en la dinámica de "las lanchas" ni en la totalidad del ejercicio del "mini mercado" (sólo lo harán al final).



3 Dinámica: "Las Lanchas"

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

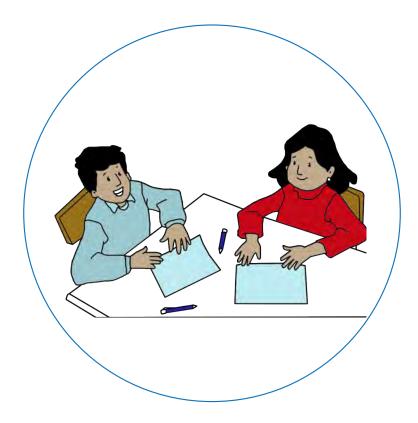
Se organicen en grupos para la realización del trabajo.

#### **Procedimiento:**

Se pedirá a las personas que imaginen que están viajando en un barco, cómodamente. De pronto, aparece una gran ola que los inunda. Para sobrevivir tienen que juntarse entre sí, cuando lo indique la voz de la persona que está conduciendo la dinámica.

#### Ejemplo:

Quien conduce la dinámica dirá: "Rema, rema, remadora". Para ello, las y los participantes estarán caminando indistintamente en el salón. Luego, quien conduce dirá: "¡Si quieren salvarse tendrán que juntarse de a dos!"; las personas se juntarán de a 2 (en la dinámica no hay perdedores porque el objetivo es formar grupos). Posteriormente, pedirá que se junten en grupos de 4 y luego de 6, quedando así conformados los grupos de trabajo.



4 Trabajo grupal: "Mercado de utensilios para cocina mejorada"

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Reconozcan la dinámica del mercado de la publicidad y a los agentes que intervienen en él.

#### **Materiales:**

 Materiales de desecho: lanas, botones, retazos de tela, tijeras, agujas, hilos de coser, retazos de tela, globos, alfileres, lentejuelas, goma, papel lustre, platos descartables, palitos de chupete, cartulina, etc., y una cantidad de mesas suficientes de acuerdo al número de grupos.

#### Nota:

 El equipo facilitador deberá tener preparada una mesa grande, ubicada en un lugar accesible para las y los participantes, y sobre ella todos los materiales indicados; las mesas restantes serán ubicadas dentro del ambiente de la capacitación.

#### **Instrucciones:**

Información para las personas encargadas de las compras

El equipo facilitador informará, con mucha discreción, a las personas que realizarán el papel de compradores/as de utensilios¹º lo siguiente:

- La compra de los utilitarios se efectuará con dinero de verdad (se les puede entregar S/. 5.00 nuevos soles) a cada persona para realizar la compra.
- El servicio a comprar tendrá que ser real y de utilidad.
- Regatearán el precio.
- Elegirán el producto por su originalidad y/o por poseer un rasgo único que lo haga atractivo.

#### Nota

Las personas elegidas para esta tarea deberán, por lo menos, comprar un producto.

#### Información para los grupos

Conservando los grupos de la dinámica "las lanchas", el equipo facilitador proporcionará la siguiente información:

El ejercicio consta de tres momentos: el primero es la planificación; el segundo, la producción; y, el tercero, la venta o comercialización de lo producido.

A continuación se detalla en qué consiste cada momento:

#### Planificación (tiempo: 10 minutos)

El primer momento consiste en que los grupos piensen, se organicen y decidan en el tipo de utilitario para cocina mejorada que confeccionarán en un lapso de tiempo de 30 minutos. Este trabajo requerirá de mucha creatividad, y lo realizarán empleando sólo los materiales de desecho que encontrarán sobre la mesa.

Criterios para realizar la planificación:

- Todos los grupos tendrán 10 minutos para "observar" los materiales que van a utilizar y para realizar la planificación de la producción (deberán organizarse internamente por funciones).
- El producto elaborado deberá ser realizado por el grupo.
- Los productos a vender tienen que ser reales y de utilidad.
- El precio base del producto será de S/. 5.00 (cinco nuevos soles).
- Tendrán 30 minutos para elaborar el producto.
- También se les dirá que habrán algunas personas que se acercarán a realizar la compra (procurar no dar más información, a menos que lo pidan).

#### Nota:

 Luego, el equipo facilitador invitará a los grupos a que se acerquen a la mesa para observar los materiales y piensen lo que pueden hacer. Nadie deberá llevarse nada.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Entenderemos por utensillio a un objeto de utilidad en el espacio de la cocina mejorada que ayuda a la persona que realiza labores dentro de este espacio.

#### Elaboración del producto o utilitario (tiempo: 30 minutos)

En el segundo momento, el equipo facilitador invitará a que los grupos se acerquen a la mesa y tomen los materiales necesarios para elaborar aquello que pensaron en la etapa de la planificación.

#### Organización y venta del utilitario (tiempo: 20 minutos)

Al finalizar el tiempo de la producción, tendrán que organizarse para la exhibición y venta de sus productos. En este momento intervienen las personas que realizarán la compra.

A continuación se presentarán las instrucciones y los tiempos en un papelógrafo.

	INSTRUCCIONES	
•	Presentar las instrucciones y organizarse en subgrupos	10'
•	Analizar los recursos y planificar	10'
•	Elaborar el utilitario	30'
•	Organizar y realizar la venta	20'



5 Procesamiento de la información

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Destaquen los aspectos que contribuyeron a lograr el objetivo desde la planificación hasta la producción y la venta.

#### **Procedimiento:**

En base a las opiniones brindadas, el equipo facilitador realizará el procesamiento de los tres momentos en que se realizó el ejercicio:

- Planificación
- Producción
- Comercialización

#### a. Compartir los sentimientos

Formular la pregunta:

¿Cómo se sintieron en la experiencia? (Se tomará nota de las respuestas en el papelógrafo).

#### b. Reconocer qué sucedió

#### Preguntas para las personas que realizaron la compra:

- ¿Cuáles fueron sus criterios antes de realizar la compra?
- ¿Qué fue lo que más les gustó de quienes realizaban las ventas?
- ¿Qué fue lo que más les disgustó de quienes realizaban las ventas?
- ¿Por qué compró finalmente el producto?

#### Preguntas para las personas productoras que no lograron vender su producto:

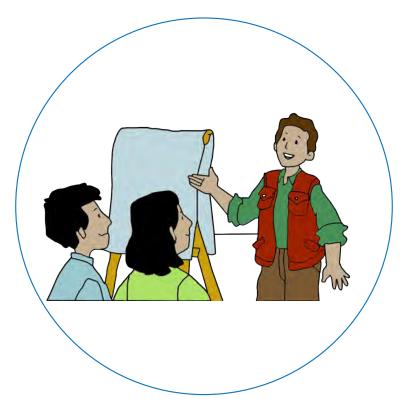
- ¿Cómo planificaron la producción?
  - En relación a los materiales
  - En relación al tipo de producto a elaborar
  - Sobre la organización para el trabajo
- ¿Cómo realizaron el trabajo?
  - ¿Se cumplieron las funciones asignadas?
  - ¿Qué aspectos dificultaron la producción?
- ¿Cómo realizaron la venta?
- ¿Qué ideas tenían de la persona que realizaría la compra?

#### Preguntas para los grupos que lograron vender su producto:

Siguiendo los mismos criterios anteriores, preguntar qué pasó y por qué creen que lograron su objetivo en la venta.

Nota:

Las respuestas deberán ser registradas en papelógrafos.



6 Generalización

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Reciban información complementaria que refuerce lo trabajado en el ejercicio.

A partir de la información recogida en los papelógrafos, el equipo facilitador hará una síntesis y brindará información adicional sobre el tema. Ver anexo (páginas 72 y 76).



7 Evaluación Flash

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Retroalimenten con sus opiniones al equipo facilitador respecto a la sesión del día.

#### **Procedimiento:**

Las y los participantes responderán, con una sola palabra, sobre su parecer respecto al taller llevado a cabo.

#### ¿Qué les ha parecido la sesión del día?

Finalmente, se les agradecerá por su participación y se les invitará a la siguiente sesión.

### INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

# I. EL MERCADEO Y SU INFLUENCIA PARA LA VENTA DE MIS PRODUCTOS O SERVICIOS<sup>11</sup>

#### 1.1 ¿QUÉ ES EL MERCADO Y LA VENTA?

El mercadeo o mercadotecnia es una actividad humana cuya finalidad consiste en satisfacer los deseos y necesidades de quienes consumen un producto (bien o servicio).

Pero para satisfacer las necesidades del cliente, es necesario conocerlo y así darle el producto que esta buscando, al precio que deseaba y con las ventajas que no las encontrará en el producto de la competencia.

Es necesario que alguien promueva las ventajas y características del producto, bien o servicio: para esto existe la VENTA. La persona que realice la venta deberá estar capacitada para presentarse ante su cliente, informar, persuadir y satisfacer a su futura o futuro comprador.

#### 1.2 ¿QUIÉN ES MI CLIENTE?

Es la persona que decide lo que va a comprar y dónde lo va a comprar. Se toma su tiempo para buscar el producto que necesita; es decir, que satisfaga completamente sus exigencias en calidad, precio, facilidad de acceso, servicio, etc. Aquella empresa que le ofrezca todo lo que necesite será la que obtenga no una compra, sino un o una cliente fiel y leal. Es por ello que el primer tema de mercadeo se orienta al conocimiento del cliente.

Antes de lanzar un producto al mercado, deténgase a analizar a quién lo va a dirigir. Recuerde que un cliente no es aquel que le compró una vez y nunca más regresa, sino quien repite su compra porque se siente satisfecho con el producto. Lo que se pretende conseguir son clientes, no compradores esporádicos.

Las y los propietarios de empresas de cocinas mejoradas tienen tres tipos de clientes diferenciados y a quienes frecuentan para ofrecerles sus productos, sus clientes son: las empresas, las personas naturales, autoridades de gobiernos locales y regionales. Dirigen a cada uno de ellos estrategias específicas para lograr sus objetivos de venta, estas son:

- A las empresas: llegan a presentar sus productos mediante maquetas demostrativas.
- A las personas naturales: mediante ferias y visitas a organizaciones de base, emplean spots publicitarios.
- A las Municipalidad: mediante visitas para sensibilizarlos sobre la necesidad y los beneficios de la instalación de las cocinas mejoradas.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Manuales CEFE y PROGESTIÖN complementado con materiales de Punto Consultores SCRL.

#### 1.3 ¿QUÉ ES EL PRODUCTO?

El producto es un bien o servicio capaz de satisfacer las necesidades de las y los compradores y que tiene valor para quien lo adquiere.

Las y los clientes tienen las siguientes características:

- Tienen gustos específicos y diferenciados.
- Exigen calidad, limpieza y puntualidad en la entrega.
- Exigen producción estándar (productos con las mismas características: medidas, colores, diseños, etc.).

#### 1.4 ¿CÓMO PUEDO SEGMENTAR EL MERCADO?

#### Determinación del publico objetivo

Para cada tipo de cliente existen estrategias distintas. No trate de abarcar a muchos grupos, pues no va a poder satisfacer ninguno, más se demorará en convencer que en vender.

Especialícese en uno y después piense en crecer.

La definición del tipo de clientes que voy a atender (segmentación), puede realizarse de la siguiente manera:

#### Tipo de consumidor

Consumidor final o intermediario.

#### Segmentación demográfica

Edad, sexo, ocupación, localización geográfica, nivel de ingresos, actitudes.

#### Motivos de compra

Se refieren al precio, calidad, preferencia de comidas, prestigio, etc. Si posee un punto de venta, analice estos factores para poder conocer a fondo a su cliente y brindarle lo que busca.

#### 1.5 ¿CÓMO ME MANTENGO EN EL MERCADO?

Cada vez se vuelve más difícil acceder al mercado. La competencia incrementa cada día y son muy pocos/ as quienes llegan a destacar y triunfar.

Toda empresa debe identificar a qué tipo de clientes se va a dirigir ver en qué grupo puede resaltar y vender.

Julián Castro frente a esta situación expresa que está seguro de que cuando se termina una oportunidad se inicia otra, así que analiza: "Trabajar con el Estado de un lado da seguridad respecto al pago, de otro lado uno tiene que considerar que uno no sabe cuánto tiempo va ser tu cliente ... tendré que invertir algo más en publicidad para captar a nuevos clientes".

#### **Recomendaciones:**

- Es conveniente que la empresa tenga tarjetas de presentación. Si el local es de difícil acceso, incorpore un mapa.
- Tenga un formato de cotización. El formato debe contener: nombre de la empresa, RUC, teléfono, dirección, detalle del producto o servicio, duración de la cotización, algún servicio adicional (como entrega a domicilio, etc.).
- Es conveniente que al momento de vender, además de ser cordiales y amables con el cliente, obtenga los teléfonos en los que se les pueda ubicar, de manera que vaya formando su cartera de clientes.
- Adorne su puesto de acuerdo al producto o servicio que ofrece.
- Resalte el cumplimiento y la puntualidad de entregas de pedidos.
- El/a cliente siempre debe quedar satisfecho con nuestro producto y nuestro servicio; por lo tanto, debe ser asequible a cambios, devoluciones y sugerencias sobre nuestros productos.

El/a microempresario/a le da una "garantía" a su producto, lo que implica que se dirige gratuitamente a la casa de su cliente para realizar el mantenimiento de la cocina mejorada en caso que este lo desee o necesite, dando de tal forma un valor agregado a su producto.

#### 1.5.1. Estrategias de promoción personalizada, directa y comunitaria

Las características del mercado rural con poblaciones de bajos ingresos demandan un sistema de venta de productos que haga uso de los mismos canales de intercambio y distribución ya existentes en las comunidades.

Basándonos en el estudio de tesis de Martínez de Sucre, podemos considerar que las estrategias de promoción en sectores de bajos ingresos deberán ser más personalizadas y comunitarias, considerando lo siguiente:

- Aprovechar las formas de organización comunal para alimentar las relaciones con autoridades y líderes comunales que pueden generar incidencia en su entorno. Pese a la formalidad de su función, muchas veces las o los alcaldes no son quienes tienen mayor liderazgo en la comunidad, por lo que será importante conocer la dinámica de relacionamiento interno para vincularse con las personas más apropiadas y generar alianzas.
- El acercamiento entre quien vende y quien compra deberá ser personalizado a través del contacto directo, cara a cara, que permita la comprensión de los beneficios del producto.
- La dinámica no es tan solo de quien vende o quien compra, siendo este último únicamente el beneficiario o consumidor, en estos espacios comunitarios el o la consumidor/a puede tener una participación más activa, asumiendo un rol que le permita la mejor adquisición o distribución del producto en la comunidad, así como su mantenimiento.
- Se deberá tomar en cuenta espacios como reuniones, mercados, ferias o plazas que ya estén establecidos como canales de intercambio y puedan ser aprovechados, incluyéndose en la misma dinámica comunal.
- Así también, si se tiene involucrado con la importancia del producto a autoridades o lideres de influencia, puede organizarse una reunión exclusiva para presentar el producto y buscar una venta por volumen a nivel comunitario.
- En espacios donde los canales son menos formales y las relaciones menos jerárquicas los "contratos" se basan en los valores de confianza, cooperación y colaboración.

En este sentido, lo que se conoce en el marketing como venta directa: "canal de distribución y comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores, mediante la demostración o explicación personalizada por parte de un representante de la empresa"<sup>13</sup>, sería una forma apropiada de aproximación a los mercados rurales y de bajos ingresos; sobre todo si el producto tiene una elaboración compleja que requiere experiencia personalizada para facilitar su acceso y comprensión.

Sin embargo, cabe resaltar, que en situaciones en las cuales el producto ya ha ganado legitimidad gracias a otras instituciones o programas sociales -como es el caso de la cocina mejorada en la zona de Andahuaylas y Chincheros- deberá ser parte de la estrategia el uso de medios de comunicación masiva que den a conocer únicamente el nombre y

datos de contacto de la empresa, aprovechando que el proceso de información y sensibilización ya se ha hecho en importante medida.

#### II. MERCADEO SIN PRESUPUESTO, UN ENFOQUE PARA LA EMPRESA

No necesita de grandes capitales para lograr resultados en la gestión de su empresa. Mercadeo sin presupuesto quiere decir que con imaginación y un poco de dinero bien invertido se pueden lograr grandes resultados.

# 2.1 ¿QUÉ ACCIONES DEBO TOMAR PARA SER RECONOCIDO COMO UNA EMPRESA DE PRESTIGIO?

- Al escoger el nombre de su empresa asegúrese que exprese el servicio que va a brindar o lo que producirá.
- Mantenga limpia la fachada o el espacio que utiliza y, de preferencia, con un aviso que identifique a la empresa.
- El horario de atención debe estar en función a los clientes, así como a los días y las horas en los que ellos esperan ser atendidos.

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> MARTINEZ DE SUCRE, María del Socorro. 2010. Estrategias de marketing en la base de la pirámide. Segmentación, distribución y co-creación de valor. Tesis de Licenciatura en Contador público. Victoria: Universidad de San Andrés. P. http://hdl.handle.net/10908/646

- Si cuenta con teléfono, es de vital importancia que todos lo contesten con mucha amabilidad y cortesía y que se encuentren bien informados sobre los principales aspectos de la compañía, para que puedan atender adecuadamente y con precisión a las personas que llaman.
- Tome las quejas y las críticas de manera positiva y con todo respeto, sin exaltarse ni recriminar al cliente por lo expresado.
- Busque información acerca de las y los clientes, proveedores y competidores/as. Consulte con especialistas.
- Busque siempre más posibilidades que beneficien su empresa y trate siempre de incrementar sus conocimientos.

#### 2.2 ¿QUÉ ACCIONES DEBO TOMAR PARA INCREMENTAR MIS VENTAS?

- Logre desarrollar un mejor producto.
- Conozca lo que prefiere el mercado.
- Desarrolle un servicio de postventa.
- Concéntrese en un sólo tipo de cliente.
- Tenga pocos distribuidores.
- No exceda el número de modelos
- Sea una persona cumplida.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

#### Bibliografía consultada:

- Sánchez Yábar Guido; Para ganar y vender más: El Marketing en las Pequeñas Empresas; Colección PYME 3; Perú, 2002.
- Manuales CEFE y Pregestión; Perú, 2005.

#### Documentos internos.

 María del Socorro Martínez de Sucre; Plan de comunicación empresa de instalación de cocinas mejoradas GIZ 2010.

#### Lecturas Recomendadas:

- Philip Kotler; Mercadotecnia aplicada; Tercera Edición PRENTICE -HALL HISPANOAMERICANA, S.A.;
   1989.
- Jorge Hermida, Roberto Serra, Eduardo Kastika; Administración y Estrategia; Ediciones Macchi; 1994.

# Sesión 5 Controlando la calidad de nuestros productos

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

#### **OBJETIVOS**

#### **QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Valoren el papel de la calidad en productos bien hechos.
- Analicen las condiciones del ambiente de trabajo y su influencia en la calidad del producto.
- Se entrenen en realizar labores de seguimiento y control de calidad a partir de un producto elaborado en la capacitación.

Tiempo de duración: 3 horas.

#### ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

HORA INICIO	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes	
	Hilo conductor :     Lluvia de ideas	10′	<ul> <li>Destaquen los elementos centrales de la sesión anterior</li> </ul>	
	2. Vitalizador: "Simón Manda"	10′	Compartan un clima agradable para el intercambio	
	<ul> <li>3. Trabajo grupal: Mini cajitas de embalaje para cocinas mejoradas.</li> <li>Distribución de materiales</li> <li>Instrucciones</li> <li>Planificación</li> <li>Producción</li> <li>Control de calidad</li> </ul>	10' 10' 20' 30' 20'	<ul> <li>Desarrollen habilidades de rapidez y cumplimiento</li> <li>Elijan buenos materiales para que los resultados sean favorables</li> <li>Reconozcan la importancia de hacer bien las cosas desde el principio</li> </ul>	
	Pausa	5′	Relajarse.	
	4. Procesamiento	25′	Compartan el ejercicio vivenciado	
	5. Generalización	25′	<ul> <li>Reciban información complementaria al tema</li> </ul>	
	6. Evaluación	15′	<ul> <li>Faciliten información para mejorar próximas sesiones</li> </ul>	

# Controlando la calidad de nuestros productos



1 Hilo conductor

#### Objetivos:

Que las y los participantes:

- Destaquen los temas más importantes realizados en la sesión anterior.
- Socialicen los aprendizajes adquiridos.

#### Materiales:

Papelógrafos, cinta masking tape y plumones gruesos de varios colores.

#### Procedimiento:

Mediante la técnica "lluvia de ideas" se invitará a todas las personas a participar respondiendo la siguiente pregunta:

¿Qué mensaje nos dejó la sesión anterior?

Todas las intervenciones se registrarán en el papelógrafo.



2 Vitalizador: "Simón manda"

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Compartan un clima agradable para el intercambio.

#### Procedimiento:

El equipo facilitador explicará la realización de una dinámica bastante rápida y pedirá a las personas que presten mucha atención.

La persona encargada de facilitar la dinámica hará el papel de "Simón" o "Simona", que es como el rey o la reyna, a quien se le "debe obediencia".

#### Ejemplo:

Simona pide que levanten la mano derecha (el grupo hace caso); pide que se den un abrazo, de igual manera. En el trasncurso de la dinámica, Simona tratará de generar confusión; la persona que pierda saldrá al frente y hará el papel de Simón o Simona.



3 Trabajo grupal: "Mini cajitas de embalaje para cocinas mejoradas"

#### Objetivos:

#### Que los y las participantes:

- Desarrollen habilidades de rapidez y cumplimiento.
- Elijan buenos materiales para que los resultados sean favorables.
- Reconozcan la importancia de hacer bien las cosas desde el principio.

#### Materiales:

Un rotafolio, papelógrafos, mesas, tijeras, pliegos de cartulina o cartón, cintas masking tape, tarros de goma de ¼ de litro, lápices, reglas, pliegos de papel de regalo, trozos de lazos de ½ metro para la caja de regalo; formularios de contrato de producción, hojas de planificación, hojas de indicadores (de acuerdo al anexo de las páginas 121, 122 y 123).

#### Nota:

En esta oportunidad se producirán "mini cajas de embalaje para cocinas mejoradas", pero se pueden elaborar otro tipo de productos, por ejemplo: cuadernillos, sobres, etc. En todo caso, se deberá adaptar las siguientes instrucciones de acuerdo a cada caso.

#### Procedimiento:

El equipo facilitador presentará el contexto en el que se realiza el ejercicio.

#### Ejemplo:

"La empresa comercializadora "Cajitas" ha averiguado que en Huaycán, existen empresas que se dedican a la elaboración artesanal de cajas de embalaje para cocinas mejoradas y que lo hacen muy bien; por lo que está interesada en cerrar un contrato con algunas de ellas. Por su parte, las empresas de Huaycán quieren trabajar en ese contrato, pero antes deberán demostrarle a la empresa "Cajitas" que saben hacer el trabajo que a ellos les interesa y, sólo en ese caso, "Cajitas" cerrará el contrato, y les entregará los materiales y el modelo que se requiere para la producción"

#### Escribir en un papelógrafo:

	INSTRUCCIONES	
2. 3. 4. 5.	Distribución de materiales Instrucciones Planificación Producción Control de calidad Procesamiento	10' 10' 20' 30' 15' 30'

La caja de regalo tiene los siguientes criterios de calidad:

#### Cajitas de embalaje para cocinas mejoradas

#### **CRITERIOS DE CALIDAD**

- 1. Las mini cajas de embalaje están hechas de cartulina blanca.
- 2. El pegado de la etiqueta tiene que estar en el centro de la caja.
- 3. La base de la caja está forrada con otra pieza de cartulina.
- 4. Todos los contornos de la caja deberán estar sellados con cinta de embalaje transparente.
- No se aceptan cajas deterioradas ni manchadas.
- 6. El margen de error del tamaño admitido es de + 2 mm.

#### Etapa de planificación

- 1. Se organizarán grupos de trabajo de máximo 6 participantes.
- 2. A cada grupo se le entregará 2 tijeras, 2 pliegos de cartulina o cartón, 1 cinta masking tape, 1 pote de goma de ¼ de litro, 1 lápiz, 1 regla, y una cinta de embalaje.
- 3. Se informa a las y los participantes que disponen de 20 minutos para planificar la cantidad de cajas de embalaje que van a armar en un plazo de 30 minutos (en la etapa de producción); para ello, pueden usar los materiales que el equipo facilitador les proporcionará.
- 4. La muestra original se colocará junto al papelógrafo con los criterios de calidad.
- 5. Faltando 5 minutos para terminar la etapa de planificación, cada grupo deberá llenar la hoja de contrato y de convenio de abastecimiento (no responderán las 2 últimas preguntas). Ambos documentos serán firmados por la persona que represente al grupo.
- 6. Concluido el tiempo, el o la representante se acercará a la empresa "Cajita" llevando la hoja de contrato y el convenio de abastecimiento, y recibirá los materiales solicitados.
- 7. El equipo facilitador anotará discretamente en la hoja de resultados las metas fijadas por cada empresa.

#### Etapa de producción

- 1. Cada grupo tendrá 30 minutos para realizar el ejercicio de la producción de cajitas de embalaje.
- 2. Al finalizar el tiempo, tendrán 5 minutos –adicionales- para completar, en el convenio de abastecimiento, las 2 últimas preguntas que se refieren a cantidad producida y recursos utilizados (ver ficha de convenio de abastecimiento).
- 3. Al término del tiempo adicional, las y los participantes dejarán de producir.
- 4. El equipo facilitador retira de la mesa los materiales y las herramientas entregadas para la producción (quedan sólo las cajas elaboradas).

#### Etapa de control de calidad

#### Información general:

Esta etapa consiste en recepcionar el trabajo realizado por cada grupo y evaluar si son aceptados o no. Para ello es necesario contar con una persona de apoyo que se encargue de llenar la matriz de resultados (ver anexo), mientras el equipo facilitador dirige la sesión y evalúa los resultados del ejercicio de producción.

En esta etapa el equipo falicitador informará que realizará el rol de representante de la empresa (es recomendable que se coloque algún tipo de atuendo como lentes, saco, etc., para diferenciarse de su rol de equipo facilitador). Paso seguido, llamará a cada representante haciendo uso del contrato.

La empresa Cajita, evaluará los resultados conforme a los criterios de calidad solicitados, debiendo ser esta tarea muy minuciosa.

#### Ejemplo:

Dando lectura al contrato el equipo facilitador dice: "La empresa Las Exitosas, representada por la señora Lucha Pérez, se comprometió a producir tres cajas de embalaje para cocinas mejoradas". La señora Pérez toma sus trabajos y se acerca al equipo facilitador.

Seguidamente es atendida por la empresaria, quien le saluda cálidamente:

"Señora Lucha, buenos días. Cuánto gusto de tenerla en nuestra empresa; veo que ha cumplido con las tres cajas que se comprometió. A ver, vamos a revisar la calidad."

El equipo facilitador observa con minuciosidad cada caja y la coteja con los requisitos de calidad. En la revisión se va dando cuenta que lo trabajado no se ajusta al diseño, así como el tipo de cartulina empleada, los acabados (se nota que la goma ha ensuciado parte de la caja) y le dice a la representante:

"Señora Lucha, ¿Se está dando cuenta de que al trabajo le hacen falta algunas mejoras?; ¡señora Lucha!, ¿qué pasó? Esta caja no corresponde al diseño que se le pidió. Creo que esto no le va a gustar a mis clientes, no lo puedo aceptar".

A continuación, comunica a la persona de apoyo que el trabajo no ha sido aceptado, e inmediatamente escribe un 0 (cero) en la matriz de resultados. Luego, toma otra caja y realiza el mismo procedimiento: comparándola con el diseño original; comprueba que el segundo trabajo ha cumplido con todos los criterios: tamaño correcto, medidas, la etiqueta en su lugar, etc. El equipo facilitador le comunica a la señora Lucha que las últimas cajas han sido aceptadas.

Para concluir, se le dice a la señora Lucha que tiene que esmerarse más en mejorar; de lo contrario, correrá el riesgo de ganar una mala imagen y perder nuevas oportunidades de trabajo, luego se le acompaña a que tome asiento.

Y se llama a otro/a representante de grupo para continuar con el control de calidad de los trabajos producidos.

#### Matriz de resultados

La lectura y análisis de la matriz de resultados se realizará al finalizar todo el proceso del control de calidad.

El equipo facilitador se acercará a la matriz y comunicará a todos los grupos que iniciará la revisión del trabajo.

#### Ejemplo:

Revisemos el trabajo del grupo "Las Estrellas". Viendo la columna "Meta", dicen: "Ellas se comprometieron a elaborar tres cajas de embalaje; ahora veamos la columna "Cantidad producida": ellas cumplieron con entregar las tres cajas; pero, hay que mirar la calidad." Viendo la columna "Cantidad aceptada", dicen: "Como sus productos han estado muy bien hechos, todos fueron aceptados. Este grupo ha trabajado al 100% en cantidad, calidad y en el cumplimiento de su compromiso.

Los indicadores de grado de cumplimiento, productividad y nivel de calidad se leen tomando como referencia la siguiente hoja de indicadores (ver anexos en las páginas 123, 124 y 125):

#### MATRIZ DE RESULTADOS

Grupo	Meta A	Cantidad producida B	Cantidad aceptada C	Grado de cumplimiento (B/A=%)	Productividad por minuto (B/Min=%)	Nivel de calidad (C/B =%)
Las Estrellas	20	18	17	18/20 = 90%	18/10 = 1.8 prod/min	17/18= 94.44 %
Los Destellos	20	20	16	20/20 = 100%	20/10 = 2 prod/ min	16/20 = 80%



4 Procesamiento

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Compartan la información y los sentimientos generados a partir del trabajo realizado.

#### Procedimiento:

Para motivar la participación, el equipo facilitador formula la siguiente pregunta:

¿Cómo nos sentimos luego de esta experiencia?

#### Nota:

Se toma nota de todos los aportes (sean sentimientos positivos o negativos).

Es probable que las personas que lograron aprobar sus trabajos se sientan satisfechas por lo realizado, pero es seguro que quienes no lograron su meta se sientan tristes o desilusionadas; en este caso el equipo facilitador les dirá:

"Señoras y señores: el ejercicio realizado ha sido una simulación; hay que verlo de esa manera, pero también tenemos que aprender de él. Recuerden que se pueden sacar las mejores lecciones hasta de las peores experiencias."

Ahora revisemos lo que pasó. Se lanzan las siguientes preguntas:

- ¿Se cumplió con la meta fijada en el CONTRATO DE PRODUCCIÓN?
- ¿Los MATERIALES que pidieron en la hoja de convenio de abastecimiento fueron suficientes?
- ¿Cuál fue el papel de cada integrante de grupo?
- ¿El TRABAJO EN GRUPO favoreció el cumplimiento de la meta?

Se toma nota de todos los aportes, destacando:

- Los elementos que hicieron posible el cumplimiento de las metas; y
- Reconociendo aquellos que dificultaron el trabajo.



5 Generalización

#### Objetivo:

Que las y los participantes:

Reciban información complementaria sobre el tema.

Se hace un breve cierre, considerando las principales ideas procesadas del trabajo grupal (ver separatas de la página 123 a la 131).



6 Evaluación Flash

#### Objetivo:

Que las y los participantes: Opinen respecto a la sesión del día.

#### Procedimiento:

Las personas participantes brindarán, con una sola palabra, su parecer respecto al taller desarrollado.

El equipo facilitador iniciará el proceso final de la sesión realizando la siguiente pregunta:

¿Qué les ha parecido la sesión del día?

Finalmente, se les agradecerá por su participación y se les invitará a la siguiente sesión.

# Formatos para el trabajo en grupo

#### CONTRATO DE PRODUCCIÓN

Nombre de la organización:
Cantidad de cajas de embalaje para cocina mejorada que se compromete a entregar:
Nombre y firma de la persona representante

#### CONVENIO DE ABASTECIMIENTO

Nombre de la organización:
Cantidad de cajas de embalaje para cocina mejorada a producir:
2. Cantidad de materiales y recursos humanos que necesita:
Materiales:
Recursos humanos:
Las siguientes preguntas se responderán faltando 5 minutos para terminar la producción:
3. Cantidad de piezas producidas:
4. Cantidad de materiales utilizados:
Nombre y firma de la persona representante

### Información para el trabajo en grupo

#### HOJA DE INDICADORES<sup>13</sup>

La hoja de indicadores es utilizada para medir el grado de cumplimiento, productividad y nivel de calidad.

¿QUÉ TERMINOLOGÍA DEBO DE CONOCER?

#### **META**

Cantidad a la que se espera que el grupo llegue luego de concluido el tiempo asignado para esa actividad.

#### **CANTIDAD PRODUCIDA**

Cantidad que se logró producir dentro de un tiempo determinado.

#### **CANTIDAD ACEPTADA**

Es el monto total de productos que han cumplido con determinadas exigencias, generalmente relacionadas con parámetros de calidad.

#### PRODUCTIVIDAD POR MINUTO

Es la cantidad promedio de productos elaborados en un minuto. Sirve para medir la eficiencia del grupo.

#### **GRADO DE CUMPLIMIENTO**

Es la comparación de la cantidad producida versus la meta establecida.

#### **NIVEL DE CALIDAD**

Es la comparación de la cantidad aceptada versus la cantidad producida. Este calculo ayuda a determinar la cantidad de productos defectuosos para poder tomar las acciones correctivas.

 $<sup>^{\</sup>rm 13}\,$  Basado en el Manual de Control de Calidad / Manuel Angel Paredes / Punto Consultores.

## Información para el trabajo en grupo

#### ¿CÓMO SE LLENA LA MATRIZ?

META DE PRODUCCIÓN : 20 unidades

MINUTOS TOTALES DEL EJERCICIO : 10 Minutos

#### **CANTIDAD PRODUCIDA:**

Grupo Las Estrellas Grupo Los Destellos

#### **CANTIDAD ACEPTADA:**

Grupo Las Estrellas Grupo Los Destellos
17 16

#### **GRADO DE CUMPLIMIENTO:**

Formula empleada: Cantidad Producida
Meta

#### PRODUCTIVIDAD POR MINUTO:

Formula empleada: Cantidad Producida
Minuto

#### **NIVEL DE CALIDAD:**

Formula empleada: Cantidad Aceptada
Cantidad Producida

# INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

# ¿DE QUÉ MANERA PUEDO HACER MÁS FÁCIL LOS CÁLCULOS?

Una manera de facilitar el procesamiento de los datos obtenidos es haciendo uso de la siguiente Matriz de Resultados. En ella deberá llenar los datos solicitados para cada casillero.

### MATRIZ DE RESULTADOS

Grupo	Meta A	Cantidad producida B	Cantidad aceptada C	Grado de cumplimiento (B/A=%)	Productividad por minuto (B/Min=%)	Nivel de calidad (C/B =%)
Las Estrellas	20	18	17	18/20 = 90%	18/10 = 1.8 prod/min	17/18= 94.44 %
Los Destellos	20	20	16	20/20 = 100%	20/10 = 2 prod/ min	16/20 = 80%

# ¿QUÉ PUEDO INTERPRETAR CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS?

Es importante que en todo trabajo tratemos de producir más en un menor tiempo, pero que ese incremento en la producción no afecte el nivel de calidad.

No resulta rentable para una empresa producir grandes cantidades sin tener en cuenta la calidad de lo que estoy haciendo. Si valorizamos cada producto podremos identificar con mayor facilidad que lo más óptimo es lograr la cantidad mínima de productos defectuosos, eficiencia en el trabajo y puntualidad en los plazos de entrega.

# INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

## I. CONTROLANDO LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

¿Qué es la calidad?

La calidad es cumplir con los estándares exigidos por las y los clientes a quienes pensamos atender. Es "hacer lo correcto en la manera correcta".

Las condiciones del mercado actual nos exige llegar a "la calidad total"; esto quiere decir, calidad en el trato que le doy a las persona que trabajan en mi empresa, calidad en los materiales que estoy utilizando para elaborar mis productos, calidad en la atención al cliente.

"Al inicio la experiencia se realizó con muchas deficiencias y dificultades e incluso en algún momento los instaladores quisieron abandonar el proyecto. Esto se originó porque luego de la primera supervisión -realizada por los representantes de la municipalidad-, se observó que las cocinas no tenían las especificaciones técnicas recomendadas ni la calidad esperada. Los instaladores consideraron que no estaban lo suficientemente preparados para asumir este reto y se optó por realizar un reforzamiento para contrarrestar dichas deficiencias y mejorar las habilidades de los instaladores. Luego del reforzamiento se mejoró significativamente la calidad en la instalación de la tecnología y el proceso constructivo, lo que llevó al convencimiento sobre la utilidad del modelo de cocina implementado".

## a.- Calidad del Puesto de Trabajo

Además de mantener espacios de libre tránsito para evitar accidentes, es importante que identifique las zonas más seguras del espacio en donde realiza su producción o comercialización.

Tenga en cuenta la secuencia de operaciones que requiere hacer para elaborar su producto y de acuerdo a ello ubique las máquinas, utensilios y materiales. Identifique si es que existe algún accesorio que le pueda facilitar su tarea.

Otro factor importante es la comodidad; contar con una iluminación y una ventilación adecuada para evitar el sueño, así como sillas cómodas y mesa grande. Tener en el taller agua y jabón para lavarse las manos. Es conveniente aplicarse en las manos unas gotas de limón para evitar la transpiración.

El hecho que las personas que laboren gocen de un puesto de trabajo agradable y cómodo, le va a permitir darle mayor calidad de vida a quienes integran su empresa; así mismo, al disminuir el desgaste físico podrá reducir costos y producir mayor cantidad en menor tiempo.

Tener voluntad y llevarnos bien con las personas nos ayudará a poder realizar mejores trabajos en equipo. Tratarlos bien, respetar sus pagos, incentivarles cuando realizan una buena acción, hacerles ver sus defectos, pero en un ambiente privado (no llamarles la atención en público), mejorar las condiciones ambientales para el trabajo y escucharles.

#### b.- Calidad en los materiales:

La calidad de los materiales que se obtienen para la producción de bienes es de gran importancia para la empresa, ya que según la calidad de las materias primas e insumos se obtendrán productos finales también de calidad. Fíjese en las contra indicaciones, fechas de vencimientos, comportamiento del material ante determinado proceso (encogimientos, solidez al lavado), etc.

La calidad en las compras incluye el tiempo de entrega (que debe ser el momento acordado); si no se cumplen sus especificaciones, se ocasionará un retraso en la producción, lo cual es pérdida para la empresa.

La calidad en las compras se reduce a 3 puntos:

- Comprar el producto adecuado.
- Tener material disponible en el tiempo adecuado.
- Pagar el mejor precio.

"No faltaron los acontecimientos dándonos lecciones a aprender... por ejemplo, se había preparado un pedido de mucho volumen para el Gobierno regional, el cual se malogró en su totalidad por una lluvia intensa, al no contar con un almacén adecuado. Crecer implica tomar mayores medidas de prevención, uno invierte más y automáticamente en caso de pérdida, ella también es mayor", nos comenta Juanita reflexionando sobre su experiencia.

"LA CALIDAD DE SUS MATERIAS PRIMAS DETERMINA LA CALIDAD DE SU PRODUCTO FINAL"

#### APLICACIÓN DE LA CALIDAD SEGÚN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

#### c. Calidad en el proceso de elaboración del producto:

En el caso de que elabore algún producto es importante que uniformice la calidad de su fabricación. Una herramienta que puede facilitar esto es la ficha técnica, que consiste en registrar por escrito o en forma grafica los pormenores del producto. En el caso de la cocina mejorada, por ejemplo, deberá especificar el gráfico del diseño, las especificaciones, y medidas del producto mejorado.

#### d. Calidad en el servicio y post venta:

Es recomendable que uniformice los procedimientos. Establezca puntos críticos de control. Es importante reducir al máximo el tiempo que el cliente espera para ser atendido. Cuide además las actitudes que demuestra hacia su cliente. Sea amable, oriente sus horarios de atención a los que mejor le acomode al cliente; sea una persona acogedora. Incluya como parte de su servicio posterior el servicio pos-venta que le permitirá fidelizar a su cliente y, sobre todo, que se sienta satisfecho/a con el producto o servicio ofrecido por su empresa.

# II. AMBIENTE Y CONDICIONES DE TRABAJO<sup>14</sup>

#### 2.1. CONCEPTO

El medio ambiente no es sólo la naturaleza; también es el vecindario y el lugar mismo de trabajo y, por supuesto, nuestro hogar y barrio. Entonces, el cuidado del ambiente no sólo es proteger los árboles, los animales y los ríos, sino también asegurar una condición saludable de trabajo y una buena relación con el vecindario.

### 2.2. REQUISITOS BÁSICOS PARA EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Se requiere una buena predisposición de todo el personal para respetar las medidas de seguridad e higiene en el centro de trabajo, sobre todo cuando este se encuentra en la casa.

Hacer un buen control de ruidos, olores, gases, desagües, desechos sólidos y otras molestias que puedan incomodar a nuestros vecinos.

Cumplir ciertas normas y reglamentos previstos en las leyes de protección ambiental que el Gobierno a dictado. Las emisiones gaseosas, ruidos, desagües y desechos sólidos se deben disponer sin contaminar.

#### 2.3 IMPACTO EN LA VIDA COTIDIANA

Una mayor proporción de pequeñas y microempresas (MiPyME) se dedican a actividades de comercio y servicios, las que, normalmente, no originan impactos significativos al ambiente, aunque sí pueden causar problemas en el mismo ambiente de trabajo por falta de higiene o de servicios adecuados.

En términos generales, se reconoce que en América Latina y el Caribe las MiPYME representan una alternativa económica ambiental, por cuanto:

- Requieren de una menor movilización de recursos financieros.
- Generan una menor presión por los recursos naturales y energéticos.
- Permiten ofrecer bienes y servicios más coherentes con las necesidades y valores de la población.
- Contribuyen a una mejor distribución de los ingresos.
- Fomentan la limpieza y el orden en el ambiente del trabajo.
- Asimismo, asume **responsabilidad social, por ejemplo**, al percibir que la promoción de la cocina mejorada aporta tanto a mejorar la salud de las familias, como al cuidado del medio ambiente.
- Generan empleo, aumentan la competitividad a través de crear valor agregado.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Basado en la Guía Metodológica Cosude Caplab; Punto Consultores; 2006

# III. ENTE RECTOR PARA APROBAR EL FUNCIONAMIENTO DE LAS COCINAS MEJORADAS EN EL PAÍS

Existen dos instrumentos de política que le dan autoridad a SENCICO para realizar labor de rectoría frente a la calidad de las cocinas mejoradas, por un lado tenemos:

#### Normatividad<sup>15</sup>

- a. El decreto supremo No 015-2009-VIVIENDA, incida que SENCICO, deberá cumplir los siguientes mandatos:
- Aprobación de norma técnica de cocina mejorada.
- Será responsable de la evaluación y certificación de la cocina mejorada
- Deberá aprobar en plazo de 30 días el reglamento para la evaluación y certificación de las cocinas.
- b. Resolución de presidencia ejecutiva de SENCICO No 066-2009-02.00, que le otorga facultades para:
- Encargar a la gerencia de investigación y normalización de SENCICO, la evaluación de los tipos de cocina que se presenten para ser certificados.

Estos son los valores de referencia para la certificación de las cocinas mejoradas:

- Disminución de concentración de monóxido de carbono (CO)\*. Mínimo el 85%
- Tiempo promedio de ebullición de 5 litros de agua. Máximo 35 min.
- Consumo específico de energías para 5 litros de agua. Máximo 30 MJ.
- Puntuación de seguridad de la cocina. Mínimo 25/40.
- Disminución de concentración de material particulado (PM2.5)\*. Mínimo el 85%.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Ppt presentado en la Mesa Temática: estándares y protocolos de pruebas, en el primer seminario taller latinoamericano de cocinas limpias, por Gabriela Esparza Requejo, gerencia de investigación y normalización de SENCICO, 16 de junio de 2014 http://www.cocinasmejoradasperu.org.pe/documentacion/TallerLatino/4.MesasTematicas/EstandaresProtocolos/MT%20estandares%20y%20Protocolos%20GEsparza.pdf

# PROTOCOLO DE SENCICO: ASPECTOS DE SEGURIDAD PARA COCINAS MEJORADAS<sup>16</sup>

Evaluación de cocina mejorada	Objetivo
DETERMINACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN DE MONÓXIDO DE CARBONO	Establecer el procedimiento a seguir para determinar la concentración de monóxido de carbono (CO) generado por una cocina mejorada en funcionamiento, al interior de un recinto de prueba.
DETERMINACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN DE MATERIAL PARTICULADO	El presente protocolo establece los procedimientos a seguir para determinar la concentración de material particulado, generado por el funcionamiento de una cocina mejorada, al interior de un recinto de prueba.
PRUEBA DE EBULLICIÓN DE AGUA	El presente protocolo establece los procedimientos a seguir para determinar el consumo específico de combustible de la cocina y el tiempo necesarios para hervir 5 litros de agua, factores que determinarán la eficiencia térmica de la cocina.
SUPERFICIES, BORDES Y ZONAS AGUDAS	Determinar el nivel de riesgo que representan la superficie, bordes y zonas agudas de la cocina a la posibilidad de enganche, rasgadura de ropa o en la piel.
INCLINACIÓN DE LA COCINA	Determinar el nivel de riesgo de inclinación de la cocina que pueda ocasionar volteo de ollas u otros utensilios, con el consecuente riesgo de quemadura u otros accidentes de los usuarios.
DETERMINACIÓN DE LA PROBABILIDAD DE LANZAMIENTO DE COMBUSTIBLE ARDIENTE	Determinar el nivel de riesgo de lanzamiento de combustible ardiente proveniente de la cámara de combustión de la cocina, con la consecuente posibilidad de quemadura de los operadores de la misma.
OBSTÁCULOS AL MANIPULEO, TRASLADO DE OLLAS Y OTROS	Determinar el nivel de riesgo de choque o atasco de las ollas u otros utensilios, con elementos sobresalientes de la superficie de la cocina, cercanos al área de operación del usuario, que puedan ser la causa del volteo de los recipientes con la consecuente posibilidad de ocasionar quemaduras u otros accidentes.

¹6 Extraído del REGLAMENTO PARA LA EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA COCINA MEJORADA. Aprobado por el Consejo Directivo Nacional del SENCICO, en su sesión №988 (Acuerdo N°988.01), del 19 de agosto de 2009 http://www.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios\_Normalizacion/Normalizacion/normas/ReglamentoGINCocinasMejoradas.pdf

Evaluación de cocina mejorada	Objetivo	
TEMPERATURA DE LA SUPERFICIE DE LA COCINA.	Determinar el nivel de riesgo de quemaduras por contacto accidental con la superficie de la cocina.	
POSIBILIDAD DE TRANSMISIÓN DE CALOR A ZONAS ALEDAÑAS	Determinar el nivel de riesgo de incendio provocado por elevadas temperaturas en los alrededores de la cocina, que pueden activar combustibles u otros materiales inflamables existentes.	
TEMPERATURA DE LOS ELEMENTOS DE OPERACION DE LA COCINA	Determinar los niveles de riesgo de quemaduras, por contacto del usuario con elementos de operación de la cocina.	
AISLAMIENTO TÉRMICO DE LA CHIMENEA	Determinar los niveles de riesgo de quemaduras, por contacto accidental del usuario con la chimenea de la cocina, cuando ésta se encuentra en funcionamiento.	
DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES DE AFLORAMIENTO DE LLAMAS ALREDEDOR DE LAS OLLAS	Determinación del riesgo de contacto del operador con llamas que afloran alrededor de la olla y cerca de las asas de la misma.	
LLAMAS Y/O COMBUSTIBLE QUE SALEN DE LA CAMARA DE COMBUSTIÓN	Determinación del riesgo de expulsión de combustible y/o afloramiento de llamas de la cámara de combustión.	

Emite también un certificado de validación bajo el presente documento.

# CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Por medio del presente documento se certifica que la Cocina presentada por la empresa/institución ha sido sometida a los ensayos de evaluación según el Reglamento para la Evaluación y Certificación de Cocinas Mejoradas del SENCICO, siendo calificada dentro de la Categoría, con los resultados que so muestran:
<ul> <li>Concentración de CO:</li> <li>Concentración de Material Particulado:</li> <li>Requerimiento de Combustible:</li> <li>Eficiencia térmica:</li> <li>Grado total de seguridad:</li> </ul>
Observaciones:
Potencial de ahorro de gases de efecto invernadero (Protocolo de Kioto):
CARACTERÍSTICAS DE LA COCINA EVALUADA
Descripción de la cocina:
Materiales:
Dimensiones:
Detalles:
Lima, de 2015

Nota: Las pruebas de evaluación de la cocina mejorada fueron realizadas utilizando leña como combustible.

Responsable técnico

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## Bibliografía consultada:

- COSUDE-PUNTO CONSULTORES; Guía Metodológica para el curso de Operatividad de Máquinas I y II Edición; Editado por Punto Consultores; Perú, 2006.
- Paredes, Manuel Ángel; Manual de Control de Calidad; Segunda edición; editado por Punto Consultores; Perú, 2006.
- La cocina mejorada promoviendo el desarrollo, Historias de éxito en regiones del Perú Proyecto "Energía, Desarrollo y Vida EnDev" GIz. Documentos internos.

#### Fuentes en Internet:

- García-Morales, E.; Gestión de calidad; Análisis de las necesidades de los usuarios e indicadores para servicios de información y documentación; Extraído de la página : www.abadib.es
- LKS Consultores; Al Encuentro de la Excelencia; 2000.
- Ugo, Fea; Competitividad es Calidad Total; 1993. Extraído de la página: www.agapea.com
- REGLAMENTO PARA LA EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA COCINA MEJORADA. Aprobado por el Consejo Directivo Nacional del SENCICO, en su sesión Nº988 (Acuerdo N°988.01), del 19 de agosto del 2009 http://www.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios\_Normalizacion/Normalizacion/normas/ ReglamentoGINCocinasMejoradas.pdf
- Gabriela Esparza Requejo, gerencia de investigación y normalización de SENCICO ppt. Mesa Temática: Estándares y protocolos de pruebas, presentado en el primer seminario taller latinoamericano de cocinas limpias, por, 16 de junio de 2014 http://www.cocinasmejoradasperu.org.pe/documentacion/ TallerLatino/4.MesasTematicas/EstandaresProtocolos/MT%20estandares%20y%20Protocolos%20 GEsparza.pdf

# Sesión 6 Valorándonos crece nuestra empresa

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

# **OBJETIVOS**

# **QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

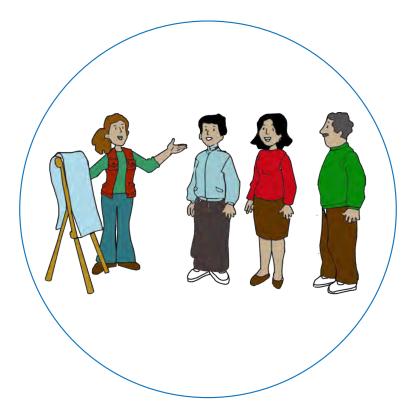
- Reflexionen sobre la importancia de desarrollar una autoimagen positiva para emprender tareas futuras en la vida.
- Se motiven por mantener una actitud mental positiva.
- Elaboren un plan de desarrollo personal.

Tiempo de duración: 3 horas.

# ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

HORA INICIO	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes
	1. Hilo conductor	10'	<ul> <li>Recuerden los principales temas tratados en la sesión anterior.</li> </ul>
	<ul><li>2. Sociodrama</li><li>Instrucciones</li><li>Organización</li><li>Presentación</li></ul>	05′ 15′ 20′	<ul> <li>Experimenten un ejercicio vivencial y lo socialicen.</li> </ul>
	3. Procesamiento del sociodrama.	40'	<ul> <li>Analicen las actitudes de las personas que participan en la empresa y sus influencias en la actividad que realizan.</li> </ul>
	Pausa	10'	Libre
	<ul> <li>4. Generalización     El circuito de la autoestima:</li> <li>Auto imagen negativa</li> <li>Auto imagen positiva</li> </ul>	30′	<ul> <li>Identifiquen a la autovaloración como un proceso cíclico y de afirmación permanente</li> </ul>
	<ol><li>Plan para el desarrollo personal</li></ol>	30′	<ul> <li>Realicen un plan de desarrollo personal</li> </ul>
	6. Evaluación final	20′	<ul> <li>Retroalimenten al equipo facilitador respecto al desarrollo del programa de capacitación</li> </ul>

# Valorándonos crece nuestra empresa



1 Hilo conductor

# Objetivo:

Que las y los participantes:

Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.

## Materiales:

Un papelógrafo, una cinta masking tape y plumones.

### Procedimiento:

Se formulará la siguiente pregunta a los participantes: ¿Qué fue lo que se trató en la sesión anterior?. Las respuestas se irán anotando en el papelógrafo. Al final, si hubiera algún tema importante no mencionado por las y los participantes, el equipo facilitador lo podrá retomar. También es posible que surjan algunas dudas sobre los diferentes puntos de vista; en este caso, se deberá dar el tiempo para aclararlas.



2 Sociodrama

# Objetivo:

Que las y los participantes:

Experimenten un ejercicio vivencial y lo socialicen.

#### Procedimiento:

1. El equipo facilitador presentará las instrucciones del sociodrama; para ello empleará un papelógrafo con la siguiente información:

Sociodrama	Tiempo	
Etapa de     organización	15′	
<ul> <li>Etapa de presentación o escenificación.</li> </ul>	20′	

- 2. Seguidamente les señalará que la dinámica a realizar será trabajada en grupos conformados por 6 personas como máximo. La agrupación puede ser al azar.
- 3. Luego presentará los temas a ser trabajados, de la siguiente manera:

## Ejemplo:

- "Los grupos números 1 y 2 harán la representación de una empresa donde las personas que lo integran piensan y actúan positivamente.".
- "Los grupos números 3 y 4 representarán a una empresa donde las personas que trabajan piensan y actúan negativamente.".

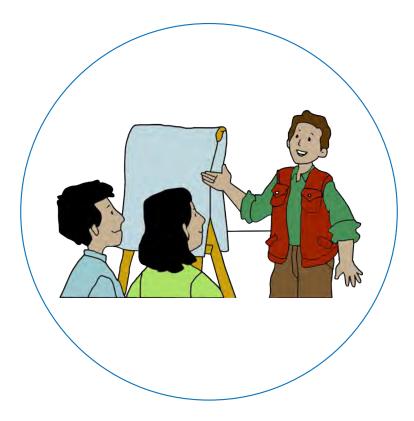
#### Nota:

El equipo facilitador puede sugerir otros temas para cada grupo, siempre que la representación del sociodrama refleje la actitud positiva o negativa de quienes integran la empresa.

- 4. Vertida la información sobre el sociodrama, el equipo facilitador procederá a organizar los subgrupos de trabajo para que inicien la <u>etapa de la preparación</u>.
- 5. Al término del tiempo de la preparación el equipo facilitador pedirá a las y los participantes que se acerquen al salón con sus sillas, las ubiquen en forma de media luna y tomen asiento.
- 6. Asimismo, dará las indicaciones para la <u>etapa de la presentación o escenificación</u> de la siguiente manera: "La presentación se realizará con voz fuerte, sin dar la espalda al público y prestando la debida atención a las personas que están actuando", y se dará paso a la presentación respectiva.

#### Nota:

Pese a la información brindada, es necesario acercarse a cada grupo para reforzar las indicaciones o para resolver alguna duda.



3 Procesamiento del sociodrama

## Objetivo:

Que las y los participantes:

Analicen las actitudes de las personas que participan en la empresa y sus influencias en la actividad que realizan.

#### Procedimiento:

El equipo facilitador realizará el procesamiento de los sociodramas con las siguientes preguntas: ¿Cómo nos hemos sentido en la experiencia?

Revisemos el sociodrama de la empresa donde las personas actuaron positivamente.

- ¿Cuál era la forma de pensar de las personas que trabajaban en esa empresa?
- ¿Qué cualidades observamos en esas personas?
- ¿Cómo era su rendimiento?
- ¿Cuál será el futuro de esas personas?
- ¿Cuál será el futuro de esa empresa?

Revisemos el sociodrama de la empresa donde las personas actuaron negativamente:

- ¿Cuál era la forma de pensar de las personas que trabajaban en ea empresa?
- ¿Cómo era su rendimiento?
- ¿Cuál será el futuro de esas personas?
- ¿Cuál será el futuro de esa empresa?

Se registran las opiniones en papelógrafos y se va revisando cual de los dos casos se acercan más a la realidad de nuestras empresas y cómo lo estamos abordando.



4 Generalización: El circuito de la autoestima

# Objetivo:

Que las y los participantes:

Reflexionen sobre la importancia de desarrollar una autoimagen positiva para emprender tareas futuras en la vida.

## Materiales:

Papelógrafos, plumones y cinta masking tape.

Para ello se presentará un papelógrafo con la ilustración del "el circuito de la autoestima". El conversatorio girará en torno al gráfico y al contenido del tema (ver anexo del contenido en las páginas 5 y 6).



5 Plan para el desarrollo personal

## Objetivos:

Que las y los participantes:

- Identifiquen los comportamientos personales que traban su desarrollo y la conducción de su empresa.
- Elaboren un plan de desarrollo personal para el cambio de los comportamientos identificados.

#### Materiales:

Lapicero y fotocopia de ficha del "Plan para el desarrollo personal".

# Procedimiento:

- A cada participante se le entregará un formato de la ficha del "Plan para el desarrollo personal".
- Se les indicará que el Plan a trabajar tendrá el plazo de vigencia de 3 a 6 meses, por lo que deberán considerar ese tiempo para ponerlo en marcha.
- Para trabajar las fichas las y los participantes deberán elegir -por lo menos- dos comportamientos personales que quisieran cambiar.

Ejemplos de comportamientos negativos a cambiar:

- La impuntualidad.
- El desorden.

Asimismo, fijarán la acción o tarea que realizarán para poder hacer realidad el cambio del comportamiento.

# Ejemplo:

La impuntualidad.- Llegar puntual a las reuniones acordadas con mis clientes. El desorden.- Ordenar mi taller para evitar tropiezos y pérdida de tiempo en la búsqueda de los materiales.

Al concluir el plan el equipo facilitador fijará un cronograma -de manera conjunta con los participantespara hacer el seguimiento respectivo (ver ficha en anexo en la página 8).



6 Evaluación Flash

# Objetivo:

Que las y los participantes:

Retroalimenten con sus opiniones al equipo facilitador respecto a la sesión del día.

# Procedimiento:

Las y los participantes responderán con una sola palabra su sentir en el taller realizado.

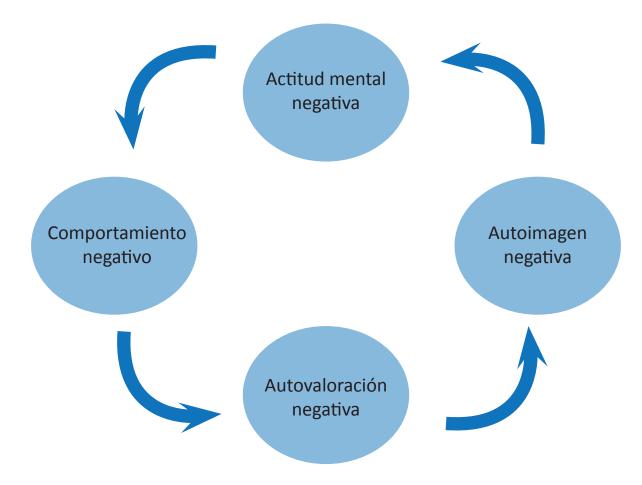
La pregunta será la siguiente: ¿Qué les ha parecido la sesión del día?

Seguidamente, se les agradecerá por su participación y se les invitará a la siguiente sesión.

# Información complementaria

#### EL CIRCUITO DE LA AUTOESTIMA: AUTOIMAGEN NEGATIVA

La autoestima se desarrolla en forma cíclica y constantemente



Actitud mental negativa.- Sin predisposición mental para hacer bien las cosas.

"¡No sé si me va a salir bien, a lo mejor es lo mismo de siempre!"

Comportamiento negativo.- Emprende la tarea tarde y sin entusiasmo.

"¡Tiendo a evitar el fracaso, en lugar de proponerme el éxito!"

Autovaloración negativa.- Una vez más se ha demostrado que no valgo.

"¡He fallado y seguiré en lo mismo en el futuro!"

Autoimagen negativa.- No me siento capaz, desconfío de mí.

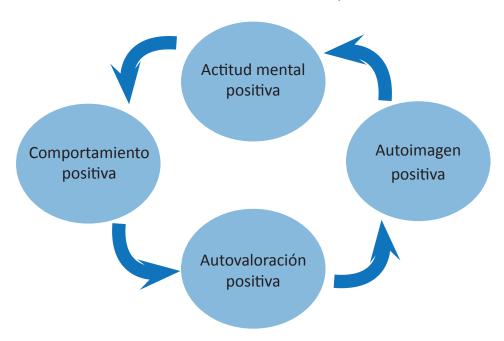
"¡Rara vez logro lo que me propongo!"

Habrá mucho trabajo... sin embargo, para licitaciones de esta magnitud no estoy preparado, todavía no tengo la capacidad para poder producir a gran

escala", analiza el microempresario Franco Pérez.

#### EL CIRCUITO DE LA AUTOESTIMA: AUTOIMAGEN POSITIVA

La autoestima se desarrolla en forma cíclica y constantemente



Actitud mental positiva.-

Con predisposición para enfrentar lo que venga.

"¡Es difícil, pero sé que lo haré bien!"

Tengo mucha esperanza en conseguir nuevos proyectos con otras municipalidades de la región y convertirme en un referente en el tema... pero para lograr asociarnos, el reto es entrar en una relación de mayor confianza, comenta Waldo López

Comportamiento positivo.- Emprendo la tarea con prontitud y entusiasmo.

"¡El éxito está garantizado!"

Para facilitar la prestación de sus servicios, actualmente Waldo López se ha aliado con pequeños microempresarios para la elaboración de chimeneas, ladrillos y parrillas; completando así la cadena de valor de la cocina mejorada. Con ésta iniciativa el microempresario espera que mejoren sus posibilidades para ganar nuevas licitaciones y consecuentemente mejorar sus ingresos.

Autovaloración positiva.-

La eficacia con que he realizado la tarea demuestra mi capacidad.

"¡Reafirma la confianza en mi persona!"

La Sra. Yolanda dice que uno de sus retos es seguir mejorando sus habilidades en el campo de las licitaciones para no depender de terceros.

Autoimagen positiva.-

Soy capaz e inteligente y tengo fe en mi persona.

"¡Lo he demostrado varias veces!"

Para presentarse a un proyecto de mayor envergadura todavía me falta mejorar las capacidades de planificación y gestión... mejorar mis habilidades en el campo de las licitaciones es un reto, pero estoy seguro que lo puedo lograr". Waldo López

# IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA VIDA DE LAS PERSONAS

Durante toda la vida vamos recogiendo vivencias, sentimientos, pensamientos y emociones que están relacionadas con nuestro ser. Ese cúmulo tan diverso de experiencias y emociones es procesado, generalmente, de manera inconsciente, hasta construir un conjunto de conceptos "automáticos" respecto a la propia persona.

La autoestima es la apreciación que tenemos de nosotras y nosotros mismos, la valoración que nos damos a partir de la opinión y las actitudes que tienen las personas hacia nosotros, así como los éxitos o fracasos personales.

Todas las personas tenemos cualidades y defectos que debemos reconocer. En la medida que seamos conscientes de nuestras características podremos expresarnos espontáneamente y relacionarnos mejor con las personas.

Las cosas positivas que dicen de nosotros y nosotras nos ayudan a tener una mejor imagen; si crecemos sintiéndonos amadas y seguras es más probable que desarrollemos una mejor autoestima y tengamos una sólida identidad personal.

Es importante que también tratemos de decir cosas positivas de los demás, ya sea estimulando sus logros y cualidades o reconociendo sus habilidades; así les ayudaremos a fortalecer su autoestima.

Nuestros sentimientos y emociones (positivos o negativos) forman parte de nuestra personalidad; por lo tanto, tenemos que aceptarlos. Lo importante es identificar estos sentimientos para poder manejarlos y expresarlos en forma adecuada y no herir la autoestima de otras personas.

Si expresamos nuestros sentimientos positivos a las personas, ayudamos a que se sientan apreciadas, queridas y, por tanto, valoradas.

#### IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA PARA EL TRABAJO<sup>17</sup>

Las personas con alta autoestima son positivas, promueven el compañerismo, confían en su capacidad, son solidarias. Por lo tanto, productivas.

Uno de los elementos primordiales para poder llevar a buen término su empresa es la autoestima de la persona que la conduce. La autoestima se refleja en las acciones que se realicen y, consecuentemente, en los resultados.

Una persona emprendedora con actitud positiva ha vivido o vive los siguientes momentos

- Recuerda siempre que en la empresa no existe la buena suerte, sólo el trabajo.
- Olvida la mentalidad de asalariada o asalariado.
- Busca constantemente oportunidades.
- Esta siempre en actitud de aprender.
- Observa a la competencia y aprende de ella.

Francisco comenta, en forma satisfecho, que a nivel de la provincia y región, la cocina mejorada se ha posicionado como un producto de alta eficiencia, mejorando la calidad de vida de las familias que viven en la zona rural. Hasta la fecha ha logrado vender e instalar alrededor de 5,000 cocinas mejoradas.

El microempresario fácilmente ha podido relacionarse con diversas instituciones públicas y privadas que están interesados y/o trabajando en la temática, permitiendo contar con una red de contactos que le han facilitado ampliar el número de clientes.

# Algunos consejos

Hay que ser personas incansablemente positivas
Si usted ha intentado lograr cinco contratos: tres han fracasado y dos han resultado un éxito, ¿cuál sería su visión como empresario/a? Si centra la visión en los fracasos, lo más probable es que no lo intente de nuevo. Pero si se fija en los éxitos, lo volverá a intentar; a todo el mundo le gustan los éxitos.

Quien cree que puede, puede; quien cree que no puede, no puede. En ambos casos tiene razón. La mente es asimétrica, es decir, una señal negativa no equilibra una positiva. Hacen falta diez positivas.



<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Basado en el estudio psicológico de Cindy Alicia Jovel Majano

# FICHA INDIVIDUAL

## PLAN PARA EL DESARROLLO PERSONAL

# Información general Nombres y apellidos: Tipo de trabajo que realizó en la empresa: Periodo de realización del plan: Desde: ..... Hasta: ..... ¿Qué comportamiento personal quisiera cambiar y por qué? 1. ..... ¿Qué acción o acciones realizará para cambiar esos comportamientos? 2. ..... Firma: .....

# FICHA DE EVALUACIÓN

	Nombre del Taller de capacitación:	Sí	Más o menos	No	
		$\odot$	$\bigcirc$	$\odot$	
	Fecha:				
	OPINIÓN				
	¿Me gustó el trabajo del equipo facilitador?				
	¿Me siento bien respecto a mi participación en la sesión?				
	¿Aprendí de las demás personas?				
اخ	QUÉ FUE LO QUE APRENDÍ DURANTE EL TALLER?				
•••					
•••					· • • •
	O REALIZADO ES IMPORTANTE PARA:				
	li trabajo ()  No()				
	Por qué?:				· • • •
	li vida personal				• • • •
	( ) No ( ) Por qué?				
	or que:				•••
نے	QUÉ DEBERÍA MEJORAR EL TALLER?				
	rganización:				
	letodología:				
Logística:					
Otros:					
ALGUNAS OBSERVACIONES/SUGERENCIAS					
•••					

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

# Bibliografía consultada:

- Ardila, R.; Desgaste profesional de los profesores; Revista Latinoamericana de Psicología; 2000.
- Badal, M.; Elaboración de referencias y citas según las normas de la American Psychological Association (APA); 5ª Edición (Versión electrónica); 1997.
- Blanchard K., O'Connor M.; Dirección por valores; Ediciones Gestión 2000; Barcelona, 1997.
- Cortina A.; Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial; Editorial Trotta; Madrid, 1994.
- Pérez López J.A.; Liderazgo y ética en la dirección de empresas; Deusto, Bilbao; 1998.
- Documentos internos: La cocina mejorada promoviendo el desarrollo, Historias de éxito en regiones del Perú Proyecto "Energía, Desarrollo y Vida EnDev" GIZ. Documentos internos.

#### Fuentes en Internet:

• http://motivacionlaboral.galeon.com/autoestima.htm (Noviembre del 2007.)

# Sesión 7 Fuerza de venta

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

# **OBJETIVOS**

# **QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Analizan el perfil de su fuerza de venta.
- Identifican estrategias de venta a replicar en su actividad cotidiana orientada al incremento de venta de su empresa.
- Socializan experiencias de implementación de estrategias de venta.

Tiempo de duración: 3 horas.

# ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

HORA INICIO	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes
	1. Hilo conductor.	15'	<ul> <li>Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.</li> </ul>
	<ol> <li>Vitalizador Casa, Inquilino, terremoto.</li> </ol>	05′	<ul> <li>Interactúen en un espacio agradable para la participación.</li> </ul>
	<ul> <li>Introducción al tema de la fuerza de ventas. Visualización de video animado: Automatización de la fuerza de venta.</li> <li>Lluvia de ideas:</li> <li>Procesamiento del video:</li> </ul>	30′	<ul> <li>Visualicen el perfil de la fuerza de venta, detectando los pros y los contras para el manejo de las ventas.</li> </ul>
	<ul> <li>4. Ejercicio estructurado.     "Emprendedor/a busca fuerza de venta"     Etapas:</li></ul>	10' 20' 10'	<ul> <li>Vivencien un ejercicio estructurado donde pongan a prueba sus capacidades y competencias orientados a la fuerza de venta.</li> <li>Reconozcan la dinámica de la fuerza de venta.</li> <li>Identifican estrategias de venta a replicar en su actividad cotidiana orientada al incremento de venta de su empresa.</li> </ul>
	Pausa	10'	Libre
	(Continúa:) Comercializar el producto elaborado	20′	
	<ol><li>Procesamiento de la información:</li></ol>	30'	<ul> <li>Compartan el ejercicio vivenciado,</li> </ul>
	<ol> <li>Generalización         Se identifican las estrategias             más efectivas para su             implementación.     </li> </ol>	10′	<ul> <li>Obtengan información complementaria que refuerce lo trabajado.</li> </ul>
	7. Evaluación flash	20'	<ul> <li>Brinden opinión respecto de la sesión realizada.</li> </ul>

# Conociendo nuestra fuerza de venta



1 Hilo conductor

# Objetivo

Que las y los participantes:

Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.

Materiales: un papelógrafo y un plumón

Se preguntará al grupo qué fue lo que se realizó en la sesión anterior y se anotará lo dicho en el rotafolio. Al final, si hubiera algún tema no mencionado por las y los participantes, el equipo facilitador lo podrá presentar. También es posible que surjan algunas dudas sobre los diferentes puntos de vista; en este caso se debe tomar un tiempo para discutirlas.



2 Vitalizador: Casa, Inquilino, terremoto.

# Objetivo:

Que las y los participantes Interactúen en un espacio agradable para la participación.

# Procedimiento:

- El equipo facilitador pedirá a la/os participantes que conformen grupos de tres personas luego, les pedirá que dos de ellas se tomen de las manos y que en el centro quede una persona.
  - o Las que están tomadas de las manos serán las "casas".
  - o Las que están en el centro serán las o los "inquilinos/as".
- El equipo facilitador lanzará la siguiente consigna:
  - o A la voz de la palabra "casa", todos/as los/as que están tomados de la mano saldrán a buscar nuevos/as inquilinos/as.
  - o A la voz de la palabra "inquilino/a" todos/as los/as que se encuentran en el centro saldrán a buscar nuevas casas.
  - o A la voz de la palabra "terremoto" todos los grupos se rompen, hasta que el equipo facilitador de una nueva consigna para retomar el vitalizador.
- La persona que no responda a lo indicado saldrá adelante a dirigir la dinámica.
- Este vitalizador se realizará unas 5 veces y luego pueden retornar a sus lugares para iniciar la sesión.



# 3 Introducción al tema de la fuerza de ventas:

# Objetivos:

Las y los participantes:

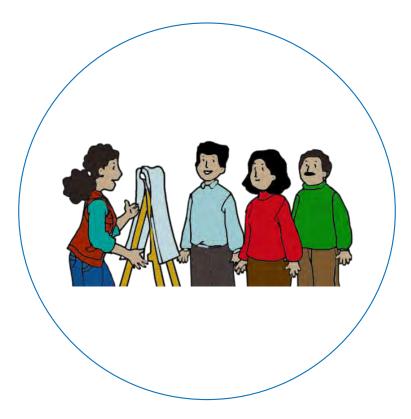
Visualicen el perfil de la fuerza de venta, detectando los pros y los contras para el manejo de las ventas.

# Procedimiento:

Se hará la proyección de un video animado: Automatización de la fuerza de venta en el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=OcTmtxdNpXo, en él, las y los participantes identificarán las características positivas y negativas de la fuerza de venta en relación a su cliente, seguidamente se procederá a facilitar el proceso con las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se han sentido al ver este video?
- ¿Qué hemos visto en los casos que se han presentado?
  - o ¿Qué actitudes observamos en la persona que quiere realizar la compra?
  - o ¿Qué actitudes observamos en la persona que realiza la venta?
  - o ¿Cuáles son los resultados en ambos casos?
- ¿Estos hechos son similares o diferentes a nuestras realidades?
- ¿Qué medidas debemos de tomar en cuenta para corregirlas?

Ver la separata.



4 Trabajo grupal: "Emprendedor/a busca fuerza de venta"

# Objetivos:

#### Que las y los participantes

- Vivencien un ejercicio estructurado donde pongan a prueba sus capacidades y competencias orientadas a la fuerza de venta.
- Reconozcan la dinámica de la fuerza de venta.
- Identifican estrategias de venta a replicar en su actividad cotidiana orientada al incremento de venta de su empresa.

## Procedimiento:

- El equipo facilitador dirá a las y los participantes que realizaremos un ejercicio de simulación donde ellos/as actuarán como fuerza de venta.
- En el ejercicio se presenta un/a empresario/a que quiere contratar a un equipo de personas para que trabajen como fuerza de venta de su prestigiosa empresa, previamente los someterá a una prueba. Se parte del supuesto que ya cuenta con las cocinas para la venta.

# Características técnicas de las cocinas mejoradas.

#### Modelo: Cocina Inkawasi

El Armazón o base de la cocina: es la estructura en donde se instalan los diferentes componentes y accesorios de la cocina, puede ser elaborada con materiales de albañilería local (adobe y barro, cemento y ladrillo, etc.)

La cámara de combustión: es el espacio en donde se genera el fuego. Pueden ser construidas con piezas de material refractario (arcilla cocida), adobes de barro mejorado, ladrillo pandereta o ladrillo pandereta con ladrillo pastelero, dependiendo del modelo de cocina Inkawasi.

La losa de ferrocemento o de hierro fundido: es la parte de la cocina en donde van las hornillas y se colocan las ollas, las cuales van sumergidas parcialmente para darle estabilidad y evitar que se vuelquen.

La Chimenea: permite mantener una adecuada circulación del aire dentro de la cámara de combustión y evacuar los gases de forma eficaz. Consta de un tubo de plancha galvanizada de 0.55mm de espesor, 12 cm de diámetro y 2m de altura y revestido en la base con barro mejorado, adobe o ladrillo para evitar accidentes por quemaduras.

La Plataforma metálica emparrillada: se utiliza para colocar la leña y como entrada del oxígeno para una mejor combustión. Está hecha de fierro corrugado de 3/8.

El soporte de las ollas: consta de 4 varillas de fierro de ½"de diámetro x 45cm de largo y se colocan en las hornillas para dar soporte a las ollas.

Una eficiente combustión y transferencia de calor: que se traduce en menor grado de gases contaminantes, menor tiempo en la preparación de alimentos y consumo de leña. Cuando la cocina es mantenida adecuadamente se llega a reducir el consumo de esta hasta en un 50% en comparación con la cocina tradicional.

Cuida el medio ambiente: reducción significativa del consumo de leña, evitando la tala indiscriminada de árboles, mitigando el cambio climático.

Protege la salud de las familias: a través de la evacuación casi total de gases de combustión fuera del ambiente de cocina, evitando la inhalación de gases tóxicos, como el monóxido de carbono y material particulado.

Seguridad y comodidad: las cocinas Inkawasi permiten una buena postura al cocinar y no existe riesgo de accidentes por quemaduras.

#### Instrucciones

- El empresario/a presentará el escenario de la implementación de cocinas mejoradas como una propuesta interesante para el desarrollo de las personas, con impactos sociales, económicos y ecológicos para su ejecución, frente a las cocinas convencionales.
- Afirmará también que hay un nicho interesante de autoridades del gobierno regional-municipal, la empresa privada y el consumidor final que quieren adquirirlas, y que disponen de recursos para ello, así mismo, resaltará que ese será el sector donde se realizará la prueba y deberán elegir a uno de ellos.
- Finalmente, indicará que el grupo que concrete un contrato pasará a formar parte de la empresa y gozará de todos los beneficios que le puede brindar.
- El equipo facilitador organizará los grupos (el equipo de fuerza de venta), y asignará también los roles de liderazgo (una mujer puede asumir el liderazgo en un equipo de varones, o un/a joven entre personas más adultas, etc.,) a cada uno de ellos.

#### Nota:

Para quien realice el papel del empresario/a: El equipo facilitador, pedirá a alguno de las o los participantes que actúe en dicho papel, caso contrario puede buscar a otra persona ajena al grupo.

### Planificación de la estrategia de venta: 20 min.

- Lo primero que deberá hacer cada equipo será poner el nombre a su grupo de fuerza de venta.
- Tendrá que decidir a qué tipo de cliente dirigirán su atención.
- Seguidamente:
  - o Organizarán sus funciones de trabajo.
  - o Diseñarán creativamente su estrategia de venta.
  - o Elaborarán los argumentos para persuadir a su posible cliente.
- El equipo facilitador les planteará un contexto de mucha competencia.
- Concluido el tiempo el equipo facilitador invitará a los grupos a que inicien la siguiente etapa.

#### Nota:

El equipo facilitador planteará desafíos en el entorno (interrupciones) para que la planificación de la estrategia no se concrete debidamente.

#### Realización de la venta: 10 min.

- Los equipos se dirigirán a su "cliente tipo" e iniciarán la estrategia de venta para lograr el contrato.
- Se acercan las/os posibles compradores y los equipos de fuerza de venta sustentarán los argumentos para convencer, persuadir y lograr cerrar la venta.

Se colocarán las instrucciones y los tiempos en un papelógrafo.

## **INSTRUCCIONES**

Planificación de la estrategia de venta 20 min.

Realización de la venta: 10 min

Finalmente, llegará el/a empresario/a para elegir a su nueva fuerza de venta, de acuerdo a los resultados logrados por los equipos competidores.



5 Procesamiento de la información

# Que las y los participantes:

Destaquen los aspectos que contribuyeron a lograr el objetivo de venta de la Fuerza de Venta desde la planificación, la organización de la estrategia, hasta la realización de la venta.

# Procedimiento:

En base a las opiniones brindadas, el equipo facilitador realizará el procesamiento de los dos momentos en que se realizó el ejercicio:

- La planificación
- La realización de la venta

## Procesamiento:

# a. Compartir los sentimientos

Se realizará la siguiente pregunta:

¿Cómo se sintieron en la experiencia? (Se tomará nota de las respuestas en el papelógrafo).

## b. Reconocer qué fue lo que sucedió

Preguntas para las personas que realizaron el papel de compradores/as (clientes)

- ¿Cuáles fueron los criterios antes de realizar el contrato?
- ¿Qué fue lo que más le llamó la atención de quienes realizaban las ventas?
- ¿Qué fue lo que más les disgustó?
- ¿Por qué firmó finalmente el contrato?

Preguntas al equipo de fuerza de venta que no logró la firma de un contrato: Se lanzará una pregunta general de por qué no se logró contrato con el cliente. ¿Qué pasó, qué sucedió?

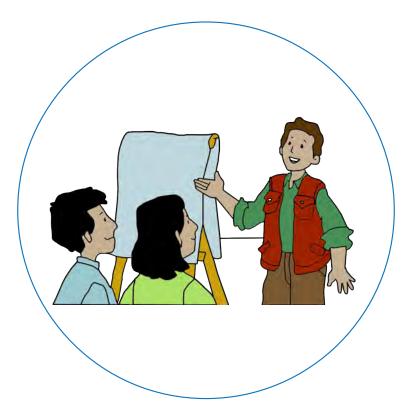
- ¿Cómo realizaron la etapa de la planificación?
- ¿Cómo organizaron el trabajo interno?
- ¿Se cumplieron las funciones asignadas?
  - o Cómo se dio el papel de la/el líder del equipo, la comunicación interna, la capacidad de respuesta frente a problemas.
- ¿Qué aspectos dificultaron el trabajo interno?
- ¿Qué ideas tenían de sus posibles clientes?
- ¿Cómo realizaron la etapa de acercamiento al cliente?
- ¿Qué argumentos emplearon para hacer la venta?

Preguntas para los grupos que lograron cerrar un contrato:

Siguiendo los mismos criterios anteriores, preguntar qué pasó y por qué lograron su objetivo de lograr un contrato.

#### Nota:

Las respuestas deberán ser registradas en papelógrafos y se va revisando cual de los dos casos se acercan más a la realidad de nuestras empresas y cómo lo estamos abordando.



6 Generalización

Que las y los participantes:

Reciban información complementaria que refuerce lo trabajado en el ejercicio.

A partir de la información recogida en los papelógrafos, el equipo facilitador hará una síntesis y brindará información adicional sobre el tema. Ver anexo (páginas ).



7 Evaluación Flash

# Que las y los participantes:

Retroalimenten con sus opiniones al equipo facilitador respecto a la sesión del día.

# Procedimiento:

Las y los participantes responderán con una sola palabra su sentir sobre el taller realizado. La pregunta será la siguiente: ¿Qué les ha parecido la sesión del día?

Seguidamente, se les agradecerá por su participación y se les invitará a la próxima sesión.

# INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

# CONTENIDOS DE LA SESIÓN FUERZA DE VENTA

¿Qué es la fuerza de venta?

Vender significa convencer a los clientes de que compren tu producto o servicio.

¿Cómo lograrlo?

Se necesita hacer uso de un conjunto de estrategias y técnicas de venta que te permitan obtener la compra efectiva de tu público objetivo.

No solamente hay que demostrar que nuestro producto es la mejor opción que las/os clientes pueden elegir. Uno de los puntos cruciales en el acceso a la energía es la distribución del producto, debido a las características de las zonas rurales: las/os clientes potenciales son poblaciones de baja renta que viven en zonas distantes, a veces sus economías están orientadas al autoconsumo y algunos insumos vienen directamente de la naturaleza y no son considerados mercancía. Por lo tanto, la rentabilidad de las empresas que quieran intervenir en la venta de productos energéticos puede ser mínima por el alto costo de transacción y la débil cadena de suministro.

¿Cómo acercar el producto a las familias rurales?

Es esencial desarrollar una cadena de distribución efectiva, incentivar la demanda y responder a los pedidos de las/os clientes, antes y después de la compra. Para la realización de la cadena de distribución, el/a empresario/a deberá identificar y capacitar a personas de la localidad como emprendedoras locales, sensibilizarlas sobre la problemática de la falta de energía y de mejorar la calidad de vida de las familias que viven en zonas alejadas. Cada emprendedor/a creará sus propias rutas de distribución y elegirá individualmente los mejores medios de transporte. Los/as emprendedores/as capacitados/as constituyen su fuerza de venta.

Las/os actores de la fase de venta: el/a empresario/a y su fuerza de venta ¿Cuál es el rol del empresario/a en el proceso de venta?

El/a EMPRESARIO/A es la persona que desarrolla y dirige el servicio de venta y post-venta de cocinas mejoradas, articula y supervisa la cadena de comercialización 1)fomentando el mercado, 2)gestionando los recursos necesarios para la operación, 3)velando por la calidad de los productos y servicios¹8. Sus actividades claves son¹9:

 Desarrollar mejoras a sus productos: implementa continuamente mejoras a sus productos, adecuándose a las necesidades y al entorno de los clientes, siempre manteniendo una política de calidad; produce prototipos que luego testea en sus diversos centros de distribución.

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Fuente interna: competencias proveedor

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Fuente interna: Plan de marketing Cocinas Mejoradas, Karem Salinas Camus de Adam.

- Invertir en la promoción de los productos: desarrolla una marca y una línea de productos fácilmente diferenciables, cuenta con elementos de promoción y está atento/a para participar en eventos locales.
- **Buscar nuevos mercados:** identifica poblaciones desatendidas donde poder expandirse, identifica las oportunidades apoya en los elementos de la cadena.
- Identificar y capacitar a personas de la localidad como emprendedores locales: sensibilizarlas sobre la problemática de la falta de energía y de mejorar la calidad de vida de las familias que viven en zonas alejadas.
- Desarrollar una cadena de distribución con emprendedores/as locales que han sido capacitados/as: establecer metas de ventas, planificar la misma y aprender el proceso de venta desde la apertura hasta el cierre de la misma (cada emprendedor/a crea su propia ruta de distribución y elige individualmente los mejores medios de transporte)<sup>20</sup>.
- Monitorear la venta por parte de los centros de distribución y por parte de sus vendedores: revisa mensualmente los indicadores de cumplimiento de los centros de distribución, analiza las observaciones registradas y motiva a los demás elementos de la cadena.
- Fortalecer la cadena de comercialización: atiende las necesidades de la cadena, busca mecanismos para fomentar y compartir el crecimiento (bonos por ventas, almuerzos compartidos, premios simbólicos), capacita cuando incorpora nuevos productos.

¿Cuál es perfil del vendedor y cuáles son sus funciones?

PERFIL DE LA FUERZA DE VENTA: La persona que se dedica a las ventas tiene como misión vender partes de las cocinas mejoradas así como servicios de instalación o mantenimiento de manera directa en los diversos hogares. Vela por la satisfacción del cliente y monitorea el mercado.

Las competencias de la persona que vende son<sup>21</sup>:

#### 1. Realizar venta a clientes

- 1.1 Impulsa y concreta la venta con clientes, reuniéndose con interesados, comprobando sus necesidades para ofrecerles el producto o servicio más adecuado, negociando condiciones de pago, elaborando nota de pedido de cliente, realiza el despacho o se encarga de que le sea suministrado el servicio por un instalador.
- **1.2 Gestiona la cobranza** a las y los clientes, en el caso de los créditos será quien esté atento de las cuotas a vencer y retornará el dinero al distribuidor.
- **1.3 Recoge mercadería de los centros de distribución,** con sus respectivas notas de pedido se acerca al centro de distribución y hace el requerimiento del producto.

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Fuente interna: Documento N° 2, DESARROLLANDO MERCADOS PARA EL ACCESO SOSTENIBLE DE ENERGÍA DOMÉSTICA EN ZONAS RUALES, Introducción.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Fuente interna: competencias vendedor.

#### 2. Monitorear Mercado

- **2.1 Identifica potenciales clientes,** realizando visitas a hogares por zonas, revisando el estado de sus cocinas y ofreciendo servicios y productos para el adecuado mantenimiento de las cocinas mejoradas, promoviendo encuentros en asociaciones de base o lugares de encuentro frecuente de los miembros de la comunidad e informando acerca de prácticas de mantenimiento, evaluando los comentarios de la población y llevando registro de ellos.
- **2.2 Identifica oferta y precios de la competencia,** conversa con la población para conocer la existencia de otros proveedores o de nuevos proyectos de instalación de cocinas mejoradas o programas de promoción de cocinas a gas.
- 2.3 Identifica oportunidades para la promoción de los productos y/o servicios, identificando lugares de ubicación estratégica para medios promocionales, solicitando productos promocionales de apoyo, informando oportunamente respecto a eventos a realizarse en la comunidad (fiestas, ferias, etc.), estando atento/a a los medios de comunicación más usados por la población.

Cada emprendedor/a puede negociar con su fuerza de venta considerando los siguientes aspectos:

- Organización interna y funcional de los vendedores en la estructura orgánica de la empresa
- Trabajo por comisión en función de la meta de venta programada.
- Trabajo a tiempo parcial de las/os vendedores
- Compromiso de trabajar conjuntamente (emprendedor/a y su fuerza de venta) para conseguir las metas establecidas promoviendo una cartera de clientes diversificada entre personas naturales, instituciones públicas y empresas<sup>22</sup>.

El/a emprendedor/a podrá entonces trabajar su plan de implementación de ventas. ¿A quién me dirijo?, ¿Cómo? Según el segmento de mercado al cual la empresa se dirige, se desarrollaran las actividades claves más adecuadas para acercarlo y engancharlo. Por ejemplo, si las ventas están orientadas a los municipios y programas sociales que demandan servicios de cocinas mejoradas, la actividad clave será sensibilizar a las autoridades públicas sobre la necesidad y los beneficios de las cocinas mejoradas. Si en cambio tengo una amplia gama de clientes desde personas naturales hasta instituciones públicas y privadas, puedo definir mi actividad clave en el diseño de productos de acuerdo a la necesidad de los consumidores finales; otra actividad clave para destacar puede ser la capacitación en el uso y mantenimiento de las cocinas mejoradas a través de una maqueta demostrativa<sup>23</sup>.

#### TÉCNICAS DE VENTAS

La promoción de ventas suele ser la estrategia más común para aumentar el nivel de consumo y la frecuencia de compra.

A continuación sugerimos algunas de técnicas de venta del modelo AIDA: Atención del/a comprador/a, Interés en el mensaje, Deseo de adquirir el producto y Acción de compra.

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Fuente interna: FORME DE AVANCE № 1, Acompañamiento a emprendedores en la implementación de los planes de negocios.

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Fuente interna: FORME DE AVANCE № 1, Acompañamiento a emprendedores en la implementación de los planes de negocios.

#### Para atraer la ATENCIÓN

- Haz cumplidos y elogios al potencial comprador.
- Da las gracias por el tiempo que se toma en escucharte.
- Despierta su curiosidad con preguntas.
- Presenta hechos relacionados con tu producto o servicio.
- Procura informarle que siempre estarás ahí para ayudarlo.
- Proporciónale noticias actuales.

#### Para crear y retener el INTERÉS

- Ayuda al potencial cliente a identificar y reconocer que tiene una necesidad o un problema.
- Efectúa sugerencias tentadoras sobre la forma en que el producto o servicio puede beneficiar al/a comprador/a.

#### Para despertar el DESEO

- Explica en detalle qué es lo que hace el producto o servicio, cómo funciona y qué servicios adicionales ofrece.
- Menciona las ventajas más importantes del producto con respecto a otro similar de la competencia.
- Haz uso de los beneficios más fuertes ofrecidos por el producto.

#### Para impulsar al cliente a la ACCIÓN.

- Evita una atmósfera de presión: no se debe insistir demasiado, porque eso podría terminar irritando al cliente.
- Establece razones finales para comprar, pero basadas en hechos y beneficios.
- Pon en boca del potencial cliente el cierre de la venta.

# <u>Distribución</u>

Es importante que el transporte y la logística sean de garantía. Un producto dañado afectará la imagen de tu empresa, aunque el problema haya sido responsabilidad del transportista. Y si llega tarde, ya no sirve. Menos si sus características son diferentes a las solicitadas. De qué sirve ofrecer un excelente producto a buen precio, habiendo gastado en publicidad y promoción, si al momento de la entrega el producto está en malas condiciones. Probablemente el cliente no te lo pagará<sup>22</sup>.

# Desarrollo de Marca

Desarrollar un nombre permitirá identificar al producto. El consumidor le otorgará una valoración de acuerdo a sus atributos (Durabilidad, Calidad, Garantía, Bajo Precio) y lo diferenciará de los existentes.





# Sesión 8 La importancia de la post venta

Guía para la capacitación de emprendedoras y emprendedores

# **OBJETIVOS**

# **QUE LAS Y LOS PARTICIPANTES:**

- Reconozcan la importancia de establecer un compromiso de atención al/a cliente después del momento de la compra o cierre de un contrato.
- Elaboren estrategias de atención post venta para sus clientes.
- Socialicen experiencias de implementación de la post venta.

Tiempo de duración: 3 horas.

# ESTRUCTURA DE LA SESIÓN

HORA INICIO	ACTIVIDAD	TIEMPO	OBJETIVOS Que las y los participantes
	1. Hilo conductor.	20′	<ul> <li>Recuerden los aspectos centrales de la sesión anterior.</li> </ul>
	<ol> <li>Vitalizador Como gato/a y ratón/a.</li> </ol>	10′	<ul> <li>Interaccionen y se diviertan en un ambiente agradable para la participación.</li> </ul>
	<ol> <li>Introducción al tema de la post venta</li> </ol>	20'	<ul> <li>Compartan ideas de lo que significa la post venta.</li> </ul>
	<ul> <li>4. Ejercicio estructurado "Post venta"</li> <li>Planificación</li> <li>Escenificación</li> </ul>	40	<ul> <li>Reconozcan la importancia de establecer un compromiso de atención al/a cliente después del momento de la compra o cierre de un contrato.</li> </ul>
	Pausa	10'	Libre
	5. Procesamiento de la información:	30′	<ul> <li>Compartan la información y los sentimientos generados a partir del trabajo realizado.</li> <li>Aprendan a ponerse en el lugar de quien realiza la compra del producto o servicio y generen estrategias de respuesta.</li> </ul>
	6. Generalización Se identifican las estrategias más efectivas para su implementación.	10′	<ul> <li>Obtengan información complementaria que refuerce lo trabajado.</li> </ul>
	7. Evaluación final	20′	<ul> <li>Retroalimenten al equipo facilitador respecto al desarrollo del programa de capacitación en tanto: contenidos, metodología y organización.</li> </ul>

# La importancia de la post venta



1 Hilo conductor

# Objetivo

Que las y los participantes:

Destaquen, socialicen los temas principales de la sesión anterior.

Materiales: un papelógrafo y un plumón

Esta parte de la sesión se realizará mediante la técnica "lluvia de ideas", la cual consiste en que el equipo facilitador lance una pregunta general y sobre ella las y los participantes tendrán que compartir sus opiniones.

## Preguntas:

- ¿Qué ideas centrales nos ha dejado la sesión pasada?
- ¿Por qué son importantes estos temas?

Si hubiera algún tema no expresado por las y los participantes, y el equipo facilitador lo considere importante, lo podrá presentar y pedir las opiniones al respecto. Es posible que surjan algunas dudas sobre los diferentes puntos de vista; en este caso se debe tomar un tiempo para discutirlas.



2 Vitalizador: Como gato/a y ratón/a

# Que las y los participantes

• Interaccionen y se diviertan en un ambiente agradable para la participación.

# Procedimiento:

El equipo facilitador presentará la historia del gato/a y el ratón/a.

Había una vez un/a ratoncito/a muy amigable, pero asustadizo, siempre estaba escapando de un enorme gato que se lo quería comer; el único lugar donde se sentía seguro/a era en su jaula, la cual estaba encantada.

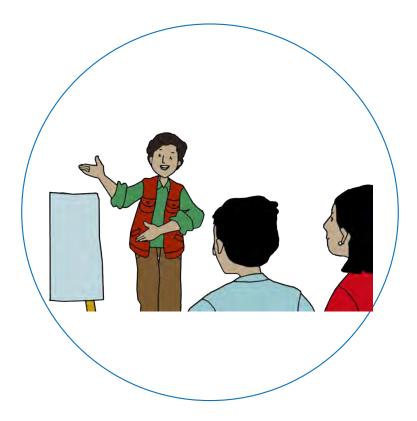
Cuando el/a ratón/a tenía hambre, la jaula se abría y dejaba salir a su inquilino, y al ver que este se encontraba corriendo por su vida, la jaula lo dejaba entrar y se cerraba automáticamente impidiendo el ingreso del gato.

Seguidamente, invitará a dos participantes del curso para que apoyen en la realización de la dinámica, uno actuará como gato/a y el o la otra como ratón/a.

Luego, pedirá a todos/as que hagan un círculo tomados de la mano y les dará las siguientes indicaciones.

# Consignas

- Nuestra misión será proteger la vida del/a ratón/a, dándole seguridad impidiendo el ingreso del felino.
- Para ello, actuaremos como la jaula encantada, que al tomarnos de las manos cerraremos todas las puertas de acceso e impediremos el ingreso del gato/a.
- Pero el gato tiene hambre y empleará todo su ingenio para ingresar a la casa del ratón/a y comérselo/a.
- Por otro lado, el ratón/a también tiene hambre y deberá salir sigilosamente a buscar sus alimentos y a la menor amenaza irá corriendo a protegerse en su guarida.
- Las personas que actúan como ratón/a o gato/a deberán moverse sólo en torno al círculo.
- Si el ratón/a es atrapado/a por el gato/a alguien del grupo tendrá que tomar su lugar.



3 Introducción al tema de la post venta

Las y los participantes:

Comparten ideas de lo que significa la post venta.

## Procedimiento:

Este paso se realizará mediante la técnica "lluvia de ideas" con tarjetas; para ello el equipo facilitador lanzará una pregunta general sobre la post venta, y luego les pedirá que escriban su respuestas de acuerdo a la siguiente pregunta:

¿Qué ideas tenemos sobre la post venta?

#### Pautas para escribir las tarjetas:

Se distribuirá a cada participante tarjetas (mitad de tamaño A-4). En cada tarjeta escribirán una respuesta a la pregunta planteada.

Paso siguiente, estas se colocarán en la pizarra para que el equipo facilitador empiece a organizarlas y leerlas.

Nota: esta actividad no es una evaluación, sino un acercamiento al conocimiento de lo que las y los participantes saben sobre la post venta, como punto de partida para enfocarse en el tema.

Ver la separata de contenidos.



4 Trabajo grupal: Post venta

# Que las y los participantes:

Reconozcan la importancia de establecer un compromiso de atención al/a cliente después del momento de la compra o cierre de un contrato.

# Procedimiento:

- El equipo facilitador organizará subgrupos de trabajo y luego les planteará la tarea a realizar.
- A cada grupo le tocará un caso, lo analizarán en conjunto y luego, apelando a su creatividad, lo tendrán que escenificar.
- Dispondrán de 20 minutos para organizarse y 10 minutos para la escenificación del caso.

#### Casos:

- Caso 1 con el Gobierno Local.
- Caso 2 con la Federación de Comedores.
- Caso 3 con una persona natural.

#### Tiempos:

- Planificación 10 min
- Escenificación 05 min

## Desarrollo de los casos:

A cada grupo se le entregará el caso redactado en una hoja, luego el grupo lo deberá leer y escenificar.

<u>Caso uno:</u> se presentará el cierre de una venta de cocina mejorada con el Gobierno local de Areguipa.

En este caso intervienen la fuerza de venta y la autoridad municipal que firma el contrato para la adquisición del servicio.

Tiempo después de la implementación de las cocinas, se presentan una serie de fallas en la instalación; en este caso, no hay atención post venta, ¿qué pasará?

La tarea para el grupo será escenificar de manera creativa lo siguiente:

- o Presentarán cómo se realizó el cierre de la venta.
- o Las reacciones de parte de la población: ¿cómo afecta a su vida cotidiana?
- o Las reacciones del Gobierno local.
- o Las consecuencias finales, el futuro de las cocinas mejoradas en esta parte del país.

<u>Caso dos:</u> Se presentará el cierre de venta de cocinas mejoradas con la Federación de Comedores de Cajamarca; en este caso se verá a la fuerza de venta y a la presidenta de la federación celebrando un contrato. Pasado el tiempo de la implementación de las cocinas, estas presentan fallas en el encendido; a diferencia del caso anterior, si existe atención post venta.

La tarea para el grupo consistirá en escenificar los siguientes momentos:

- o Presentarán como cerraron la venta.
- o Presentarán la situación problema.
- o La reacción de la federación.
- o El comportamiento de la post venta, estrategias aplicadas.
- o Los resultados finales.

<u>Caso tres:</u> Se presenta la venta de una cocina mejorada al señor Juan Peña, padre de familia con niños/as en edad escolar; él es el responsable de preparar el desayuno de sus menores hijos todas las mañanas para que asistan al colegio; de repente la cocina no funciona ... El equipo decidirá la respuesta que le dará a este caso.

- o Escenificarán la venta de la cocina.
- o Presentarán la situación problema.
- o Las reacciones del señor Peña.
- o Las reacciones de la fuerza de venta (en este caso hay respuesta)
- o El resultado final.



5 Procesamiento de la información

Que las y los participantes:

- Compartan la información y los sentimientos generados a partir del trabajo realizado.
- Aprendan a ponerse en el lugar de quien realiza la compra del producto o servicio y generen estrategias de respuesta.

## Procesamiento:

a. En este momento las y los participantes compartirán los sentimientos que se han generado a partir de su participación en la dinámica; para ello el equipo facilitador lanzará la siguiente pregunta:

¿Cómo se sintieron en la experiencia?

#### Notas:

- Se registrarán los aportes, sean sentimientos positivos o negativos, en papelógrafos.
- b. Seguidamente, se les dirá que revisaremos lo que pasó, o sucedió en la dinámica, que esto se realizará de manera ordenada, siguiendo dos momentos trabajados en la vivencia:
  - El cierre de la venta.
  - El tratamiento de la post venta.
  - Se pondrá énfasis en las estrategias empleadas de post venta realizadas.
  - Las dificultades que genera la ausencia de la post-venta.

#### Primer caso

Al cierre de la venta:

- ¿Qué vimos, cómo quedaron los dos actores, quien vendió y quien realizó la compra?
- ¿Cómo se comportó la empresa que realizó la venta?

# Después de la venta

- ¿Qué pasó, qué dificultades se presentaron?
- ¿Cuál fue la reacción de la población y del Gobierno Regional?
- ¿Cuál serán el futuro de la cocina mejorada en esa parte del país?

# Segundo caso

Al cierre de la venta

- ¿Cómo cerraron la venta los dos actores?
- ¿Cómo se comportó la empresa que realizó la venta?

# Después de la venta

- ¿Qué dificultades se presentaron?
- ¿Cuál fue la reacción de la Federación de Comedores?
- ¿Cómo se comportó la fuerza de venta?

## **Tercer caso**

Al cierre de la venta

- ¿Qué problema o necesidad estará respondiendo la cocina mejorada en la vida del señor Paredes?
- ¿Cómo puede afectar en la vida cotidiana la ausencia de la post venta?

# Después de la venta

• ¿Qué estrategias post venta pusieron en práctica para responder a la situación problema?.

## Nota:

Las respuestas deberán ser registradas en papelógrafos, luego se analizará cual de los casos escenificados se acercan más a la realidad de nuestras empresas, y cómo lo estamos abordando.



6 Generalización

Que las y los participantes:

Reciban información complementaria que refuerce lo trabajado en la dinámica.

A partir de la información recogida en los papelógrafos, el equipo facilitador hará una síntesis y brindará información adicional sobre el tema. Ver anexo (páginas siguientes).



7 Evaluación final

Que las y los participantes:

Retroalimenten al equipo facilitador respecto al desarrollo del programa de capacitación en tanto: contenidos, metodología y organización.

# Procedimiento:

Se entregará a cada participante una ficha de evaluación del programa para que lo desarrolle; finalmente, pedirá que la entreguen (ver anexo).

Nota: La ficha será anónima.

# INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

# CONTENIDOS DE LA SESIÓN POST- VENTA

¿Por qué es fundamental retener un cliente?

Un/a cliente contento/a agradece, un/a cliente satisfecho/a regresa, pero un/a cliente amigo/a puede darte su preferencia para toda la vida.

¿Cómo retengo el cliente? Los servicios post-venta

En una primera fase de introducción se inician las estrategias de fidelización a través del conocimiento del/a cliente, estableciendo mecanismos de contacto que nos permitan conocer su nivel de satisfacción con el producto y/o servicio, así como oportunidades de mejoras. Es necesario medir su nivel de satisfacción, responder a las necesidades que puedan surgir, ofrecerle nuevos accesorios o innovaciones que puedan mejorar su experiencia con el producto o servicio.

El objetivo es que el/a cliente sienta que la empresa se preocupa por su satisfacción, entonces hay que transmitirle una sensación de cuidado. Es fundamental responder y/o también adelantar las necesidades que el/a cliente pueda tener después de haber comprado nuestro producto brindándole servicios de post-venta. Por ejemplo:

- Servicio de instalación de la cocina por personal de la misma empresa incluido en la compra.
- Brindar garantía del producto para generar un clima de confianza en el producto.
- Los/as emprendedores/as locales encargados de la venta deben brindar un servicio de reparaciones y mantenimiento, y en caso de reclamos hacerlo llegar a la empresa.
- Los productos defectuosos son devueltos al fabricante.
- Actividades de conocimiento y aseguramiento de la calidad: se pueden realizar "visitas de control"
  para quienes han adquirido los productos o hayan solicitado los servicios. Estas visitas pueden ser
  realizadas por las/os técnicos y su objetivo es verificar el adecuado funcionamiento de la cocina.
  También se puede aprovechar el espacio para realizar otras recomendaciones y eventualmente
  realizar una venta.
- Otorgamiento de Incentivos: en las visitas se puede entregar un breve recuerdo de la empresa, de esta manera aunque la persona sabe que ya fue cliente, siente que la empresa todavía sigue interesada en su completa satisfacción.

# FICHA DE EVALUACIÓN

Nombre del Taller de capacitación:		Sí	Más o menos	No	
		$\odot$	$\bigcirc$	$\odot$	
	Fecha:				
	OPINIÓN				
¿Me gustó el trabajo del equipo facilitador?					
¿Me siento bien respecto a mi participación en la sesión?					
¿Aprendí de las demás personas?					
اخ	QUÉ FUE LO QUE APRENDÍ DURANTE EL TALLER?				
•••					
•••					· • • •
	O REALIZADO ES IMPORTANTE PARA:				
	li trabajo ()  No()				
	Por qué?:				· • • •
	li vida personal				• • • •
	( ) No ( ) Por qué?				
	or que:				· • •
نے	QUÉ DEBERÍA MEJORAR EL TALLER?				
	rganización:				
	letodología:				
	ogística:				
U	tros:	•••••	•••••	•••••	
Α	LGUNAS OBSERVACIONES/SUGERENCIAS				
•••					



# Proyecto Energía, Desarrollo y Vida

Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Pasaje Bernardo Alcedo 150, Piso 4 San Isidro, Lima 27 T 0051 1 442 1999/0051 1 442 1997 F 0051 1 442 2010 I http://www.endevperu.org

