

Evarista Arabella Bautista Hernández

REPERCUSIONES DE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS EXPOSITIVAS Y EL USO DE
LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN DEL
PERSONAL OPERATIVO DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS
CARBONATADAS

Asesor: Lic. Mario Alfredo Calderón Herrera



Universidad de San Carlos de Guatemala
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Guatemala, abril 2002

Este estudio fue presentado por el autor como trabajo de tesis, de Licenciado en: Pedagogía y Ciencias de la Educación.

Guatemala, abril 2002

INDICE

CONTENIDO	PAGINA
INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO CONCEPTUAL	3
1.1. Antecedentes del problema	3
1.2. Importancia de la investigación	7
1.3. Planteamiento del problema	7
1.4. Alcances y límites.....	8
1.4.1. Alcances	8
1.4.2. Límites	8
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. La pedagogía como disciplina tecnológica	9
2.2. Tecnología educativa	9
2.3. Planeamiento didáctico	10
2.4. Medios didácticos	10
2.5. Técnica.....	11
2.6. Técnica didáctica.....	11
2.7. Técnica expositiva	12
2.7.1. Introducción	12
2.7.2. Información	12
2.7.3. Síntesis	13
2.7.4. Recomendaciones para uso de la técnica expositiva	13
2.8. Técnica demostrativa	14
2.8.1. Preparación.....	14
2.8.2. Demostración.....	15
2.8.3. Ejercitación	15
2.8.4. Evaluación	15
2.9. Ventajas de la técnica demostrativa	15
2.10. Servicio al cliente.....	15
2.11. Características del vendedor	17
2.11.1. Actitud correcta hacia el trabajo.....	17
2.11.2. Conocimiento del producto o servicio	17
2.11.3. Técnicas de venta.....	17
2.11.4. Organización del trabajo	18
2.12. Funciones del personal operativo.....	18
2.12.1. Vendedor	18
2.12.2. Objetivo principal del puesto	18
2.12.3. Actividades del puesto	19
2.12.4. Perfil del puesto	19
2.13. Piloto	20
2.13.1. Objetivo principal del puesto	20
2.13.2. Principales actividades del puesto	20
2.13.3. Perfil del puesto	21
2.14. Auxiliar ventas	21

2.14.1. Objetivo principal del puesto	21
2.14.2. Principales actividades del puesto	21
2.14.3. Perfil del puesto	22
2.15. Capacitación.....	22
2.16. Capacitación motivacional.....	24
2.17. Beneficios organizacionales de la capacitación	25
2.18. Ayudas de capacitación.....	25
2.19. Medios audiovisuales	25
2.20. Empleo de los audiovisuales	26
2.21. Mitos de la utilización de los medios audiovisuales.....	26
2.22. Características de los medios audiovisuales.....	27
2.23. Beneficios de la aplicación y uso de los medios audiovisuales	28
2.24. Reglas para utilizar ayudas visuales en capacitación.....	28
2.25. Tipos de audiovisuales	28
2.25.1. Visión.....	29
2.25.1.1. Proyectables.....	29
2.25.1.2. Retroproyector.....	29
2.25.1.3. La pantalla.....	29
2.25.1.4. Diapositivas	30
2.25.1.5. Transparencias.....	30
2.25.1.6. Ordenador o computadora	31
2.25.1.7. Proyector multimedia.....	31
2.25.2. No proyectables.....	31
2.25.2.1. Fotografía.....	31
2.25.2.2. Mapas	31
2.25.2.3. Láminas.....	32
2.25.2.4. Carteles.....	32
2.25.2.5. Pizarrón.....	33
2.25.2.6. Yeso	34
2.25.2.7. Almohadilla.....	34
2.25.2.8. Marcadores	34
2.25.3. Audición.....	35
2.25.3.1. Registros discográficos	35
2.25.3.2. Registros magnetofónicos	35
2.25.3.3. Emisiones radiofónicas.....	35
2.25.3.4. Películas	36
2.25.3.5. Programas televisados	36
2.25.3.6. Films sonoros	36
2.25.3.7. Discos.....	36
2.25.3.8. Cassettes –vídeo.....	36
2.26. Elaboración de un curso de capacitación con ayudas audiovisuales	37
2.27. Propuesta de capacitación para vendedores	38
2.28. Desarrollo del programa	39
2.29. Propuesta de capacitación para capacitadores.....	45
2.30. Desarrollo del programa	46
3. MARCO METODOLOGICO	64
3.2. Objetivos	64

3.2.1. General	64
3.2.2. Específicos	65
3.3. Variables	65
3.3.1. Definición conceptual.....	65
3.3.2. Definición operacional.....	66
3.4. Los sujetos	68
3.4.1. Población o universo.....	68
3.4.2. La Muestra.....	68
3.5. Técnicas de recopilación de datos	69
3.5.1. Técnica encuesta – cuestionario.....	69
3.5.2. Técnica muestreo	70
3.5.3. Técnica análisis	70
3.5.4. Investigación bibliográfica.....	70
3.6. Instrumentos y/o actividades técnicas.....	70
4. PRESENTACIÓN DE DATOS	70
4.1. Análisis estadístico	70
4.2. Conclusiones.....	86
4.3. Recomendaciones.....	88
5. BIBLIOGRAFÍA.....	90
ANEXOS	92
Modelo de encuestas y/o cuestionarios	92

INTRODUCCIÓN

La acelerada tendencia al cambio, ha provocado numerosos problemas sociales, económicos y políticos en los últimos años, y ha evidenciado la necesidad de que las organizaciones dispongan del suficiente personal capacitado y actualizado para adaptarse a las circunstancias del cambio.

La experiencia indica que los recursos humanos son los más importantes para el funcionamiento de las organizaciones. Es indispensable una mejor capacitación del ser humano, como parte integrante de la organización. Es decir, la persona hábil en la aplicación de técnicas, formando grupos de trabajo.

Se está comprobando que la capacitación en grupo rinde sus mejores frutos. Esta capacitación ha tenido gran aceptación ya que permite al ser humano convivir con otros, y al mismo tiempo, aprender de las experiencias y criterios de los participantes. La dinámica de grupos y los materiales que se utilizan, juegan un papel muy importante en esta actividad.

La dinámica de grupos, incluida en los programas de capacitación permite al participante sentirse más humano, ya que la capacitación tradicional plantea hombres máquina, que olvidan sus sentimientos. En este caso se pierde una de las características esenciales del ser humano; compartir con otros, como ser biopsicosocial.

En la legislación laboral de reciente promulgación, valora el adiestramiento de personal, por ello, una gran cantidad de personas y grupos de instructores entusiastas y deseosos de participar en las actividades de formación de personal de industrias, comercios y todo tipo de empresas, se encuentran sorprendidas y desconcertadas ante este compromiso que parece ser completamente nuevo.

Existe un buen número de instructores que creen cumplir con su responsabilidad frente a grupos y empresas, limitándose a difundir información a través de las técnicas expositivas y el uso de cintas grabadas, sin crear vivencias en los participantes. Han surgido, también, personas que manejan con ingenuidad y superficialidad las técnicas y materiales audiovisuales, comparándolas con juegos de azar y atractivos ejercicios aplicables en todo momento y para todo tipo de propósitos. En muchos eventos estos materiales y juegos se tratan como repertorio de trucos que los entrenadores o facilitadores pudiesen elegir indiscriminadamente. Por ello, este es el momento para mostrar la forma adecuada de utilizar dichas técnicas expositivas y materiales audiovisuales y los riesgos de su mal uso.

Por lo anterior se investigó en libros y documentos, sobre el uso de técnicas expositivas y materiales audiovisuales, el conocimiento de manejo de los mismos, el servicio al cliente, la capacitación empresarial, la motivación de los colaboradores a través de la capacitación, los beneficios organizacionales de la capacitación y la estructura de un curso de capacitación. Esto permite contribuir con el estudio de la capacitación y el desarrollo de las actividades con medios audiovisuales de reciente manufactura. Este aspecto no ha sido tratado metodológicamente como se ha hecho con otras técnicas de comunicación.

El propósito esencial de la investigación es que los facilitadores e instructores profesionales cuenten con un instrumento para planear, implementar y controlar vivencias eficaces, orientadas a objetivos claramente definidos. Una inspección de las experiencias y aprendizaje de los participantes y un esquema o modelo permitirá de manera rápida, sencilla y metódica, identificar las necesidades de capacitación y desarrollo en todo tipo de empresa. Estas demandas pueden satisfacerse mediante los ejercicios, técnicas y materiales audiovisuales. No describe qué hacer porque todas las instituciones y grupos tienen diferentes objetivos y normas de conducta. Sólo explica qué debe buscarse para que se deduzca el qué hacer y aplicar luego el cómo hacerlo.

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes del problema

El proceso de enseñanza-aprendizaje ha desarrollado desde la época primitiva. El hombre de las cavernas transmitió los conocimientos y habilidades obtenidas en sus experiencias vivenciales, como prueba de ello es el lenguaje gráfico, luego el fonético y finalmente, la combinación de ambos.

A medida que los conocimientos del hombre permiten descifrar los descubrimientos arqueológicos, se patentiza la importancia que tuvo el aprendizaje y entrenamiento en las civilizaciones antiguas. Por ejemplo, se puede mencionar las construcciones en ladrillos del palacio sumerio de Kish en la Mesopotamia (3,500 años A.C.), la Torre de Babel que describe la Biblia, la construcción compleja de las pirámides y otras construcciones como el templo de Salomón.

Es evidente que para llevar a cabo todas estas construcciones se emplearon albañiles, carpinteros, canteros, artistas y científicos que debieron ser adiestrados en estas actividades.

El código de Hamurabi (2,100 A.C.) es el primer escrito que plantea reglas y procedimientos para la transmisión de habilidades y conocimientos. Anteriormente se utilizaba la instrucción directa debido a que el artesano o campesino, era analfabeta, por lo que aprendían de las experiencias y habilidades de sus mayores.

Entre los siglos XII y XV, se organizan los gremios. Se originaron de la agrupación de individuos que compartían intereses comunes y aspiraban llegar a metas análogas. Estas agrupaciones formaron las primeras empresas, en virtud de que estaban constituidas por tres clases de trabajadores: los maestros, propietarios de la materia prima y de la herramienta, actuaban como directores en la ejecución de las labores. Los aprendices no recibían pago alguno, sino alimentación y enseñanza. Los trabajadores eran personas que ya habían pasado por la etapa de aprendizaje pero no dominaban el oficio y recibían un pago fijo por su trabajo.

En siglo XIX cambian las organizaciones de los trabajadores. La enseñanza especializada de los trabajadores es relevante ya que originó un sistema de educación vocacional reglamentado.

La era industrial transformó la economía agrícola en una de carácter fabril acompañada del crecimiento de las actividades de capacitación.

El auge de la industria da origen a las Escuelas Industriales. A principio del siglo surge el método de la educación corporativa en la Universidad de Cincinnati. Dicho método requiere que los alumnos asistan a la escuela tiempo completo durante un período de la enseñanza, y el otro, lo trabajen en una fábrica para después volver de nuevo a la escuela a recibir un entrenamiento adicional. Así podían regresar a la fábrica y con experiencia práctica complementaria de la enseñanza.

Este método se ha practicado recientemente en América Latina. La Ford Motor Co., S.A. de México, D.F., fue la primera en utilizarlo en coordinación con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (fines de 1965).

En el año de 1915, en los Estados Unidos, se crea un método de enseñanza militar llamado Método de los cuatro pasos o Herbartian, (mostrar, decir, hacer, comprobar).

La primera guerra mundial fue un excelente medio de experimentación de este método. Los precursores de éste, fueron: Charles Allen y Michael J. Jane, quienes sientan las bases de lo que será más tarde (20 años después) el entrenamiento dentro de la industria de la comisión de recursos humanos de la guerra.

La importancia de este método radica en proporcionar de manera uniforme, educación y entrenamiento en los niveles que las escuelas públicas no podían alcanzar.

Ya en los años de 1920 a 1930 surge la educación por correspondencia.

Durante la Segunda Guerra Mundial las organizaciones comprenden y sienten la necesidad de capacitar a su personal y de que una persona supervisara el trabajo. Esto se debe a que los trabajadores que habrían sido llamados por el ejército fueron suplidos por los ancianos y mujeres.

Surge el programa de entrenamiento de instrucción en el trabajo, conocido como JIT (Job Instrucción Training) enfocado a capacitar a supervisores de primera y segunda línea.

Este tipo de programas propicia la incorporación del director de entrenamiento industrial como una necesidad de las empresas; no bastaban los estudiantes y los programas de estudio. Se necesitaba a una persona responsable de la programación de cursos, de su implantación y de su supervisión.

Uno de los más grandes servicios para poder lograr los objetivos de la organización fue la publicación del Training and development journal (Periódico de Capacitación y Desarrollo). Tomó este nombre en el año 1966, ya que anteriormente se le conocía como: Journal of Industrial Training (Diario de Entrenamiento Industrial).

Esta evolución sugiere la tecnificación de la función ante las dificultades y complejidad de la industria. La enseñanza de los temas exigía profesionalismo. En la actualidad se requiere que quienes se dediquen a la capacitación se esfuercen por lograr altos niveles de motivación y productividad del capacitado. Es decir, más efectividad en el cambio positivo del comportamiento del educando.

La capacitación de personal es el factor más importante en las operaciones de una organización. La educación del hombre debe tener la preocupación de la sociedad y preparar a la persona para que desempeñe el rol que le corresponde.

El objetivo de la educación se concentra en la personal y en el proceso espiritual, no en las relaciones con el medio Social; es decir que se debe formar al hombre para que lleve una vida normal, útil y de servicio a la comunidad; fortaleciendo el sentido de su libertad, así como el de sus obligaciones, derechos y responsabilidades.

Las dos guerras de este siglo dieron lugar al desarrollo de técnicas de capacitación cuya importancia se centraba en los medios visuales por ser una de las mejores herramientas de fijación del aprendizaje y de la capacitación intensiva. Estos métodos se han ajustado a otros campos de la actividad humana, especialmente de la industria. En 1,940 se plantea la capacitación como una función organizada y sistematizada, en la cual la figura del instructor, adquiriera especial importancia, los contenidos fueran estructurados de acuerdo con el nivel y especialidad de las personas que los recibieran y que los medios didácticos y audiovisuales fueran adecuados a labor educativa.

No hace más de 10 ó 12 años, las empresas públicas y privadas dieron importancia a la educación y capacitación. En la actualidad se han creado diversas instituciones de enseñanza a las que acuden las empresas para satisfacer sus necesidades en estas áreas. No obstante existen empresas que, sin considerarse autosuficientes, satisfacen sus propias necesidades. Así mismo, existen asociaciones que promueven la capacitación empresarial y la utilización de recurso adecuadas para alcanzar los más altos niveles de motivación y productividad.

El mundo empresarial y el individuo que lo conforma han cambiado radicalmente. Las empresas, hoy cambian por la globalización, la competencia y la excelencia en el servicio. En este país, las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, se han involucrado en la capacitación. Al inicio de los años ochenta no se contaba con un departamento específico para capacitar al personal de la corporación, y la capacitación era impartida por personal extranjero. Por lo mismo, se decidió estructurar en áreas la administración de algunas empresas. La Administración de Recursos Humanos fue una de esas áreas cuyo propósito es la capacitación. El objetivo de este departamento fue desarrollar políticas y apoyar la elaboración de diagnósticos de necesidades de capacitación. La capacitación estaba dirigida a niveles corporativos altos. Sin embargo, dado que el personal de ventas es quién llegaba al el cliente externo, Son ellos quienes deben preparar para enfrentar con eficiencia las tareas diarias. En 1986 se crea el primer departamento de capacitación con el propósito de llegar a todas las empresas de la corporación, ubicadas en toda la república de Guatemala. (3)

Hasta el momento, en Guatemala, no se ha realizado ningún estudio con relación a los efectos que tiene la aplicación de técnicas expositivas y la utilización de medios audiovisuales en procesos de capacitación empresarial. Por ello, con esta investigación, se pretende conocer un poco más sobre este campo y, al mismo tiempo, contribuir al desarrollo educativo de capacitadores, instructores y toda persona relacionada con la capacitación empresarial dado que capacitan a toda persona que tiene contacto directo con el cliente. Es necesario e importante que el docente imparta los conocimientos con claridad concisión y actualización. De esta forma se estaría proporcionando una capacitación efectiva.

1.2. Importancia de la investigación

El tema de la capacitación empresarial, es importante, porque la mayoría de colaboradores de empresas de bebidas carbonatadas con escolaridad media y superior es mínimo. En Guatemala, el sistema educativo no atiende estos sectores de población económicamente activa. También es necesario mencionar que la capacitación no ha tenido, hasta el momento, un desarrollo significativo por falta de asignación de recursos económicos, o bien ausencia de material y/o medios audiovisuales que contribuyan a la fijación e integración del aprendizaje de sus colaboradores. Muchas empresas utilizan técnicas expositivas que, de acuerdo con la evaluación de desempeño y logro de objetivos en las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, de los años 2000 y 2001, no alcanzaron los resultados deseados en los capacitandos.

Para que el trabajo de capacitación sea efectivo, es necesario que los capacitadores, consideren no sólo técnicas expositiva, sino formas llamativas al estructurar y presentar los contenidos, de forma llamativa, sobre todo, si la capacitación va dirigida a personas adultas.

Las técnicas expositivas y medios audiovisuales que se utilicen durante el proceso de capacitación deben satisfacer necesidades de conocimiento y de aprendizaje de las empresas y del personal que labora en las mismas.

Por lo anterior, este trabajo, es importante; pretende dar a conocer los efectos que las técnicas expositivas y los medios audiovisuales pueden tener en la fijación del aprendizaje y, al mismo tiempo, el grado de aceptación que los mismos tienen en el proceso de capacitación, contribuyendo con ello a concienciar a las personas involucradas en dicho proceso en la utilización y aplicación adecuada de los medios audiovisuales que puedan estar a su alcance.

1.3. Planteamiento del problema

La labor de la capacitación empresarial es múltiple, variada e ilimitada, el punto de atención son los procedimientos expositivos, pero también deben serlo los recursos audiovisuales, en virtud de la importancia que éstos tienen en el proceso de aprendizaje. De ello dependerá el éxito o el fracaso de los cursos impartidos.

Se desea que la capacitación empresarial mejore los procesos de ventas y contribuya a la motivación del empleado, a través de medios innovadores que permitan alcanzar sus objetivos. Por ello se plantea la siguiente interrogante, la cual será el motivo de investigación: **¿QUÉ REPERCUSIONES TIENE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS EXPOSITIVAS Y EL USO DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES, EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL OPERATIVO DE LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS CARBONATADAS?**

1.4. Alcances y límites

1.4.1. Alcances

Esta investigación tomó en cuenta la aplicación técnicas expositivas, su conocimiento, el uso de medios audiovisuales, el conocimiento de manejo de los mismos, el servicio al cliente, capacitación empresarial, motivación de los colaboradores, beneficios organizacionales de la capacitación y estructura de un curso de capacitación. Para el efecto, la investigación abarcará al personal operativo: vendedores, auxiliares y pilotos de camiones tres empresas de distribución de bebidas carbonatadas. La investigación podrá ser aplicable en los departamentos de capacitación de empresas que se dedican a distribución de productos y servicio al cliente en el ámbito nacional.

1.4.2. Límites

La investigación se realizó en tres empresas, dedicadas a la distribución de bebidas carbonatadas de la ciudad de Guatemala y solamente abarcó a personal operativo como: vendedores, pilotos y auxiliares de ruta quienes tienen mayor contacto con clientes. No podrá ser aplicable a empresas que en su estructura administrativa no contemplen departamentos de capacitación o sistemas similares. La presente investigación contempla el tema tipos de capacitación, el cual se mencionará en forma general y únicamente para conocer si las empresas utilizan las capacitaciones técnicas expositivas o si las refuerzan con ayudas audiovisuales y al mismo tiempo saber si son o no efectivas. La investigación se basó en información proporcionada por las empresas y comprende los años 2,000 y 2001.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La pedagogía como disciplina tecnológica

La pedagogía tecnológica se refiere a los medios, recursos, procedimientos e instrumentos de que se vale el capacitador para logra el propósito u objetivo de aprendizaje.

Luzuriaga sostiene que el objeto de la pedagogía tecnológica es la ejecución exacta, la práctica educativa que engloba todos los medios y métodos que la educación aplica para alcanzar las metas o fines propuestos.

2.2. Tecnología educativa

Por tecnología educativa se entiende el estudio y aplicación de un conjunto de términos, materiales, herramientas, máquinas y equipos, destinados a la realización del proceso enseñanza - aprendizaje, incluyendo métodos, procedimientos y formas didácticas, así como las ayudas audiovisuales. También incluye los planes y programas, las actividades y experiencias de aprendizaje, es decir, todo el currículo de estudios. Actualmente la tecnología educativa se ha definido como el desarrollo de un conjunto de técnicas sistemáticas acompañadas de conocimientos prácticos para el diseño, operación y medida del trabajo educativo entendido como un sistema (8:61)

Comprende los medios que sirven a los fines y necesidades de la educación sistemática o intencional. (10: 79).

Son todos los elementos que pueden variar los resultados de la acción docente y por ello debe tomarse en cuenta al momento de realizar la planificación de las actividades de capacitación, ya que con el uso de la tecnología se logra una mayor fijación de los objetivos de la enseñanza - aprendizaje.

La tecnología educativa es todo recurso o procedimiento que se utiliza para fijar eficaz y eficientemente los conocimientos que se darán a conocer durante el proceso de capacitación. Por tanto, se considera importante definir el siguiente término

2.3. Planeamiento didáctico

Es la actividad previa la acción didáctica que consiste en determinar los objetivos de aprendizaje, diseñar las experiencias, seleccionar las actividades y recursos, y determinar los procedimientos de evaluación que se realizarán durante un determinado período de tiempo. (3: 112)

El planeamiento es un recurso indispensable en toda empresa, ya que permite lograr ciertas metas y seleccionar los medios y recursos para alcanzar los mismos.

El planeamiento didáctico es el que permite seleccionar, organizar y adecuar situaciones de aprendizaje, en las cuales sistemática, intencionada y progresivamente aplica las mejores técnicas del saber pedagógico, para hacer más eficiente y eficaz la formación de los educandos y producir una auténtica relación entre el educando-comunidad-contenido-unidad-método-actividad. (14: 133,134)

2.4. Medios didácticos

Son recursos que permiten reforzar los conocimientos desarrollados en una actividad de capacitación y que propician la aclaración de términos o dudas en función del aprendizaje que se espera alcanzar.

Elementos empleados por el capacitador y los capacitandos para proporcionar y obtener información acerca de un determinado contenido. Pueden variar desde persona, instituciones, textos, libros de consulta, y todo tipo de medios audiovisuales. (6: 111)

“Recursos o ayudas didácticas que estimulan la atención del alumno a través de los sentidos y muy especialmente de la vista y el oído o ambos sentidos a la vez, donde se incluye desde la voz del maestro, los libros de texto, los mapas, dioramas, pizarrón, la televisión, etc.” (15: 62)

“Un objeto visto, tocado, oído, etc., se conoce más justamente que sólo visto, o sólo tocado, o sólo oído” (15: 62)

“Soportes materiales en los cuales se presentan los contenidos y sobre los cuales se realizan las distintas actividades.” (15: 63)

2.5. Técnica

“La técnica es el cómo, es la forma adecuada y justa de enseñar y aprender una cosa o tema de estudio”. (15: 78)

La técnica didáctica tiene que estar en relación directa con el estado anímico del alumno, armonizados estos dos aspectos se lograrán los objetivos propuestos del aprendizaje.

“La técnica es la clave que le facilita al alumno poner en contacto con el bagaje cultural, las acciones vivenciales lo conducen a la adquisición del aprendizaje, en forma novedosa, lógica y conveniente”. (15: 78)

2.6. Técnica didáctica

“Si los aprendizajes son diferentes las técnicas tendrán que variarse, con el fin de lograr los aprendizajes. Por ejemplo si el aprendizaje es de tipo intelectual, se requieren condiciones externas. En este caso la técnica a emplear será utilizar recursos que promuevan ejercicios del pensamiento, tales como: análisis, síntesis, comprensión y aplicación” (15: 60)

“Las técnicas didácticas unidas a las condiciones internas de los alumnos, darán por resultado aprendizajes eficaces (alcance de los objetivos propuestos)” (15: 60)

Es la manera en que se organiza el trabajo grupal en relación con el tema, los métodos y los medios. Para que produzcan los resultados esperados es fundamental la habilidad del capacitador, así como el conocimiento y manejo de los alcances y limitaciones de cada técnica; también debe saber cuál es el momento propicio para aplicarlas, percibir y entender el momento que vive el grupo, a través de la detección y comprensión de su proceso.

Es importante establecer los criterios de selección de materiales audiovisuales, tomando en cuenta los objetivos que se pretenden alcanzar, observar las características del grupo, así como su familiaridad en el trabajo colectivo. Por otra parte, el capacitador debe propiciar un clima favorable asegurando la comprensión de su aplicación y observando constantemente el desarrollo del trabajo grupal.

2.7. Técnica expositiva

“Se aplica al impartir una clase. La efectividad depende del estilo docente. El uso es para llegar a la comprobación de un nuevo campo temático. Para el uso adecuado de esta técnica, solamente se debe emplear en el cierre de un tema e introducción de un nuevo nivel de conocimiento” (15:127)

La técnica expositiva consiste en la presentación oral de un tema que un capacitador realiza ante un grupo de personas.

Las sesiones en las que se utiliza la técnica expositiva representan la situación típica de las conferencias que se imparten a un grupo de personas, atentas al capacitador quien centraliza las actividades: habla, pregunta, muestra e ilustra.

La actividad que desarrollan los participantes consiste, básicamente, en reflexionar sobre lo que escuchan, en contestar las preguntas que el capacitador formula, o en preguntar algo acerca de un punto que no han comprendido. La técnica expositiva, correctamente empleada, se desarrolla en tres fases:

2.7.1. Introducción

La introducción se da, cuando el capacitador comunica los contenidos y objetivos del tema con el fin de motivar a los participantes y despertar su interés por el conocimiento del mismo. El capacitador puede recurrir a la narración de anécdotas o hechos curiosos para comenzar a explicar el tema.

2.7.2. Información

En esta parte de la técnica expositiva, el capacitador proporciona la información fundamental del tema. El capacitador podrá cumplir correctamente este paso cuándo:

- En forma ordenada explica el contenido de acuerdo con los objetivos planteados.
- Proporciona ejemplos para la comprensión del tema.
- Realiza resúmenes para resaltar las ideas centrales.
- Alienta a los participantes a exponer sus comentarios o dudas sobre el tema que se desarrolla.

2.7.3. Síntesis

El propósito de la síntesis es resaltar los aspectos más importantes del contenido desarrollado, con el objetivo de ayudar a los participantes a ordenar sus ideas, así como a reafirmar las ideas centrales del tema.

En esta parte es importante que el capacitador solicite a los participantes que expongan sus dudas, destaquen algún punto o indiquen otros de interés.

Es indispensable que el capacitador utilice un lenguaje claro, preciso y de acuerdo con el nivel del grupo, en cada una de las fases de esta técnica.

La síntesis ayuda a los participantes a recordar las principales ideas y conceptos.

En la actualidad, la aplicación de la técnica expositiva posee un gran peso en la enseñanza, si el capacitador sólo utiliza la palabra como medio de enseñanza, corre el riesgo de caer en el oralismo y de obtener resultados pobres en el aprendizaje.

Para mejorar la enseñanza, el capacitador debe complementar su exposición utilizando materiales audiovisuales, los cuales permiten que los participantes pongan en funcionamiento los cinco sentidos

2.7.4. Recomendaciones para uso de la técnica expositiva

A continuación detallo, algunas recomendaciones importantes para el manejo adecuado de la técnica expositiva:

- a. Preparar cuidadosamente y con anticipación, la introducción, la información y la síntesis.
- b. Utilizar materiales audiovisuales para ilustrar y apoyar la exposición.
- c. Obtener información de las características de los participantes, con el fin de:
 - Adaptar el lenguaje al nivel de los participantes.
 - Explicar los términos técnicos en forma adecuada y de acuerdo al nivel académico;
 - Seleccionar la cantidad, el nivel de información y los ejemplos a exponer;
 - Aprovechar las experiencias de los participantes para obtener comentarios acerca del tema;

- d. Utilizar preguntas en forma oportuna y conveniente, lo que permitirá:
- Mantener el interés de los participantes;
 - Evitar que la comunicación oral sea en una sola vía;
 - Reforzar o modificar los aspectos importantes de la exposición;
- e. Dirigir la vista y la voz hacia el grupo, ya que permite al capacitador observar las reacciones de los participantes ante la exposición.
- f. Evitar ademanes y poses inconvenientes.

De acuerdo con el departamento de capacitación de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, la técnica expositiva debe utilizarse no solo para el inicio o cierres de cursos, sino como herramienta permanente en las capacitaciones, debido a que su costo no es alto y porque las empresas no proporcionan a los participantes, el tiempo suficiente para capacitarse, por lo que los cursos no deben ser prácticos, sino teóricos y expositivos.

2.8. Técnica demostrativa

“Es un procedimiento que ilustra objetivamente un tema, despierta la mente del alumno y simplifica el aprendizaje, desarrolla la capacidad intelectual, para apreciar visualmente cómo se ejecuta o funciona algo; hacer trabajar la vista y la audición, y permite el desarrollo del pensamiento” (15:128)

El objetivo de esta técnica, es que el capacitador enseñen y apoye las áreas motoras y cognoscitivas del participante.

Se emplea para el desarrollo de conocimientos y habilidades de tipo práctico. Es una técnica en donde el capacitador muestra al grupo la habilidad a ser desarrollada, con el fin de que los participantes la ejerciten durante la sesión. La técnica demostrativa consta de cuatro fases:

2.8.1. Preparación

En esta fase, el capacitador familiariza al participante con las habilidades por aprender y explica las ventajas que tiene su ejercicio.

2.8.2. Demostración

En esta fase, el capacitador muestra en forma práctica la operación de materiales, técnicas, etc. haciéndolo con detalle, de tal modo que sus movimientos sean claramente percibidos por los participantes.

2.8.3. Ejercitación

En esta etapa los participantes ensayan la operación mediante repeticiones continuas de acuerdo con el modelo mostrado por el capacitador, quién deberá supervisar y asesorar la actuación de las personas en turno, asimismo pedirá a los observadores que retroalimenten la práctica de sus compañeros.

2.8.4. Evaluación

Esta fase el capacitador comprueba que los participantes hayan adquirido la destreza y habilidad requeridas para el procedimiento que se está aprendiendo. En este punto, el capacitador proporcionará la retroalimentación necesaria y, si el tiempo lo permite; realizará las repeticiones pertinentes de la práctica a fin de afinar el dominio de la habilidad.

2.9. Ventajas de la técnica demostrativa

Entre las ventajas que puedo mencionar de esta técnica, están:

- La teoría se aplica en forma rápida y amena.
- Los resultados se pueden evaluar durante la ejecución.
- Los errores se corrigen en el momento en que se presentan.
- Los participantes intervienen directamente en el desarrollo de la tarea.
- El aprendizaje, generalmente, es inmediato.
- Los propósitos del entrenamiento son claros.

2.10. Servicio al cliente

Es satisfacer las necesidades de los clientes en forma rápida y eficiente.

Por cliente se entiende a todas aquellas personas afectadas por actividades, servicios y productos que ofrecen las empresas.

Los factores de vida económica y los cambios que ha sufrido el ambiente de la comercialización no le restan importancia a los equipos de vendedores. Por el contrario, implican que los vendedores deben ejercer una influencia decisiva sobre el éxito de los planes de mercado, a medida que su trabajo se vaya haciendo más especializado.

La mayoría de empresas han reconocido que los clientes originan los negocios y que su prosperidad depende de esos clientes y si las empresas no pueden satisfacer a sus clientes, otras si podrán hacerlo, lo que significa que . Esto significa que los equipos de vendedores deben ser contratados, seleccionados, motivados, y capacitados, para realizar con eficiencia la tarea de identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas.

Los clientes tienen un gusto cada vez más refinado, conocen más acerca de los productos y servicios y lo que es peor, es que comparan, rechazan y evalúan de forma destructiva y clara a quienes a quienes no satisfacen sus necesidades.

Anteriormente los vendedores, vendían de todo a todo el mundo, obteniendo bajos resultados. Actualmente las empresas consideran que los vendedores deben especializarse para hacer menos pero con mayor eficacia y eficiencia.

En algunas empresas se están nombrando vendedores para manejar únicamente a un cliente importante o para encargarse de un sector concreto de algún mercado. .

Los nuevos productos, la nueva tecnología y las nuevas técnicas deben obligar a las empresas a que sus vendedores sean más creativos, en lugar de solo reaccionar ante las necesidades de los clientes.

Las necesidades de la gente no cambian, pero sí lo hacen los medios para satisfacerlas. No importa cuan grande llegue a ser una empresa, su éxito o su fracaso, va a depender de su capacidad para identificar, prever y satisfacer las necesidades de sus clientes de una manera rentable. Así mismo, la capacitación, la motivación y el control de los vendedores deben ser tales que puedan desarrollar una mayor habilidad para identificar con fidelidad, eficiencia y constancia las necesidades de los clientes.

Las empresas deben considerar que la publicidad no logra el objetivo anteriormente descrito y que tampoco una computadora pueda convencer a otra.

El factor que determina que una empresa llegue a su cliente y consiga los pedidos necesarios para alcanzar los objetivos de mercadeo y las utilidades planeadas, es garantizar la supervivencia y la calidad de sus equipos de ventas.

2.11. Características del vendedor

2.11.1. Actitud correcta hacia el trabajo

En la actitud del vendedor deben combinarse dos atributos inseparables que son el entusiasmo y la empatía. El entusiasmo porque el vendedor debe crearse una posición ante los clientes, demostrando capacidad. El vendedor debe ser aceptado y ejercer control sobre las decisiones que toman otras personas. La empatía ya que el vendedor debe poseer la habilidad de reaccionar ante las experiencias y las emociones de los clientes, sin ponerse necesariamente de su lado. El vendedor debe ser capaz de combinar estos atributos con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente y cumplir con sus propios objetivos de venta.

2.11.2. Conocimiento del producto o servicio

Algunas empresas y vendedores, asumen o dan por hecho que conocen el producto que ofrecen a los clientes, lamentablemente las empresas, por lo general, imparten a sus vendedores un conocimiento inadecuado que está dirigido al producto y no hacia el cliente. Actualmente, la mayoría de clientes compran porque desean satisfacer sus necesidades y los beneficios, así como las características, del producto o servicio, satisfacen esas necesidades. Los vendedores deben analizar lo anterior para poder orientar sus esfuerzos en a favor de cada cliente y de la satisfacción de sus necesidades.

2.11.3. Técnicas de venta

Para que el vendedor tenga éxito con los clientes, debe manejar con facilidad la comunicación persuasiva. Para un vendedor, vender, debe suponer, el comprender las reacciones del cliente, durante el proceso de venta.

El vendedor constantemente es rechazado, lo cual lo desmotiva, ya que supone que el rechazo es hacia su persona y no al servicio. La técnica de vender consiste en hacer y decir aquellas cosas que reduzcan el riesgo del rechazo y faciliten el camino del vendedor hacia su objetivo de venta.

El vendedor, debe preparar con anticipación, las entrevistas con un cliente, nunca debe improvisarlas, ya que con la preparación, el vendedor adquiere mejor control en sí mismo y sobre la entrevista de ventas.

2.11.4. Organización del trabajo

Los vendedores deben crear buenos hábitos de trabajo y de organización para que los demás requisitos básicos de un buen desempeño sean eficaces y productivos como sea posible. Esto exige clasificar a los clientes y posibles clientes, planear las reuniones con los clientes por anticipado, analizar las entrevistas una vez concluidas a fin de mejorar en el futuro, planear la jornada para evitar pérdidas del tiempo innecesarias, e informar con precisión de sus actividades cuando les sea solicitado.

2.12. Funciones del personal operativo

Consideré de importancia describir las funciones del personal operativo, ya que con dicha información, se podrá elaborar una propuesta acorde a los requerimientos de cada puesto. Par lograr los datos que a continuación detallo, realice algunas entrevistas con las jefaturas de dicho personal.

2.12.1. Vendedor

2.12.2. Objetivo principal del puesto

Promover la venta de los diferentes productos distribuidos por la empresa, a través de brindar un buen servicio a los clientes y con ello lograr los objetivos de venta propuestos.

2.12.3. Actividades del puesto

- Recopilar sugerencias, producto en mal estado, problemas que hayan surgido durante el día con el cliente, tripulación y camión y con ello retroalimentarse y notificar a su jefe inmediato.
- Coordinar diariamente a la tripulación de la ruta, auxiliar de ventas y piloto.
- Aplicar diariamente los pasos de la venta: saludar, realizar enfriamiento, exhibición de producto, verificar cantidad de producto, localizar el envase vacío, sugerir producto, rotar el producto, cobrar y despedirse del cliente.
- Visitar a los clientes nuevos, dándoles a conocer, precios y nuevas promociones.
- Elaborar la liquidación de las ventas efectuadas durante el día.
- Clasificar diariamente los productos en mal estado o rotos.
- Realizar diariamente al terminar la ruta, el pedido de producto requerido a ser cargado para realizar la ruta del próximo día.
- Revisar diariamente todo elemento promocional: congeladores y cámaras refrigerantes.
- Elaborar diariamente facturas a los clientes del producto.
- Cobrar diariamente a los clientes el producto que se le deja y / o créditos pendientes.
- Entregar a diario, el libro de ruta al digitador, para la actualización de los registros de los clientes.

2.12.4. Perfil del puesto

- La persona que ejerza el papel de vendedor debe poseer un título a nivel medio o diversificado.
- Es recomendable que hable el idioma o dialecto del sector a donde será asignado.
- Su complexión física debe ser fuerte, así como tener 1.60 cm. de estatura
- Debe estar casado de preferencia
- Poseer licencia profesional tipo "A"

- Debe tener conocimientos de mecánica automotriz, seguridad vial y manejo defensivo.
- Entre las habilidades requeridas, deberá tener la numérica, letra legible, buenas relaciones humanas, habilidad para negociar, responsable, confiable persuasivo, con facilidad de expresión y capacidad para escuchar.

2.13. Piloto

2.13.1. Objetivo principal del puesto

Brindar apoyo en la labor de ventas y en el incremento de las mismas, a través de transportar, despachar y proporcionar al cliente un servicio eficiente.

2.13.2. Principales actividades del puesto

- Acudir diariamente a las reuniones con el supervisor de ventas.
- Realizar el chequeo preoperacional del camión: aceite, agua, líquido del motor, etc.
- Verificar que el camión cuente con las cantidades solicitadas de producto, para evitar faltantes durante el recorrido.
- Atender diariamente a los clientes dentro de las rutas asignadas y realizar los diez pasos de venta.
- Revisar diariamente todos los documentos emitidos durante la ruta, para efectuar la liquidación respectiva.
- Cobrar el producto vendido y créditos que tenga el cliente con la empresa.
- Ubicar diariamente el camión en el área de descarga, para que el personal responsable proceda a descargar y a elaborar la devolución de envase y producto resultado de las ventas del día.
- Liquidar diariamente con el Cajero General, las ventas realizadas del día.
- Llevar diariamente el registro del libro de ruta, donde se anotan las ventas diarias de la ruta.

- Realizar eventualmente durante el recorrido de la ruta, reparaciones mecánicas mínimas y básicas al vehículo bajo su cargo, para no interrumpir su labor de venta.
- Reportar al jefe inmediato los desperfectos del camión, para que pueda efectuarse el mantenimiento respectivo.

2.13.3. Perfil del puesto

El perfil que se requiere para el puesto de piloto es el mismo que el de vendedor, ya que los dos realizan la labor de ventas, a excepción que el piloto es el único autorizado para el manejo del camión, por lo que es fundamental que posea conocimientos en mecánica automotriz, seguridad vial y manejo defensivo, así como licencia profesional tipo “A”.

2.14. Auxiliar ventas

2.14.1. Objetivo principal del puesto

Colaborar en todo momento con el desarrollo de la labor de ventas, a través de proporcionar un buen servicio a los clientes y con ello alcanzar los objetivos propuestos.

2.14.2. Principales actividades del puesto

- Realizar el chequeo preoperacional del camión, en caso el piloto no pueda hacerlo.
- Verificar que la carga del camión esté como la dejaron un día anterior según la solicitud que efectuaron a bodega.
- Realizar diariamente la limpieza interna y externa del camión asignado.
- Asistir los días asignados a las reuniones de ventas que se realizan con el supervisor y el administrador para recibir información general y retroalimentación en cuanto al proceso de venta.
- Colaborar con el vendedor y piloto, en el desarrollo del proceso de ventas implementado por la empresa.

- Realizar conjuntamente con el resto de la tripulación de ventas, los 10 pasos de la venta.
- Dirigir en ocasiones, tanto en las instalaciones de bodega como en la calle, para que el piloto pueda estacionarse adecuadamente y así evitar accidentes y pérdida de producto.
- Elaborar los pedidos de producto solicitados por el vendedor.
- Verificar diariamente con cada uno de los clientes visitados la cantidad de envase vacío devuelto, así como que el producto sea exacto.
- Limpiar diariamente el lugar donde se colocará el producto a los clientes, para evitar la mala presentación ante los mismos.
- Marcar los productos en mal estado y con rotura cargados en el vehículo por personal de la bodega.
- Solicitar cuando sea necesario el vale de combustible y elemento promocional a ser entregado durante la ruta al encargado de los mismos.

2.14.3. Perfil del puesto

Entre las habilidades específicas requeridas por el puesto están:

- Poseer diploma de tercero básico y de preferencia título de diversificado.
- Conocimiento de técnicas de ventas, relaciones humanas, orientación y actitud positiva en el servicio al cliente
- Capacidad para comprender instrucciones.

2.15. Capacitación

“Se puede definir la capacitación, como el conjunto de acciones que permiten a una persona alcanzar y desarrollar los conocimientos indispensables para ocupar un puesto de trabajo, acrecentar las destrezas necesarias para su progreso laboral, con satisfacción de sus necesidades técnicas y humanas así como las de la empresa a la cual sirve o servirá.

El entrenamiento es un proceso de instrucción a corto plazo en el que se emplea un procedimiento organizado y sistemático mediante el cual el personal no

ejecutivo puede adquirir conocimientos, técnicas y habilidades con una finalidad definida.

Capacitación también se define como el proceso por el cual los individuos aprenden las habilidades, conocimientos, actitudes y conductas necesarias para cumplir con las responsabilidades de trabajo que se les asigna.

El proceso de capacitación y desarrollo es una combinación de subprocesos dirigidos a incrementar la capacidad de personas y grupos para contribuir al logro del objetivo organizacional. Además indica que el propósito de la capacitación en las tareas, es lograr la preparación de personas hasta alcanzar estándares deseados para asignaciones actuales o básicas que se requieren para llevar a cabo diversas partes especializadas de la tarea general de la empresa.

Dentro de la capacitación se puede reconocer tres aspectos distintos entre sí, pero a la vez complementarios:

La capacitación, de carácter más bien teórico, de mayor amplitud y dirigido a trabajos calificados, suele darse para todas las capacidades que se requieren en un oficio o profesión. Además de mejorar las actitudes en los trabajadores, adquieren una destreza específica al ocupar el puesto; lo cual da como resultado la conjugación de la realización individual, que se reflejará en el ascenso dentro de la jerarquía de la organización, con el consecuente mejoramiento y consecución de los objetivos de la empresa.

El adiestramiento, de carácter práctico y para un puesto en concreto, significa “adquirir destreza” y es la preparación que se obtiene para realizar un esfuerzo físico o mental con el propósito de desempeñar una determinada labor, mediante la adquisición de facilidad, precisión y rapidez que se aprende con la enseñanza práctica y sistematizada.

Por consiguiente, la capacitación es cualquier procedimiento iniciado por una organización para promover el aprendizaje entre sus miembros. Se considera importante definir los siguientes términos

Proceso de enseñanza - aprendizaje son acciones que tienden a desarrollar y perfeccionar hábitos, actitudes, aptitudes y conocimientos de las personas, con el

objeto de proporcionar los instrumentos teóricos y prácticos para un desempeño eficiente en sus actividades

Programa es la parte de un plan de capacitación y adiestramiento que contiene la exposición sistemática de un conjunto de actividades que tienen orden y objetivos determinados. Establece condiciones a las que deben sujetarse las actividades, así como su descripción, tiempo de duración, recursos, y señalamiento de responsables.” (14: 22)

Con anterioridad se ha expuesto algunas definiciones de capacitación. La mayoría, coinciden en que es un proceso que se realiza en cualquier ámbito laboral para que las personas incrementen sus conocimientos, técnicas y habilidades y con ello permitirles ser más productivos en el lugar de trabajo donde se desempeñan.

2.16. Capacitación motivacional

Motivación: “El conjunto de las razones que explican los actos de un individuo. La explicación del motivo o motivos por los que se hace una cosa”. (10: 265)

“Motivar es comprender las emociones y las necesidades internas de los seres humanos y proporcionar los alicientes que les induzcan a poner todas sus capacidades al servicio de su trabajo.” (5: 69)

La capacitación sirve de motivación y proporciona estabilidad a los empleados de las empresas de distribución. Por lo mismo, debe considerar mucha preparación cognitiva, pero sobre todo buenos y eficientes medios audiovisuales que permitan terminar con éxito cada curso impartido.

Por lo anterior los líderes de las empresas, al momento de pensar en motivar al personal a través de la capacitación deberán pensar en aspectos como: las necesidades de la compañía, de los clientes, cuáles son las expectativas del vendedor, destrezas de ventas, organización del trabajo, niveles deseados, beneficios que conlleva la capacitación, tipos de capacitación y sobre todo como desarrollar la capacitación de manera que se considere como un medio para dar solución a problemas y satisfacer las necesidades de los vendedores y clientes. En esta última parte, los líderes deben considerar los medios audiovisuales como parte importante para el éxito de la capacitación.

2.17. Beneficios organizacionales de la capacitación

Existen varios aspectos por los cuales la capacitación es importante. Entre éstos se pueden mencionar

Ahorrar dinero: Los colaboradores que saben hacer el trabajo, ayudan a que los costos se reduzcan y las ganancias de la empresa aumenten.

Conservar empleados: Si los colaboradores trabajan de acuerdo con la misión y objetivos de la empresa y del jefe, viven menos preocupados y por consiguiente la rotación de personal disminuye.

Conservar clientes y conseguir nuevos: Cuando los clientes están contentos, porque reciben los productos o servicios que esperan, se vuelven leales y hablan bien de las empresas.

Ahorrar tiempo: Si un vendedor sabe hacer su trabajo, ahorrará a él, a sus jefes y a sus clientes, mucho tiempo, ya que sabrá hacer bien su tarea desde la primera vez.

Mantener relaciones: Cuando un colaborador se encuentra motivado y reconocido, mantiene una actitud positiva, reflejando la misma en el trato con jefes, compañeros y clientes.

2.18. Ayudas de capacitación

La tecnología ha pasado a ser un elemento necesario para desarrollar el trabajo. En el futuro se espera que las personas puedan encontrarse en distintos lugares y, al mismo tiempo, recibir capacitación grupal e interactiva con la ayuda de la tecnología.

Los medios audiovisuales o tecnológicos, son herramientas que ayudan al desarrollo profesional y personal: no es la empresa que tiene más dinero la que triunfa, sino la que aprovecha mejor el manejo de sus recursos.

2.19. Medios audiovisuales

Son instrumentos de enseñanza que complementan, refuerzan o estimulan el aprendizaje multisensorial, por ejemplo películas, carteles, fotografías, transparencias y otros.

2.20. Empleo de los audiovisuales

En capacitación se utilizan los audiovisuales en dos formas:

1. Como parte complementaria de una exposición o para destacar puntos específicos; cuando los audiovisuales que se emplean de esta forma deben ser pocos y presentados en forma breve.
2. Como sustitutos del capacitador, por ejemplo una película para desarrollar determinado tema; si llegaran a utilizarse de esta forma, el capacitador debe especificar los objetivos la presentación, de no hacerlo, los participantes, no darán importancia al audiovisual y pensarán que únicamente se utilizó para descanso y recreo.

El requisito básico para todo capacitador, es que cuando utilice materiales audiovisuales, debe conocer detalladamente el funcionamiento de cada uno, ya que esto le permitirá desarrollar en forma eficiente los conocimientos de los participantes y por consiguiente su exposición.

2.21. Mitos de la utilización de los medios audiovisuales

En nuestros días, es bastante limitado el uso de medios audiovisuales en la enseñanza, las causas pueden ser muchas, pero existen dos factores importantes de porque no se utilizan y son:

- a. Se considera que los medios audiovisuales no pueden competir con las palabras y que distorsionan la forma de pensar de las personas que los observan.
- b. Existe una escasa preparación de los capacitadores en el manejo de los medios audiovisuales, lo que conlleva a su no-elaboración, aplicación y en ocasiones a su mala aplicación.

El escritor Porcher, algunos años manifestó. “La aparición de los medios de comunicación de masas aparece, pues, a los ojos de los profesores, como la invasión de la tierra natal por un enemigo indigno y, en el sentido propio de la palabra, innoble. Las relaciones explícitas de los pedagogos con respecto a los “más-media” desencadenan fácilmente, en boca de los primeros, el vocabulario de la guerra. Los medios de comunicación de masa han hecho nacer una especie de promoción pedagógica que se parece, al mismo tiempo, a un discurso inquisitorial.

Parece en suma, si se analizan los diferentes componentes del fenómeno, una verdadera guerra santa donde el profesor debe perseguir al infiel” (15: 193).

Existe una cierta aversión de los capacitadores hacia los medios audiovisuales, ya que los clasifican como faltos de vida, color, y los culpan de que no permiten el contacto humano.

Lamentablemente muchos capacitadores, por falta de información, no ven los beneficio que trae a la enseñanza, el uso de los medios audiovisuales, por lo que es bastante difícil convencerlos de que los mismos refuerzan su labor educativa.

Debido a mi preocupación, de investigar la repercusión de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación, puedo resumir: que los medios audiovisuales favorecen el aprendizaje, porque favorece la capacidad de atención y actúa como fijador de los procesos; también contribuye al desarrollo intelectual de los participantes.

Los materiales audiovisuales se pueden aplicar en un sin fin de formas, por lo que apoya al capacitador en diversidad de temas.

El uso del material audiovisual, facilita desarrollar la capacidad de análisis que los vendedores necesitan para su aprendizaje.

2.22. Características de los medios audiovisuales

Los medios audiovisuales actuales presentan características muy especiales, entre ellas:

- Se pueden utilizar para trabajar en aulas virtuales;
- A través de lo nuevos medios de audiovisión, un grupo de personas, pueden interactuar en un curso por medio de cámaras conectadas a programas especiales de computación;
- Permiten conectar a varias personas para participar en la discusión de un tema determinado. Para ello se preparan a varios expertos en un sitio del mundo;
- Cada persona, trabaja a su ritmo, a estos medios se les llama tecnología interactiva.

2.23. Beneficios de la aplicación y uso de los medios audiovisuales

- Maximiza la participación de las personas
- Se multiplica los sitios de capacitación.
- Disminuye los costos de la capacitación.

2.24. Reglas para utilizar ayudas visuales en capacitación

Toda capacitación es funcional en la medida en que sus contenidos y medios audiovisuales sean apropiados tanto a intereses personales como a empresariales.

- Los medios audiovisuales, siempre deben seleccionarse después de formulados los objetivos.
- Deberá elegirse aquellos medios audiovisuales indispensables para alcanzar los objetivos.
- Los medios audiovisuales deben ser impactantes, es decir, interesantes ya que respaldan contenidos que se relacionan fuertemente con el trabajo.
- Los medios audiovisuales deben estar de acuerdo con el nivel educativo de los participantes, a las necesidades cognoscitivas y tecnológicas de la empresa.
- Los equipos deben estar actualizados y acordes al ambiente en que se impartirá la capacitación.
- El capacitador debe estar claro del tiempo del que dispone para el desarrollo del tema y de sí conoce y sabe manejar el equipo con el que cuenta.

2.25. Tipos de audiovisuales

Entre los audiovisuales que se pueden utilizar en las capacitaciones, están los de tipo visual y auditivo. Estos dos tipos, pueden dar excelentes resultados, siempre y cuando, en el momento de elaborar el plan de la capacitación, se contemplen datos como: tema, participantes, salón, etc. Esto permite evaluar las ventajas y desventajas de cada uno de los audiovisuales que se utilizarán para fijar el proceso enseñanza – aprendizaje.

2.25.1. Visión

Las herramientas visuales, son de las más utilizadas en cada uno de los cursos de capacitación. Permiten llegar a un gran número de participantes a través de las imágenes móviles e inmóviles.

2.25.1.1. Projectables

Las herramientas proyectables, son parte las herramientas visuales, entre ellas se pueden mencionar, las diapositivas, los acetatos, las transparencias, películas. La ventaja de los visuales proyectables, es que pueden ser específicos para el tema y ser elaborados por el mismo capacitador.

2.25.1.2. Retroproyector

“El retroproyector es un bulbo o foco, que con la ayuda del plato reflector envía un fuerte haz luminoso a través de la base de vidrio sobre la que se coloca la transparencia. La imagen de la transparencia es proyecta, entonces, dentro de la "cabeza de foco ajustable" donde, por medio de un lente amplificador, un espejo y un vidrio frontal, la imagen se proyecta sobre la pantalla.

El retroproyector tiene un fuerte impacto visual en cada uno de los participantes, ahorra tiempo en cada sesión, proporciona la oportunidad de controlar a un gran número de participantes en el momento de la proyección. También permite libertad de imaginación y creatividad del capacitador.” (2: 345)

2.25.1.3. La pantalla

“La pantalla son superficies blandas, elaboradas de telas o materiales de color blanco, puede estar montada en una pared, un pizarrón o ser portátil.

Además de ajustar la pantalla para evitar el acuñamiento de la imagen, se tendrá cuidado en la colocación de la pantalla y el retroproyector dentro del espacio del salón de capacitación”. (2:345)

2.25.1.4. Diapositivas

Son transparencias de varios tamaños, las más comunes son de 35 mm. Las diapositivas se consideran aun mejores que el retroproyector, en las presentaciones reales. También son mejores en algunos aspectos de las áreas microscópicas y técnicas donde una cámara puede fotografiar lo que el ojo no puede ver sin ayuda

2.25.1.5. Transparencias

Es una hoja transparente sobre la que se pueden utilizar marcadores especiales de tinta permanente o no. Su tamaño es de 8 1/2" x 10 1/2".

Además, existen otros dos tipos de transparencias o acetato

- **El de fotocopia**

Este es un material relativamente reciente. "Para su elaboración solamente debe colocar la hoja de acetato especialmente tratada en la fotocopidora donde se colocan las hojas de papel para fotocopia y colocar la matriz en su forma habitual. El proceso es simple y barato, también es muy flexible cuando se utiliza la capacidad de reducción y amplificación de las fotocopadoras modernas.

Permite, además, la fácil amplificación de cualquier impresión (incluyendo el mecanografiado) a un tamaño adecuado para el acetato que se ha de proyectar. Su tamaño es de 8 1/2" x 11.0". (2:347)

- **Sensible al calor**

"Tal como su nombre lo indica es un acetato sensible al calor. Se reconoce fácilmente debido a que la punta superior de la derecha está recortada en cada hoja. En este tipo de acetato no es posible escribir. Para utilizarlo se necesita un original (matriz) con un alto contenido de carbón. Se coloca la transparencia arriba de la matriz que tiene la esquina recortada en la superior derecha. Se pasa conjuntamente el acetato y la matriz por la máquina térmica, los rayos infrarrojos de la máquina permite quemar la imagen en la matriz del acetato. Cuanto más lentamente pasan el acetato y la matriz por la máquina, más calor acumulan ambos y más oscura quedará la impresión de la imagen en la transparencia". (2:347)

2.25.1.6. Ordenador o computadora

Dispositivo electrónico capaz de recibir un conjunto de instrucciones y ejecutarlas realizando cálculos, o bien compilando y correlacionado otros tipos de información. Se compone de dos partes principales que son: el hardware (equipo utilizado para el funcionamiento de la computadora, ejemplo: monitor, cpu, teclado ratón, ups e impresora) y el software (programas que el ordenador emplea para manipular los datos).

2.25.1.7. Proyector multimedia

Consiste en una pequeña pantalla de plasma liquido en la cual se forma la imagen que se visualiza en el monitor, contiene una lámpara de alta capacidad que ilumina la pantalla proyectando la imagen en una superficie blanca y plana así como una lente que enfoca la imagen en la posición precisa.

2.25.2. No proyectables

Entre los audiovisuales, existen también los de tipo no proyectables, este tipo de visual, se utiliza regularmente en sesiones de capacitación que contempla un grupo no mayor de diez participantes, ya que por ser de tamaños no mayor a los 100 centímetros, no permiten que sean expuestos a gran número de personas. Entre los audiovisuales no proyectables se pueden mencionar: las fotografías, los mapas, las laminas a color.

2.25.2.1. Fotografía

“Es una placa, en la cual se imprime, a través de una fuerte luz, las imágenes deseadas con la ayuda de una cámara oscura”. (2:351)

2.25.2.2. Mapas

“Son representaciones geográficas que se utilizan para destacar los perímetros y direcciones de lugares en particular. Los mapas no son muy utilizados en los cursos de capacitación, a excepción de cuando los participantes necesitan conocer lugares determinados del país, por el tipo de trabajo que realizan”. (2:351)

2.25.2.3. Láminas

“Son pliegos de papel delgados, con imágenes impresas en blanco y negro o en color. En las capacitaciones son utilizados para destacar características de cosas, productos, etc., especiales que los participantes necesitan conocer para desempeñar mejor sus labores. Son de gran utilidad ya que por ser material impreso, tienden a durar más tiempo. Se pueden pegar dentro de áreas específicas donde se puedan leer constantemente, permitiendo, con esto, que los participantes fijen de mejor forma sus conocimientos”. (2:351)

2.25.2.4. Carteles

Un cartel posee tres elementos visuales: ilustración, texto y color.

- **Ilustración**

Es la representación gráfica de un tema, a través de un diseño. El cartel es más dibujos o formas que contenido escrito.

- **Texto**

Es el elemento que procura llevar a través de palabras o frases, un mensaje al público.

El tipo de letras para la frase del cartel es muy importante, pues representa el entorno de quien habla.

- **Color**

Es considerado como un elemento importante en la comunicación visual. Para su elaboración deben observarse las siguientes características:

- Que sean fáciles de leer
- Que se utilice el menor número de palabras posibles
- Se deben distribuir bien las letras y los espacios

- Respetar los márgenes, no colocar textos o ilustraciones muy cerca de las orillas del cartel. Es necesario que haya un espacio en blanco alrededor del cartel, como si fuera un margen imaginario.
- Es preferible no utilizar carteles que estén sucios, así como arrugados o rasgados.

2.25.2.5. Pizarrón

“Son superficies duras elaboradas en madera o formica extendidas de colores: blanco, mate negro o verde, sobre las que el capacitador puede escribir, exhibir información o ejemplificar la presentación. Los pizarrones y tableros comprenden el pizarrón de tiza, el pizarrón blanco (formica) el rotafolio. Existen tres tipos de pizarrón”. (2:356)

- **Pizarrón para tiza**

“Este tiene un acabado verde o negro mate, es ampliamente conocido como pizarrón de ideas de escuela. Su tamaño promedio es de 240 cm x 90 cm y se coloca normalmente de manera prominente en el área visual que todos los capacitadores pueden ver con comodidad”. (2:356)

- **Pizarrón blanco**

“Se trata de la alternativa del pizarrón clásico. Tiene una superficie blanca lisa, sobre el cual se puede escribir con marcadores especiales para este tipo de pizarrón. La ventaja principal es la ausencia de polvo tiza, lo que lo convierte en particularmente apropiado para usarlo en salones que contienen equipo electrónico o en áreas en las que alguien es alérgico a ese polvo. La desventaja es la tendencia que tienen algunos de ellos a retener permanentemente una imagen de cualquier escrito que se deje por una cuantas horas”. (2:356)

- **El rotafolio**

“Es un tablero o atril de madera en donde el capacitador puede escribir, con marcadores de punta de fieltro. Su ventaja principal es que se pueden transportar de salón a salón o incluso sacarlo de ellos. Su principal desventaja es que una vez que se ha usado una hoja, se debe doblar sobre el respaldo de trípode o del tablero, fuera de la vista de los capacitandos. Se pueden superar este obstáculo en cierta medida pegando las hojas usadas en las paredes del salón. Sin embargo, esto puede requerir tiempo, y existe normalmente sólo una limitada extensión en la pared frontal”. (2:357)

2.25.2.6. Yeso

“El yeso o tiza como comúnmente se conoce es una arcilla blanca moldeada que sirve para escribir en lugares encerados o lisos. Regularmente se utiliza para escribir en pizarrones de madera”. (2:357)

2.25.2.7. Almohadilla

Es una bolsa rellena de algodón, que tiene varios usos, uno de ellos es que permite borrar el yeso de los pizarrones que se utilizan en la capacitación. En la actualidad las almohadillas se elaboran de madera o cartón con una superficie de esponja o algodón.

2.25.2.8. Marcadores

Son lapiceros de punto grueso, de colores variados, que permiten dar realce a las letras de las hojas de rotafolio que se utilizan en los cursos de capacitación. “Existen varios tipos de marcadores, entre los que se pueden mencionar algunos

- Los marcadores para rotafolio, son permanentes y no se puede borrar una vez utilizado.
- Los marcadores de pizarrón son solubles, se pueden borrar siempre y cuando se utilicen sobre superficies lisas como la formica o el vidrio.

- Los marcadores de acetato pueden ser solubles o permanente, es aconsejable utilizarlos únicamente sobre transparencias o papel celofán, ya que la tinta de los mismos es especial para este tipo de superficies”. (2:360)

2.25.3. Audición

Las herramientas auditivas, son complemento importante de las herramientas visuales. A través de la audición, se permite al capacitando escuchar y crear en su imaginación, imágenes que contribuyan a fijar el aprendizaje. “Con la audición se incrementa el realismo de las herramientas visuales, ya que la mayoría de las veces, pueden adaptarse a las imágenes creadas por el capacitador”.(2:362)

2.25.3.1. Registros discográficos

“Son reproducciones de voz, música, etc., en superficies especiales. Son parte de los recursos auditivos, pueden ser utilizados en dinámicas rompe hielo o ejercicios de terapias para liberar tensiones durante los cursos de capacitación”.(2:362)

2.25.3.2. Registros magnetofónicos

“Los registros magnetofónicos, son cintas magnéticas grabadas. Al igual que los registros discográficos, se utilizan en dinámicas rompe hielo o ejercicios de terapias para liberar tensiones durante los cursos de capacitación”.”(2:362)

2.25.3.3. Emisiones radiofónicas

“Las emisiones radiofónicas no se utilizan en las capacitaciones, por no contar con una programación específica de los temas a tratar. Por lo general se difunden en horarios en los que los capacitandos no puedan escucharlas por el trabajo, así mismo es difícil que los programas sean repetidos perdiéndose el valioso contenido de los mismos”. (2:362)

2.25.3.4. Películas

“Las películas, forman parte de los audiovisuales, son cintas o formatos de 16 mm con pista óptica de sonido”. (2:363) Proporcionan una presentación muy viva y son muy apropiadas para grandes auditorios.

2.25.3.5. Programas televisados

“Los programas televisados para las capacitaciones se deben preparar con mucho tiempo de anticipación, ya que la programación de las transmisiones, están fuera del alcance del capacitador, no se pueden transmitir todos los días y no se pueden repetir en el instante, como para evaluar aspectos importantes de su contenido”. (2:363)

2.25.3.6. Films sonoros

“Son transparencias o acetatos, pero con grabaciones sonoras adjuntas. El formato más común es de diapositivas de 35 mm. Con cassettes de audio estándar. Son muy fáciles de reproducir”.(2:370)

2.25.3.7. Discos

“Los discos y cassettes para vídeo, son iguales de ventajosos que las películas. Una de estas ventajas es la adaptabilidad para auditorios relativamente grandes, además de que pueden ser elaboradas por quien lo desee, lo cual es sumamente importante, ya que los videos se pueden utilizar para proporcionar retroalimentaciones detalladas, a los participantes de los cursos, que aprenden, por ejemplo habilidades específicas del puesto”. (2:370)

2.25.3.8. Cassettes –vídeo

Los videos, así como los cassettes, se pueden utilizar en formas diferentes y cada una de esas formas tienen sus propias particularidades.

Vídeo pre - grabado “Es una película elaborada con tecnología sofisticada. Se utiliza en la misma forma que una película cinematográfica”. (2:363)

Vídeo para retroalimentación Requiere de una gran paciencia y capacidad, para elaborarlo uno mismo. El procedimiento usual para utilizar este recurso, es pedirle a los capacitandos que actúen normalmente, conectar la cámara de vídeo y grabar las situaciones que interese para el desarrollo del curso.

“Para dar la retroalimentación a los capacitandos, se puede pasar la cinta grabada, en forma pública o privada, esto permite que observen actuación y se analicen desde otro punto de vista. Esta herramienta de aprendizaje, puede ser muy poderosa (algunas veces traumatizante), especialmente si al momento de utilizarla, va acompañada de un análisis estructurado del comportamiento ante determinada situación”. (2:363)

2.26. Elaboración de un curso de capacitación con ayudas audiovisuales

Al preparar un curso de capacitación, primero se debe pensar es en el objetivo que se pretende alcanzar ya que el mismo establece el propósito de la capacitación e indica lo que el capacitador desea cumplir.

Los objetivos permiten orientar el proceso de enseñanza – aprendizaje, delimitar contenidos, seleccionar actividades, pero aun más importante, permiten seleccionar los recursos audiovisuales que ayudarán a fijar el aprendizaje. Así mismo, los objetivos permiten seleccionar criterios de evaluación.

Dentro de las empresas de distribución que imparten capacitación a su personal se persigue que las actividades, así como los medios audiovisuales, pretendan aprendizajes de diferentes dominios y niveles: dominio cognoscitivo (obtener conocimiento), dominio afectivo (cambiar actitudes) y dominio psicomotriz (adquirir destrezas y desarrollar habilidades).

Ejemplos

Objetivos	Actividades	Materiales y equipo
Obtener conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • preguntas de comprensión • preguntas de comprobación del aprendizaje • películas 	pizarra, rotafolio, retroproyector y acetatos películas, televisión y videogradora.

Objetivos	Actividades	Materiales y equipo
Adquirir destrezas y desarrollar habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • ejercicios de simulación en el puesto de trabajo • exhibiciones • demostraciones • presentaciones • obtención de retroalimentación a través de comentarios o filmaciones 	televisión. cámara filmadora y videograbadora.

2.27. Propuesta de capacitación para vendedores

Objetivo general

- Cumplir con los objetivos corporativos de satisfacción al cliente facilitando un programa de capacitación mínima que debe cubrir un vendedor para desarrollar adecuadamente las funciones de su puesto.

Contenidos

- administración del trabajo
- la empresa y el cliente
- relaciones humanas en las ventas
- comunicación interpersonal
- servicio al cliente
- trabajo en equipo
- conducción de vehículos y mecánica automotriz

2.28. Desarrollo del programa

Administración del trabajo

Objetivos

Que los vendedores:

- Valoren su trabajo en forma personal y para la empresa.
- Hagan conciencia de la necesidad de administrar en forma adecuada cada uno de los recursos, para obtener mejores resultados.

Contenidos	Metodología	Recursos
El trabajo <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el trabajo? • ¿Por qué trabajo? • ¿Para quién trabajo? 	discusión en grupo exposición grupal	se sugiere: film: "Por qué trabajar" hojas de rotafolio pizarrón marcadores
Administración: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es administrar? • ¿Quiénes administran? • ¿Qué se administra? 	transmisión de información desarrollo a nivel conceptual	pizarra marcadores para pizarra retroproyector acetatos
Funciones administrativas del vendedor. <ul style="list-style-type: none"> • programación • organización • coordinación • control 		película "Administre su tiempo para reforzar su territorio" dinámicas individuales y/o grupales que estimulen la participación de los capacitandos.

La empresa y el cliente

Objetivos

Que los vendedores

- Hagan conciencia de la necesidad de promover mejores actitudes hacia los clientes.
- Practiquen actitudes positivas hacia el trabajo y el cliente.

Contenidos	Metodología	Recursos
Orientación sobre la empresa <ul style="list-style-type: none"> • antecedentes de la empresa • misión de la empresa. • función del puesto del vendedor 	exposición participativa modificación de conducta	se sugiere: material de lectura acetatos retroproyector pantalla guías de trabajo para desarrollar talleres y prácticas

Relaciones humanas en ventas

Objetivos

Que los vendedores

- Desarrollen la capacidad de hacer y mantener la mejor relación con el cliente.

Contenidos	Metodología	Recursos
Relaciones humanas: Análisis del comportamiento humano <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo soy? • ¿Cómo me siento? 	exposición participativa trabajo individual	se sugiere: hojas de trabajo acetatos retroproyector película ¿cómo desarrollar una personalidad de vendedor?

Contenidos	Metodología	Recursos
¿Qué demanda el cliente? <ul style="list-style-type: none"> • productos de calidad • servicio de calidad • presentación personal 		dinámicas individuales y/o grupales que evidencien la necesidad del cambio de actitud y ayuden a fijar conocimiento
¿Cómo satisfacer las demandas del cliente? <ul style="list-style-type: none"> • manejo de reclamos 	desarrollo de habilidades	pizarrón rotafolio marcadores hojas de trabajo
Momentos de verdad <ul style="list-style-type: none"> • concepto • ¿quiénes participan en un momento de verdad? • prácticas importantes para intervenir adecuadamente en los momentos de verdad 	exposición participativa dinámicas individuales y grupales práctica	retroproyector acetatos hojas de trabajo afiches

Comunicación interpersonal

Objetivo

Que los vendedores:

- Desarrollen la habilidad de mejorar las ventas por medio del adecuado uso de la comunicación

Contenidos	Metodología	Recursos
El proceso de la comunicación tipos de comunicación	exposición participativa modificación de la conducta desarrollo de habilidades prácticas	se sugiere: película: “El arte de escuchar en la venta” hojas de trabajo

Contenidos	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • comunicación y actitud • comunicación positiva • saber escuchar • lenguaje corporal • barreras de la comunicación 		acetatos retroproyector

Servicio al cliente

Objetivo

Que los vendedores

- Hagan el compromiso de prestar un servicio de alta calidad

Contenidos	Metodología	Recursos
Servicio de calidad <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es un servicio de calidad? • ¿Por qué es necesario dar un servicio de calidad? • Logros que se tienen al brindar un servicio de calidad 	exposición participativa discusión de grupos dinámicas grupales dramatizaciones	se sugiere: vídeo televisión película ¿Cómo vender calidad?
El proceso de negociación <ul style="list-style-type: none"> • introducción y captación de la atención del cliente • manejo de las 		material de lectura “cómo conservar su cliente” “el secreto del servicio” acetatos retroproyector

Contenidos	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • objeciones • cierre de la venta 		pizarra marcadores para pizarra
El producto y el servicio <ul style="list-style-type: none"> • características competitivas del producto • características competitivas del servicio • capacidad de toma de decisiones para atender y satisfacer al cliente especialmente en situaciones problemáticas y de reclamo 	trabajo individual dramatizaciones exposición participativa	serie de videos: “Sé mi invitado i, ii, iii, iv, y v. guías de trabajo Acetatos Retroproyector
El servicio post-venta	exposición participativa	acetatos retroproyector

Trabajo en equipo

Objetivos

Que los vendedores

- Adopten la actitud adecuada para trabajar en equipo
- Desarrollen la habilidad para trabajar en equipo

Contenidos	Metodología	Recursos
Trabajo en equipo ¿Qué es trabajo en equipo?	análisis de documentos discusión en grupo exposición participativa	película “cómo evitar que se rompa la comunicación en el equipo”

Contenidos	Metodología	Recursos
Características del trabajo en equipo <ul style="list-style-type: none"> • compañerismo y trabajo en equipo • logros que se obtienen al trabajar en equipo • técnicas para el trabajo en equipo • comunicación y trabajo en equipo • cliente interno • proveedor interno 	exposición participativa práctica modificación de conducta dramatización	hojas de trabajo retroproyector acetatos pizarra presentación multimedia

Conducción de automóviles y mecánica automotriz

(Curso sugerido únicamente para pilotos vendedores)

Objetivos.

Que los vendedores:

- Estén preparados para conducir adecuadamente tomando en cuenta las reglas de tránsito
- Estén preparados para atender emergencias que se den con los camiones de trabajo

Contenidos	Metodología	Recursos
Reglas de tránsito	exposición participativa trabajo grupal elaboración de señales de tránsito	exposición multimedia film: "patinando sobre ruedas" carteles

Contenidos	Metodología	Recursos
Logros de ser un conductor prudente	discusión en grupos	material de lectura hojas de trabajo
Mecánica <ul style="list-style-type: none"> • sistemas eléctricos • sistema de combustible • sistema de enfriamiento • lubricación clutch y caja de velocidades • sistema de frenos 	observación prácticas	equipo para hacer demostraciones y prácticas del funcionamiento de los diferentes sistemas

2.29. Propuesta de capacitación para capacitadores

Descripción

La persona que ha de desempeñar el puesto de analista de capacitación, deberá poseer cualidades personales, conocimientos básicos sobre ciertas áreas y un nivel académico de acuerdo a las actividades propias de la empresa. Estos tres aspectos los detallo a continuación:

Cualidades personales

El capacitador debe poseer una excelente capacidad de análisis y síntesis, iniciativa, creatividad, buenas relaciones interpersonales, responsabilidad, discreción, confidencialidad, organización, destreza para manejar información y para trabajar en equipo, así como también deberá ser colaborador y entusiasta.

Conocimientos básicos en las siguientes áreas

- administración
- comunicación
- redacción y ortografía

- procesos contables
- leyes fiscales y laborales
- manejo de equipo
- computación
- relaciones humanas
- mercadeo

Objetivo general

- Cubrir las necesidades de capacitación de los analistas de capacitación, propiciando un programa que refuerce sus conocimientos básicos académicos, desarrolle las capacidades propias del puesto y las destrezas necesarias para el buen desempeño de sus actividades.

Contenidos

- funciones del analista de capacitación
- administración
- relaciones humanas
- trabajo en equipo
- redacción y ortografía
- leyes fiscales y laborales relevantes
- computación
- destrezas y habilidades propias del analista

2.30. Desarrollo del programa

Funciones del analista de capacitación

Objetivos

- Proporcionar al analista información global sobre la empresa, su misión y papel dentro de la misma.

- Reforzar los conocimientos sobre líneas de jerarquía dentro de la empresa, así como de sus responsabilidades y la delimitación del marco en cuanto a toma de decisiones se refiere.

Contenido	Metodología	Recursos
Conociendo a la empresa	exposición participativa	acetatos retroproyector
La misión de la empresa <ul style="list-style-type: none"> • objetivos de la empresa • estructura de la empresa 		material de apoyo hoja con el organigrama
Funciones del analista de capacitación <ul style="list-style-type: none"> • atribuciones de responsabilidades • marco de toma de decisiones • conocimiento de niveles jerárquicos • relaciones internas • relaciones externas • ¿a quién reporta? • ¿cómo reporta? 	exposición participativa discusión participativa	documento informativo acetatos material de apoyo
Características del analista Capas de analizar <ul style="list-style-type: none"> • creatividad • buenas relaciones interpersonales • responsabilidad y 	dinámicas que ayuden a la modificación de conductas auto análisis	material para ejercicios prácticos acetatos retroproyector material de apoyo

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • organización en el trabajo • discreción y confidencialidad en el manejo de información 		
<ul style="list-style-type: none"> • destreza para manejar información • capaz para trabajar en equipo 		

Administración

Objetivo:

- Brindar al analista las herramientas necesarias para organizar, planear y controlar las actividades propias de su trabajo para crear el marco de referencia en el cual se desarrollarán sus atribuciones.

Contenido	Metodología	Recursos
Administración <ul style="list-style-type: none"> • la administración como parte esencial de toda organización • productividad, eficacia, eficiencia 	discusión participativa desarrollo de conceptos	acetatos retroproyector material de apoyo
Planificación <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuándo planificar? • ¿Qué planificar? 	demostraciones discusión participativa	material de apoyo
Organización <ul style="list-style-type: none"> • organización eficaz • integración de 	exposición participativa análisis de información discusión	retroproyector acetatos documentos de lectura

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • funciones del personal • concepto de cliente interno • mejor del ambiente de trabajo • ordenamiento de la información • ¿cómo enriquecer mi puesto de trabajo? 	Dinámicas	guía con indicaciones
<p>Control</p> <ul style="list-style-type: none"> • proceso básico de control • estableciendo estándares • Medición del desempeño a través de estándares • Corrección de las variaciones de los estándares y los planes 	desarrollo de conceptos discusión participativa cambio conductual trabajo individual	guía con indicaciones material de apoyo retroproyector Acetatos Pizarra Marcadores para pizarra
<p>Control preventivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • conociendo el área de trabajo • objetivos • recursos • apoyo del jefe • apoyo de los compañeros 	exposición participativa discusión participativa testimonios de compañeros sobre el trabajo	planes de trabajo material de apoyo acetatos retroproyector transparencias marcadores para transparencias

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas • El control de mi propio trabajo 		
<p>control correctivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • los planes como medio de control • información de tiempo real y control • control del control correctivo • aplicación del control correctivo • requisitos para controles eficaces • adaptación de los controles a los planes y puestos • control de puntos críticos • áreas que requieren mayor atención • objetividad en los controles flexibilidad de los controles • logro de controle más económicos 	<p>exposición participativa discusión participativa taller</p>	<p>hojas de rotafolio materiales de apoyo hojas de rotafolio acetatos retroproyector guías con indicaciones documentos informativos presentación multimedia</p>

Relaciones humanas

Objetivo

- Desarrollar la capacidad del analista para relacionarse adecuadamente con las personas con las cuales tendrá que colaborar directa o indirectamente.

Contenido	Metodología	Recursos
Relaciones humanas <ul style="list-style-type: none"> • definición • el ser humano como persona • características • problemas • relaciones • la singularidad de las personas • encontrar satisfacción en lo que se hace • la importancia de la dignidad personal • las necesidades humanas básicas (Maslow) • la necesidad de las reglas básicas de cortesía 	cambio conductual exposición participativa taller dinámicas auto análisis	acetatos retroproyector guías con indicaciones material de apoyo hojas de rotafolio
Motivación <ul style="list-style-type: none"> • estableciendo metas personales • objetivos a corto y 	trabajo individual dinámica que el grupo describa las potencialidades de los	guías con indicaciones hojas bond pizarra marcadores

Contenido	Metodología	Recursos
largo plazo <ul style="list-style-type: none"> • Enfrentando desafíos • Interesándose en las potencialidades de los demás • manteniendo las buenas relaciones 	demás	hojas de rotafolio tarjetas en blanco
Comunicación <ul style="list-style-type: none"> • definición • función de la retroalimentación • comunicación en las organizaciones • 	exposición participativa trabajo en equipo	guía con indicaciones rotafolio hojas de rotafolio
Elementos <ul style="list-style-type: none"> • Emisor • Receptor • Mensaje • Canal Código	Dinámica Dramatización	Guías con indicaciones
Tipos de comunicación <ul style="list-style-type: none"> • Verbal • No verbal • Escrita Simbólica	Dinámica grupal Discusión participativa	Guía con indicaciones Presentación multimedia
Niveles <ul style="list-style-type: none"> • Formal • Informal • Rumores 	Dinámica Análisis individual Discusión participativa	Guías con indicaciones Hojas de trabajo

Contenido	Metodología	Recursos
Aprender a escuchar <ul style="list-style-type: none"> • escuchar activamente • siguiendo instrucciones 	discusión participativa dramatización	película “escuchar efectivamente” hoja de trabajo
Barreras y fallas en la comunicación	exposición participativa	acetatos retroproyector
La comunicación en la empresa <ul style="list-style-type: none"> • los niveles jerárquicos 	discusión participativa dinámica	organigrama de la empresa

Trabajo en equipo

Objetivo

- Desarrollar en el analista las habilidades para trabajar en conjunto y obtener mejores resultados.

Contenido	Metodología	Recursos
Definición Elementos <ul style="list-style-type: none"> • objetivos • participación • toma de decisiones • coordinación • comunicación • crítica • liderazgo • sinergia • consenso 	discusión participativa desarrollo de conceptos cambio conductual desarrollo de habilidades	acetatos retroproyector material de apoyo hojas con indicaciones hojas de trabajo con ejercicios

Contenido	Metodología	Recursos
Beneficios del trabajo en equipo	exposición participativa presentación de video discusión participativa	video televisión película "tango" hojas de trabajo
Técnicas: <ul style="list-style-type: none"> • tormenta de ideas • análisis de campo de fuerzas 	taller	guía con indicaciones hojas de rotafolio marcadores

Redacción y ortografía

Objetivos

- Mejorar las aptitudes de redacción del analista para ayudarle a presentar informes que atraigan la atención y que reduzcan tiempo de lectura y comprensión.
- Proporcionar y reforzar los conocimientos básicos de las reglas ortográficas esenciales para la buena escritura.

Contenido	Metodología	Recursos
Ortografía <ul style="list-style-type: none"> • Uso de mayúsculas • Uso de las letras: • B y V • S, C y Z • G y Y 	Desarrollo de habilidades Exposición participativa Talleres	Hojas de trabajo con ejercicios Tareas Material de apoyo Tarjetas
Acento Ortográfico <ul style="list-style-type: none"> • Separación de palabras • Abreviaturas • Puntuación 	Exposición participativa Desarrollo de conceptos Desarrollo de habilidades	Presentación multimedia Hojas de trabajo con ejercicios

Contenido	Metodología	Recursos
<p>Redacción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las palabras como medio de comunicación • Su uso correcto <p>Sintaxis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos de la oración • Estructura <p>Redacción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartas • Informes • Redacción de informes que atraigan la atención 	<p>Exposición participativa</p> <p>Desarrollo de conceptos</p> <p>Desarrollo de habilidades</p>	<p>Presentación multimedia</p> <p>Hojas de trabajo con ejercicios</p>
<p>Tipos de informes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Sobre la marcha de una actividad de investigación • Técnicos <p>Pasos para la revisión de un informe sólido</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación • Investigación • Organización • Redacción <p>Revisión</p>		

Leyes fiscales y laborales relevantes

Objetivo:

- Dar a conocer al analista las leyes fiscales y laborales más relevantes que tienen aplicabilidad en el trabajo.

Contenido	Metodología	Recursos
Leyes fiscales y laborales <ul style="list-style-type: none"> • obligatoriedad de su conocimiento • incidencia de las leyes a su trabajo 	discusión participa trabajo en grupo	acetatos retroproyector hojas de rotafolio
Leyes fiscales <ul style="list-style-type: none"> • ley del impuesto sobre la renta dto. 26-92 del congreso de la república • campo de aplicación 	taller de análisis y aplicación de la ley	presentación multimedia documentos de apoyo hojas de trabajo guías con indicaciones
Ley del impuesto al valor agregado <ul style="list-style-type: none"> • nóminas generales 	taller de análisis y aplicación de la ley	presentación multimedia hojas de trabajo guías con indicaciones acetatos retroproyector formularios documentos informativos
Leyes laborales <ul style="list-style-type: none"> • código de trabajo • reformas laborales 	taller de análisis y aplicación de la ley	acetatos retroproyector hojas de trabajo guías con indicaciones

Contenido	Metodología	Recursos
<p>Ley orgánica y leyes del I.G.S.S.</p> <ul style="list-style-type: none"> • creación y objeto • organización • campo de aplicación • disposiciones generales 	<p>taller de análisis y aplicación de la ley</p> <p>discusión participativa</p>	<p>presentación multimedia</p> <p>documentos informativos</p> <p>hojas de trabajo</p> <p>guías con indicaciones</p>
<p>Leyes mercantiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • requisitos que deben cumplir las empresas • inscripción de la empresa • autorización de los libros de contabilidad • Inscripción en el impuesto sobre la renta • impuesto sobre licores, bebidas alcohólicas y fermentadas 	<p>discusión participativa</p> <p>taller de aplicación</p> <p>trabajo individual</p>	<p>hojas de rotafolio</p> <p>formularios</p> <p>hojas en blanco</p> <p>acetatos</p> <p>retroproyector</p> <p>marcadores</p> <p>pizarra</p>

Computación

Objetivo:

- Proporcionar al analista las herramientas necesarias para operar un computador personal y los paquetes que le ayudarán al mejor desempeño de su trabajo.

Contenido	Metodología	Recursos
<p>Windows 95:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Windows 95? • la pantalla de Windows 95 • el uso de ventanas • como ejecutar programas 	<p>curso sobre manejo de ambiente Windows</p> <p>desarrollo de habilidades a través de la práctica</p>	<p>manual</p> <p>computadora</p> <p>capacitador</p> <p>impresor</p>
<p>El menú de Accesorios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Word Pad • Paint • Mapa de Caracteres • Marcador Telefónico • Calculadora <p>Trabajando con discos, archivos y carpetas</p> <ul style="list-style-type: none"> • el explorador de Windows • copiar, mover, borrar • cambiar de nombre de discos, archivos y carpetas 	<p>curso sobre manejo de ambiente Windows</p> <p>desarrollo de habilidades a través de la práctica</p>	<p>manual</p> <p>computadora</p> <p>capacitador</p> <p>impresor</p>
<p>Como proteger mi información - MS Backup</p> <ul style="list-style-type: none"> • reparando discos defectuosos Scan Disk • control de impresión • panel de control • manejo de recursos en red 		

Contenido	Metodología	Recursos
<p>Microsoft Word '97:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la pantalla de Word • escribir, seleccionar y editar un documento. • crear abrir y guardar documentos • dar formato a un documento • cambiar la apariencia de una página • crear e importar imágenes • imprimir • trabajar con tablas • compartir información con otros usuarios y aplicaciones • combinar correspondencia • índices • personalizar Microsoft Word 	<p>curso sobre manejo de ambiente Windows</p> <p>desarrollo de habilidades a través de la práctica</p>	<p>manual</p> <p>computadora</p> <p>capacitador</p> <p>impresor</p>
<p>Microsoft Excel '97:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la pantalla de Excel • tipos de datos en Excel • crear, abrir y guardar documentos • trabajar con libros y hojas de calculo 	<p>curso sobre manejo de ambiente Windows</p> <p>desarrollo de habilidades a través de la práctica</p>	<p>manual</p> <p>computadora</p> <p>manual</p> <p>computadora</p> <p>capacitador</p>

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • introducir, seleccionar y editar datos • dar formato a la información • crear fórmulas • recuperar y analizar datos • trabajar con gráficos • opciones de impresión • personalizar Excel • funciones de bases de datos en Excel • introducción a macros 		impresora
<p>Microsoft Power Point '97:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la pantalla de Power Point • trabajar con presentaciones • crear, abrir guardar e imprimir presentaciones • cambiar la apariencia de una presentación • trabajar con diapositivas • Organizar una presentación en el modo ver esquema • Trabajar con texto 	<p>curso sobre manejo de ambiente Windows</p> <p>desarrollo de habilidades a través de la práctica</p>	<p>manual</p> <p>computadora</p> <p>capacitador</p> <p>impresor</p> <p>manual</p> <p>computadora</p> <p>capacitador</p> <p>impresor</p>

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • trabajar y dibujar objetos • trabajar con tablas, organigramas y gráficos • crear páginas de notas y documentos • crear y ejecutar presentaciones electrónicas • personalizar Power Point 		
<p>Microsoft Access:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es una base de datos? • ¿Qué ventajas tiene sobre una hoja electrónica? • Cuando utilizar una base de datos. • introducción visual a ms • Access • crear una base de datos y trabajar con ella • trabajar con diferentes tipos de datos • buscar y ordenar datos 		<p>manual computadora capacitador impresor</p>

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • ingresando nuestra • información – formularios • ¿Buscando algo? - • consultas • reportes • macros • aplicaciones 		

Destrezas y habilidades propias del analista

Objetivo

- Favorecer una actitud hacia el mejoramiento personal constante
- Adquieran suficientes conocimientos que les permitan planificar actividades de capacitación exitosas, cuando funcionen como instructores internos en su empresa.
- Poner en práctica de los conocimientos adquiridos y reciban información sobre su desempeño como capacitadores.

Contenido	Metodología	Recursos
<p>Listo para entrevistar</p> <ul style="list-style-type: none"> • usos de la entrevista • recoger hechos • informa • motivar • estructura de la entrevista • dónde comenzar • preguntas guía 	<p>exposición participativa</p> <p>taller</p>	<p>acetatos</p> <p>retroproyector</p> <p>guías con indicaciones</p>

Contenido	Metodología	Recursos
a) Concepto de Capacitación, Adiestramiento	exposición participativa resolución de hoja de trabajo lecturas de documentos	marcadores para rotafolio almohadilla marcadores para pizarrón
b) Objetivos <ul style="list-style-type: none"> • definición • características de los objetivos • cómo enfocar los objetivos c) contenido <ul style="list-style-type: none"> • criterios para seleccionar el contenido • cómo estructurar el contenido d) Metodología <ul style="list-style-type: none"> • importancia de la metodología e) Tipos de metodología	análisis de casos taller de elaboración de objetivos elaboración de un curso motivacional elaboración de contenido taller de elaboración de acetatos	pizarrón hojas bond lápices para cada participantes maskin tape sacapuntas borradores reglas engrapadora caja de grapas transparencias acetatos para fotocopidora hojas de rotafolio hojas de trabajo televisión
Lugar y recursos de capacitación <ul style="list-style-type: none"> • distribución de la sala de capacitación Uso de material logístico <ul style="list-style-type: none"> • tipos de materiales • equipo • uso pizarrón 	elaboración de materiales y planificación de medios audiovisuales a utilizar discusión participativa elaboración de formatos de evaluación para la capacitación y capacitadores presentación de una	vídeo cámara de video cañonera para presentación multimedia

Contenido	Metodología	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • uso rotafolio • uso retroproyector <p>Características del capacitador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagen • cuidado del lenguaje • expresión corporal como apoyo al discurso • preparación del capacitador <p>f) Evaluación de la capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuándo evaluar (momento) • qué vamos a evaluar • período de evaluación • formas de evaluación • ejercicio: presentación de un tema 	<p>actividad de capacitación</p> <p>filmación y retroalimentación de las presentaciones de cada participante</p>	

3. MARCO METODOLOGICO

3.2. Objetivos

3.2.1. General

Determinar las repercusiones de la aplicación de: técnicas expositivas y/o aplicación de dicha técnica unida a los medios audiovisuales en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.

3.2.2. Específicos

- Investigar los efectos que tiene la aplicación de técnicas expositivas en forma exclusiva y la aplicación medios audiovisuales en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.
- Determinar qué medios audiovisuales se utilizan con más frecuencia, en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.
- Determinar los resultados de la aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.
- Dar a conocer los tipos de capacitación y repercusiones que tienen en el personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.

3.3. Variables

Efectos de la aplicación de técnicas expositivas tradicionales en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.

Efectos de la aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.

3.3.1. Definición conceptual

La palabra repercusión se definirá como los efectos o resultados que se obtengan en la capacitación, por la utilización de las técnicas expositivas y medios audiovisuales.

La técnica expositiva se definirá como la presentación oral de un tema que un capacitador realiza ante un grupo de personas y en donde estas personas solamente reflexionan sobre lo que escuchan, piensan en contestar las preguntas que el instructor formula o realizan preguntas acerca de un punto que no han comprendido.

Los medios audiovisuales se definirán como materiales o equipos de tipo auditivo y visual como el retroproyector, diapositivas, transparencias, fotografías, mapas, láminas, carteles, pizarrones, yeso, almohadillas, marcadores, registros discográficos, vídeo cassettes, televisión, la vídeo y la computadora, que van dirigidos a apoyar o reforzar actividades de capacitación del personal de las empresas de bebidas carbonatadas.

3.3.2. Definición operacional

Variable Única	Indicadores	MEDICION (Sub-indicadores)
Repercusiones de la aplicación de técnicas expositivas tradicionales y/o aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.	1. Actitud positiva y motivación del personal por medio de la capacitación	1.1. Eficiencia de la aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación. 1.2. Influencia de la aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación 1.3. Utilización de los medios audiovisuales en los cursos que imparte la empresa. 1.4. Importancia de utilizar los medios audiovisuales en las capacitaciones que imparte la empresa

Variable Única	Indicadores	MEDICION (Sub-indicadores)
	2. Refuerzo del aprendizaje con la utilización de los medios audiovisuales	2.1. Conocimiento de los medios audiovisuales que se utilizan en la capacitación que imparte la empresa 2.2. Correcta aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación. 2.3. La aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación son adecuados al contenido que se imparte. 2.4. Medios audiovisuales le gustaría a los participantes, se utilizaran durante las capacitaciones.
	3. Mejora del rendimiento y de del servicio al cliente a través de la capacitación con medios audiovisuales	3.1. Utilidad de los medios audiovisuales para apoyar la capacitación que imparte en la empresa. 3.2. La aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación ayudan o refuerzan en el trabajo realizado 3.3. Los medios audiovisuales que se aplican en la capacitación ayudan en el aprendizaje 3.4. Los medios audiovisuales ayudan a comprender los contenidos más rápido.

Variable Única	Indicadores	MEDICION (Sub-indicadores)
	4. Correcta aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación	4.1 Tipo de capacitación que se aplica en la empresa 4.2 Eficiencia en la organización de los cursos de capacitación impartidos 4.3 Indispensable aplicación de los medios audiovisuales en todo tipo de capacitación

3.4. Los sujetos

3.4.1. Población o universo

Para la investigación, la población está conformada por vendedores de ruta, pilotos de camiones y auxiliares de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas de la ciudad capital.

3.4.2. La Muestra

Para Validez y confiabilidad de la investigación, la muestra es probabilística aleatoria simple de la forma siguiente.

	VENEDORES DE RUTA			
EMPRESAS	UNIVERSO	%	MUESTRA	%
Mega Agencia Roosevelt	35	100	32	91
Mega Agencia El Zapote	32	100	28	88
Mega Agencia Santa Elisa	33	100	28	85
TOTALES	!Syntax Error,)		!Syntax Error,)	

	PILOTOS DE CAMINIONES			
EMPRESAS	UNIVERSO	%	MUESTRA	%
Mega Agencia Roosevelt	29	100	24	83
Mega Agencia El Zapote	11	100	10	91
Mega Agencia Santa Elisa	8	100	8	100
TOTALES	!Syntax Error,)		!Syntax Error,)	

	AUXILIARES DE VENTAS			
EMPRESAS	UNIVERSO	%	MUESTRA	%
Mega Agencia Roosevelt	51	100	44	86
Mega Agencia El Zapote	51	100	44	86
Mega Agencia Santa Elisa	50	100	44	88
TOTALES	!Syntax Error,)		!Syntax Error,)	

Total de la muestra: **262** personas a encuestar

3.5. Técnicas de recopilación de datos

En la investigación se utilizó técnicas como recurso para concretar efectivamente el propósito de la misma, siendo ellas las siguientes

3.5.1. Técnica encuesta – cuestionario

Consiste en testimonios orales y escritos de personas. Pueden ser de opinión de datos.

3.5.2. Técnica muestreo

Se utilizó el censo como técnica de muestreo, la cual consiste en encuestar al total de universo, siendo estos los vendedores, pilotos y auxiliares de tres empresas de distribución de bebidas carbonatadas.

3.5.3. Técnica análisis

Consiste en analizar detenidamente un problema de estudio para luego someterlo a comprobación.

3.5.4. Investigación bibliográfica

En la investigación se utiliza, para la recolección de la Información, toda documentación posible que se considere importante para la argumentación de la investigación.

3.6. Instrumentos y/o actividades técnicas

Con el propósito de que el proceso de investigación tenga relación directa con el problema, los instrumentos que permitan la obtención de encuestas elaboradas con base en el planteamiento del problema, el objetivo general y específicos, las variables y los indicadores. Dichos instrumentos se utilizarán para vendedores de ruta, pilotos de camiones y auxiliares de ventas de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas. (Modelo de instrumentos al final de la investigación: Anexos).

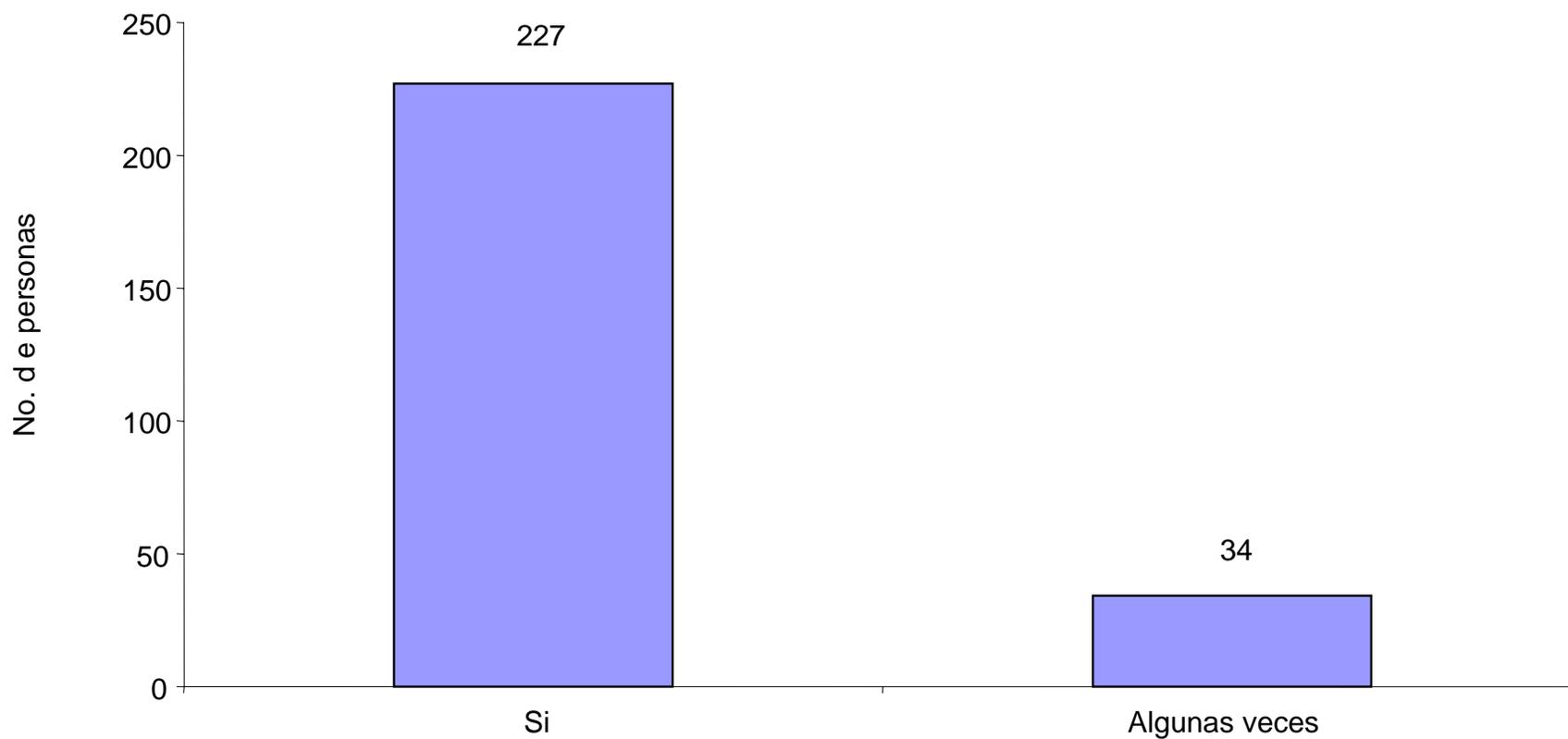
4. PRESENTACIÓN DE DATOS

4.1. Análisis estadístico

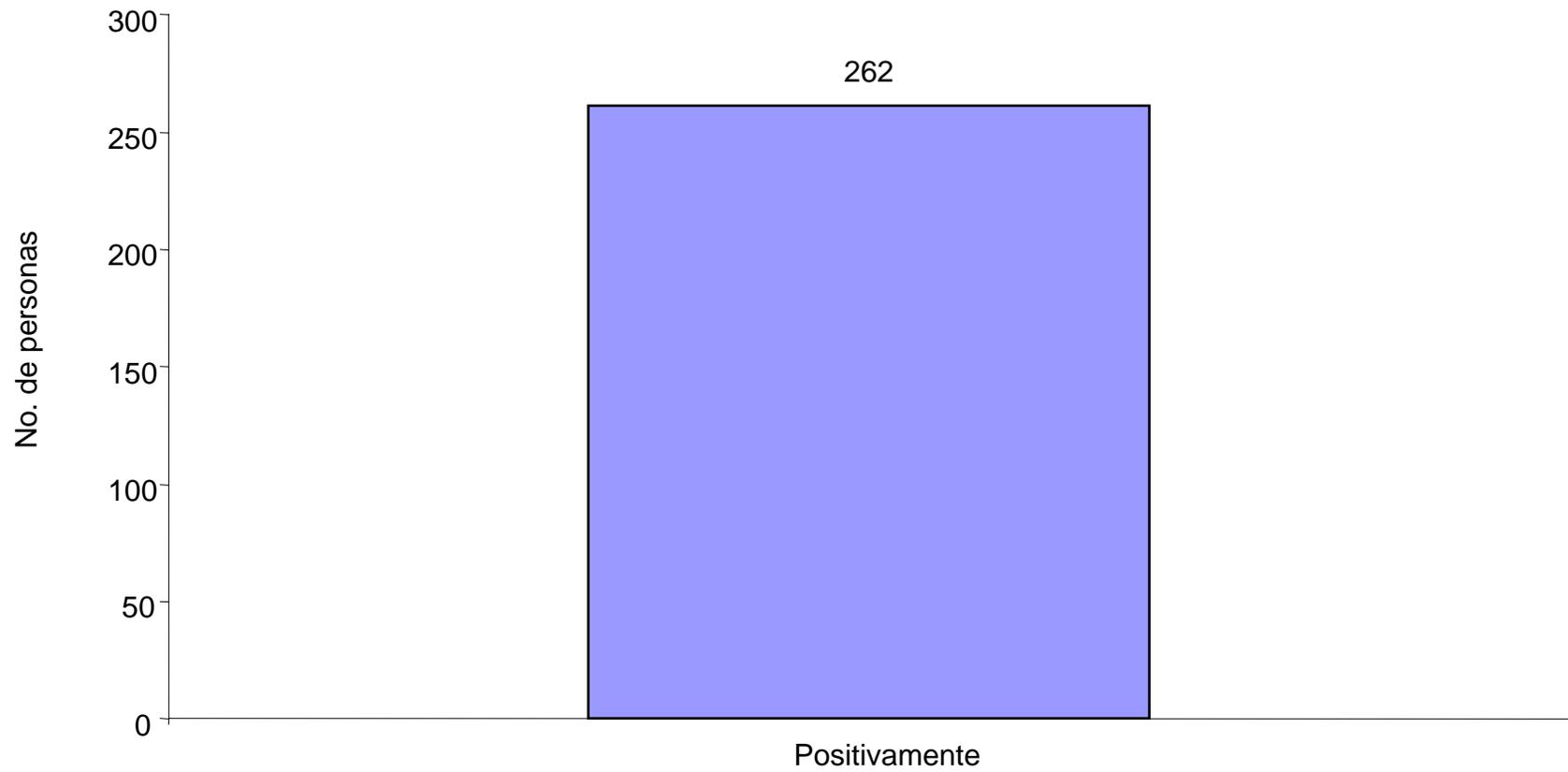
Para realizar el análisis estadístico, se aplicó la encuesta, se tabularon los datos y se realizó el análisis respectivo.

Los datos obtenidos se presentan en gráficas de barra, las cuales muestran los resultados obtenidos, evidenciados en las encuestas.

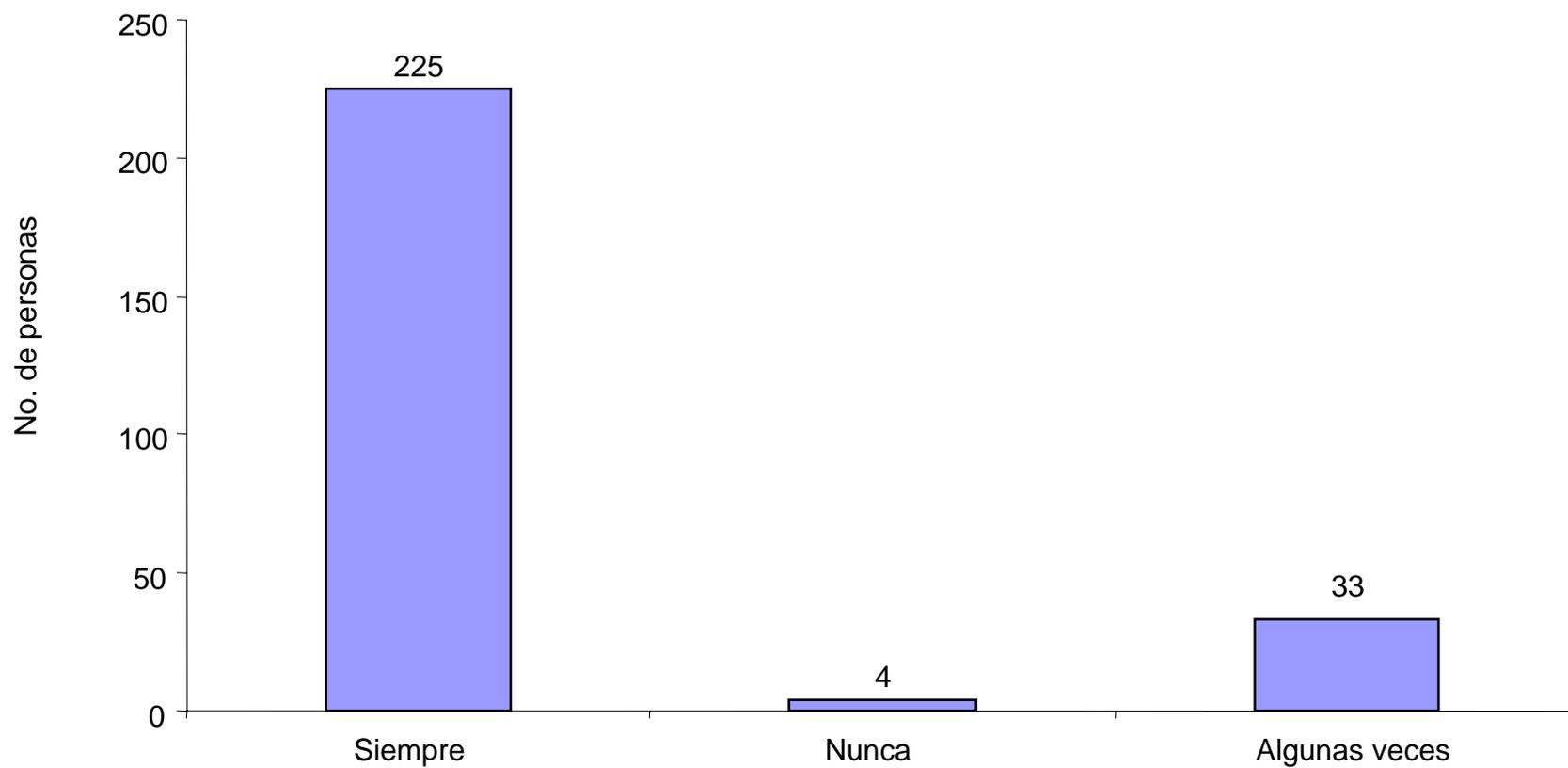
1.1. ¿Cree que la aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación es eficiente?



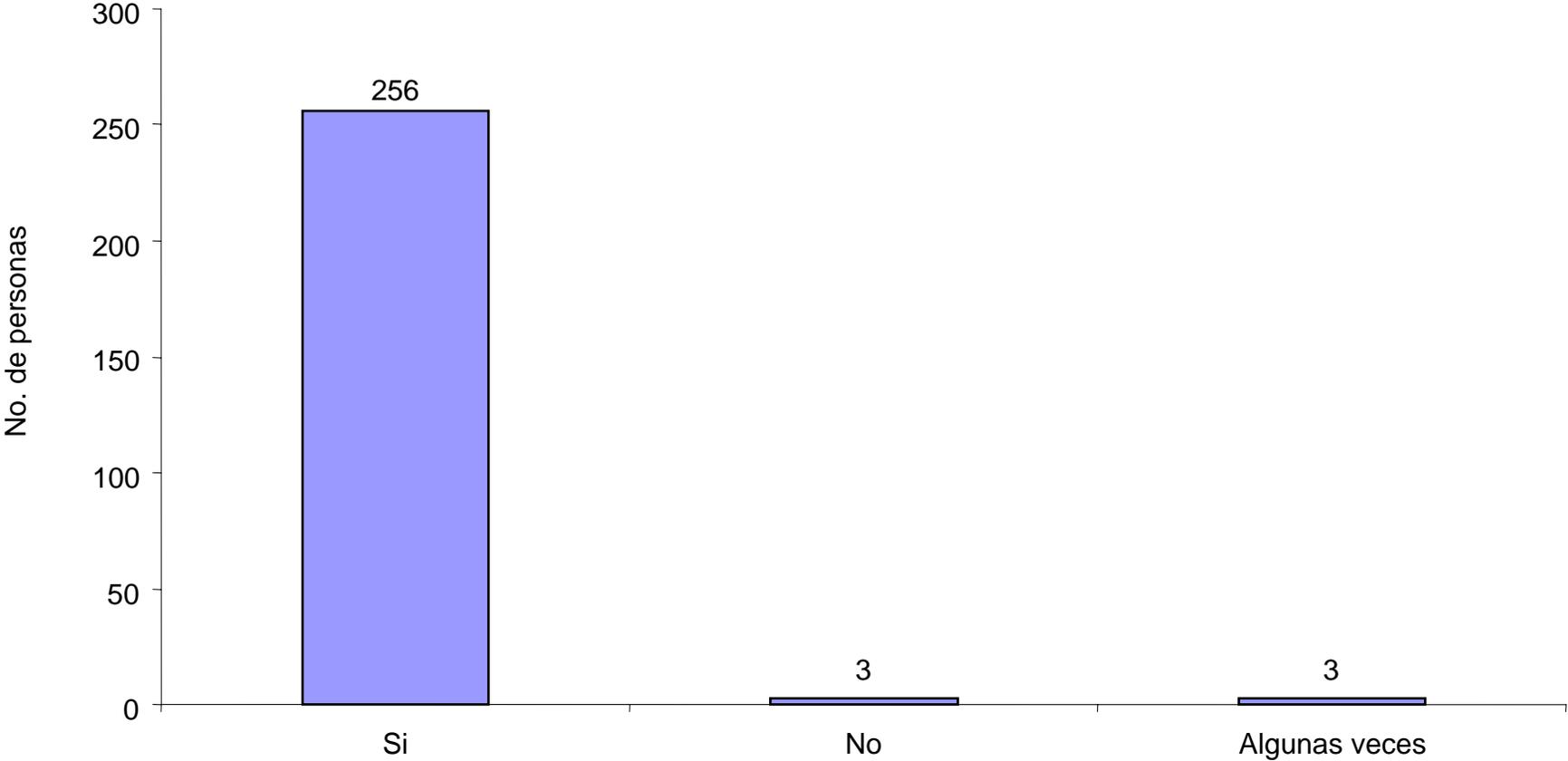
1.2. ¿Cómo inciden en usted la aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación?



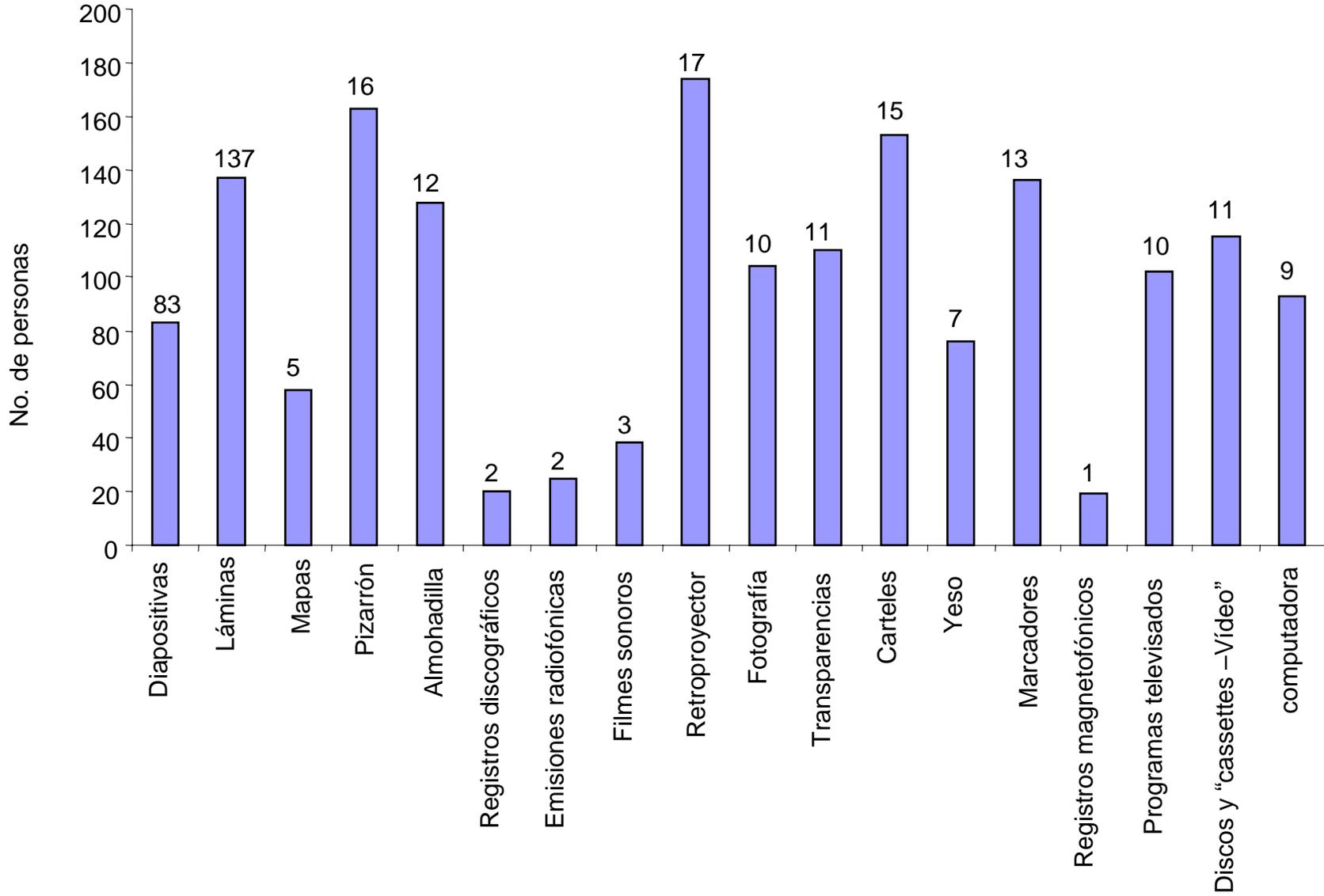
1.3. ¿En los cursos de capacitación que imparten en la empresa, se utilizan medios audiovisuales?



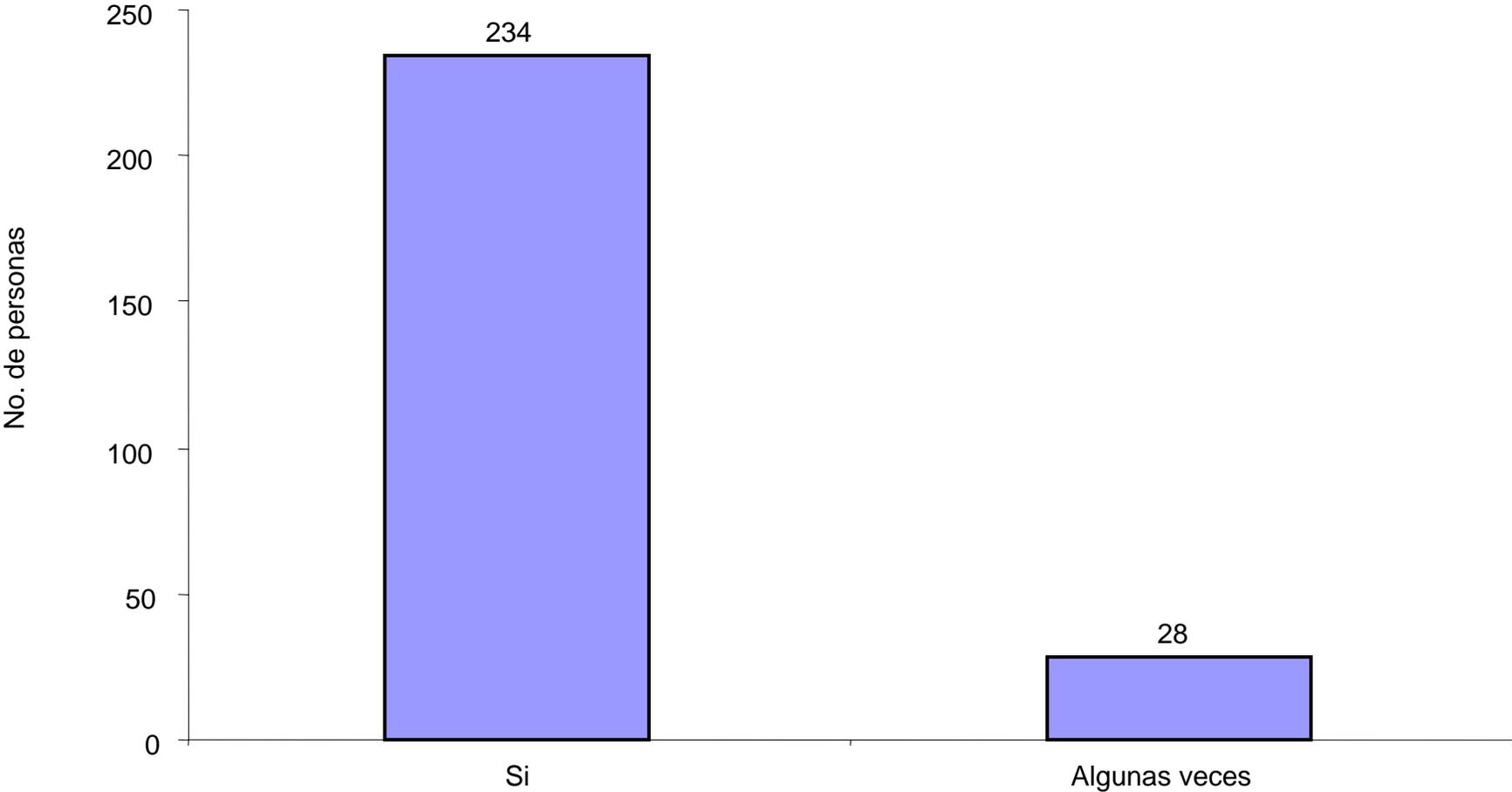
1.4 ¿Cree que es importante utilizar los medios audiovisuales en las capacitaciones que imparte su empresa?



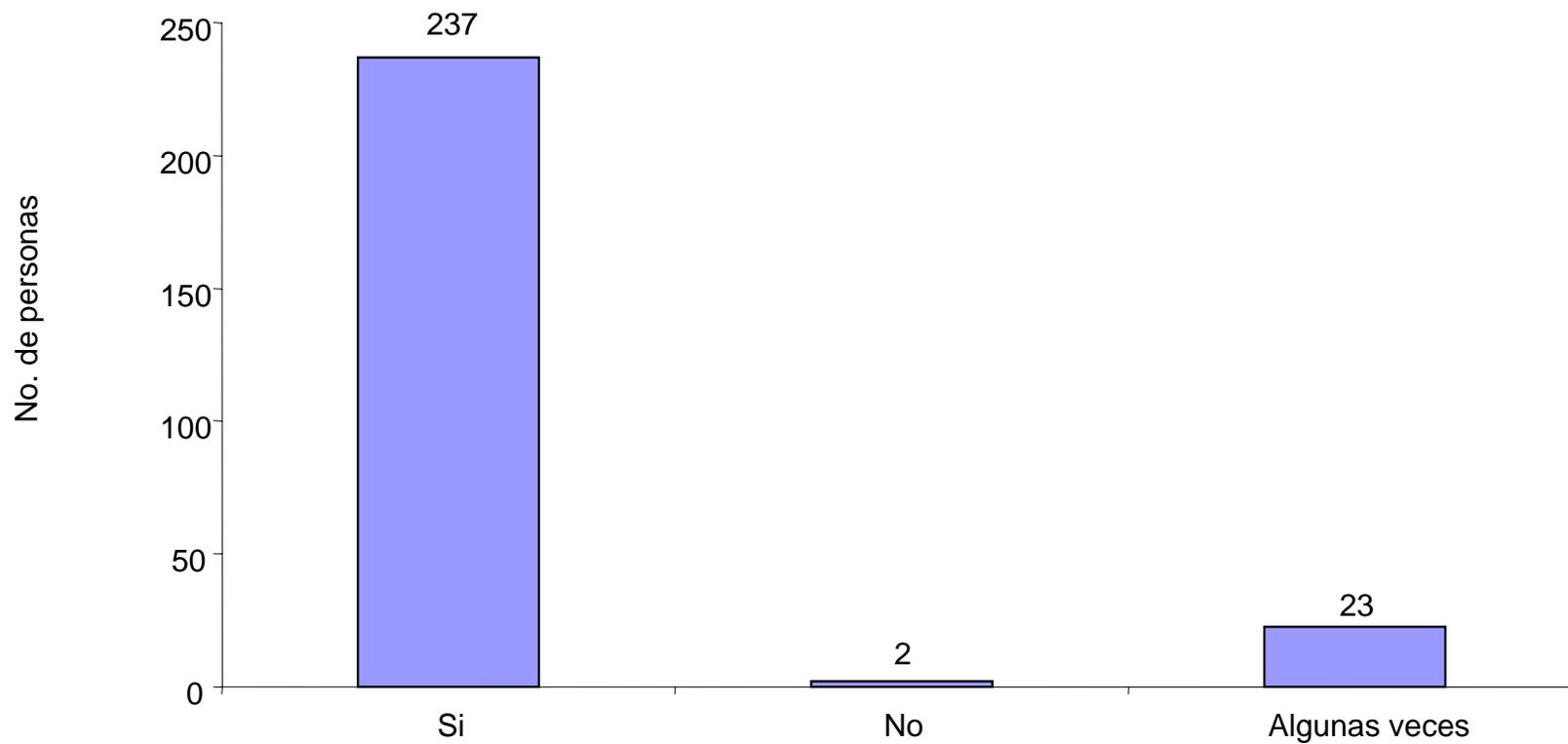
2.1 ¿Qué medios audiovisuales ha visto que se utilizan en la capacitación que imparte su empresa?



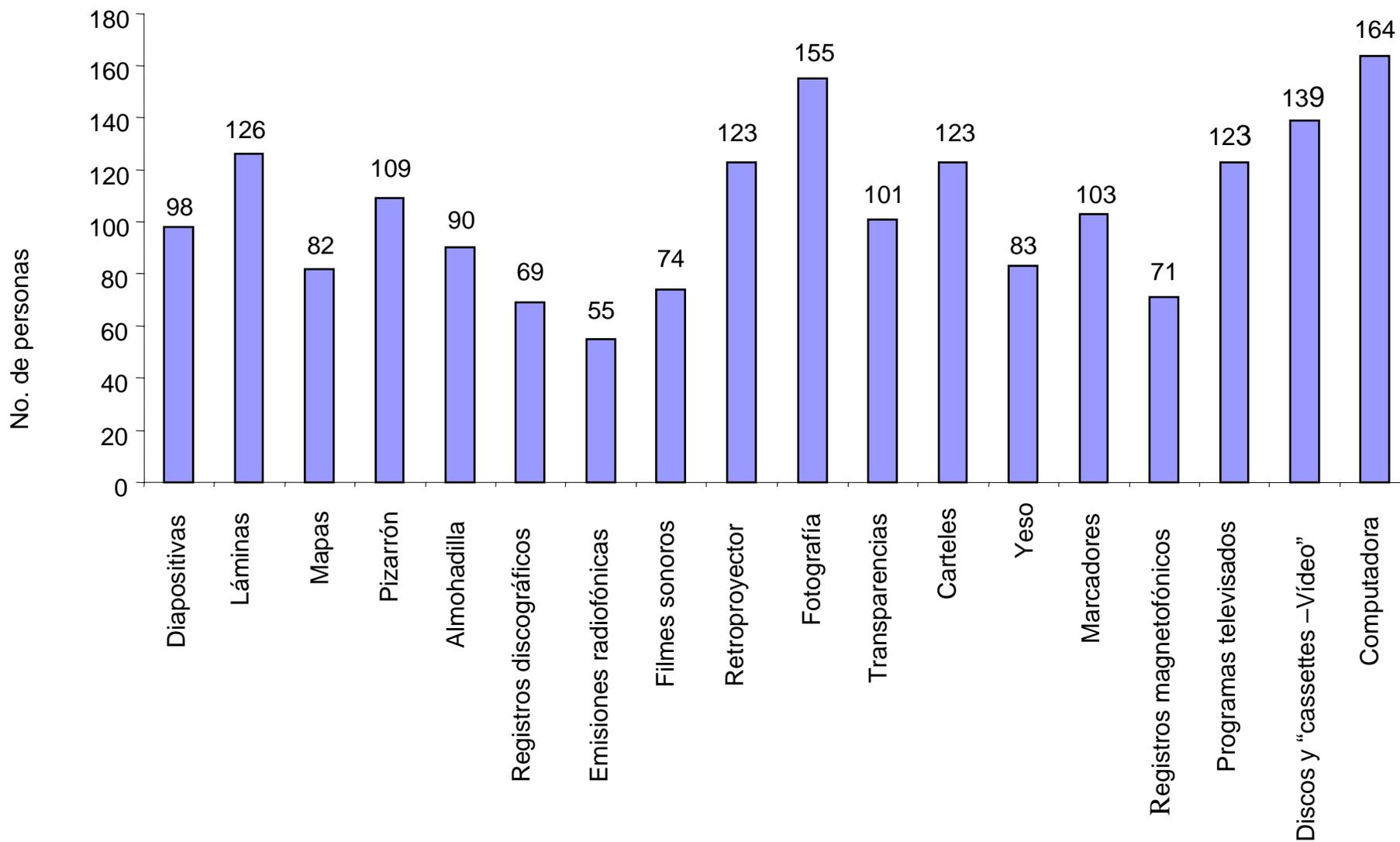
2.2 ¿Considera que la forma de utiliza los medios audiovisuales en la capacitación, es la correcta?



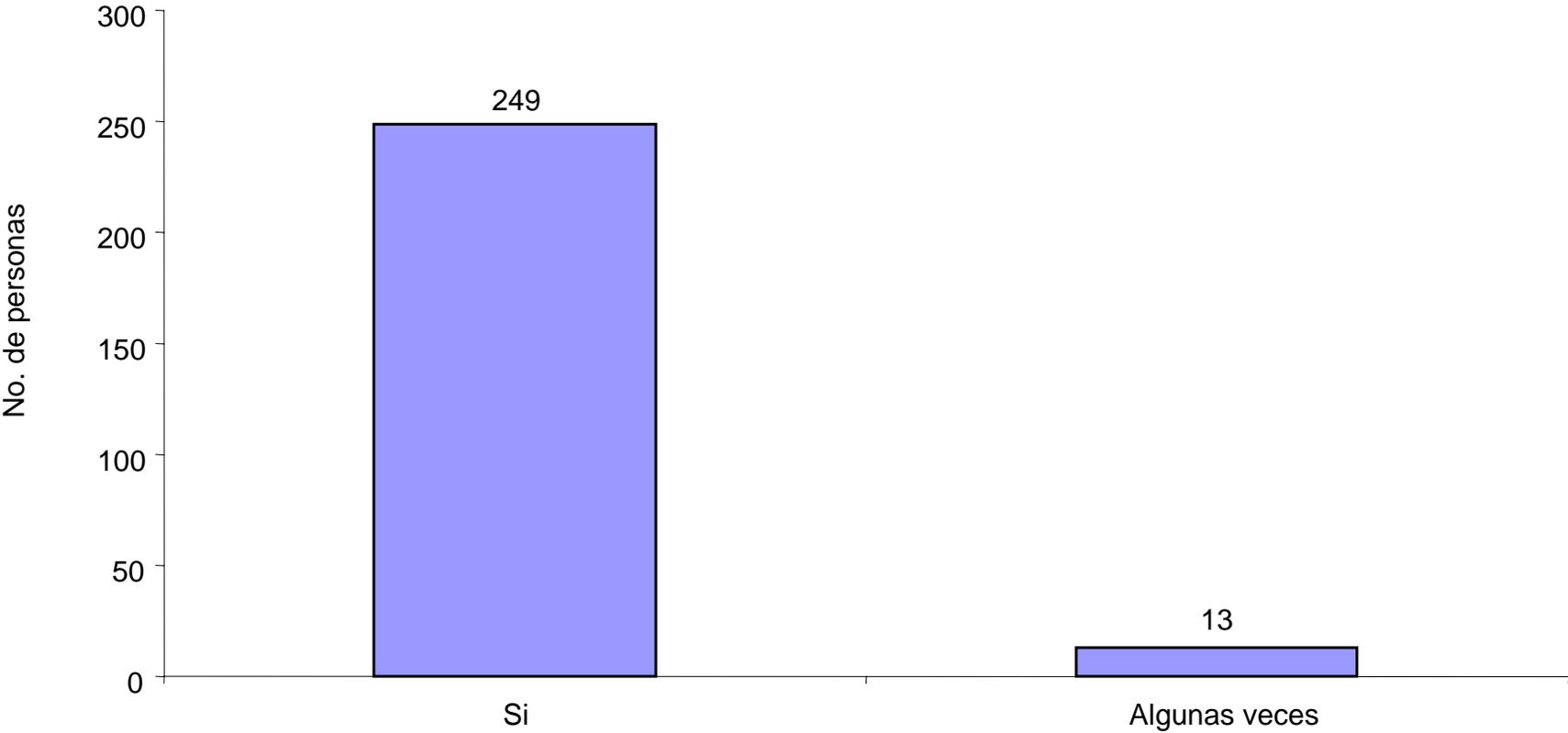
2.3 ¿Considera que los medios audiovisuales aplicados a la capacitación son adecuados al contenido que se imparte?



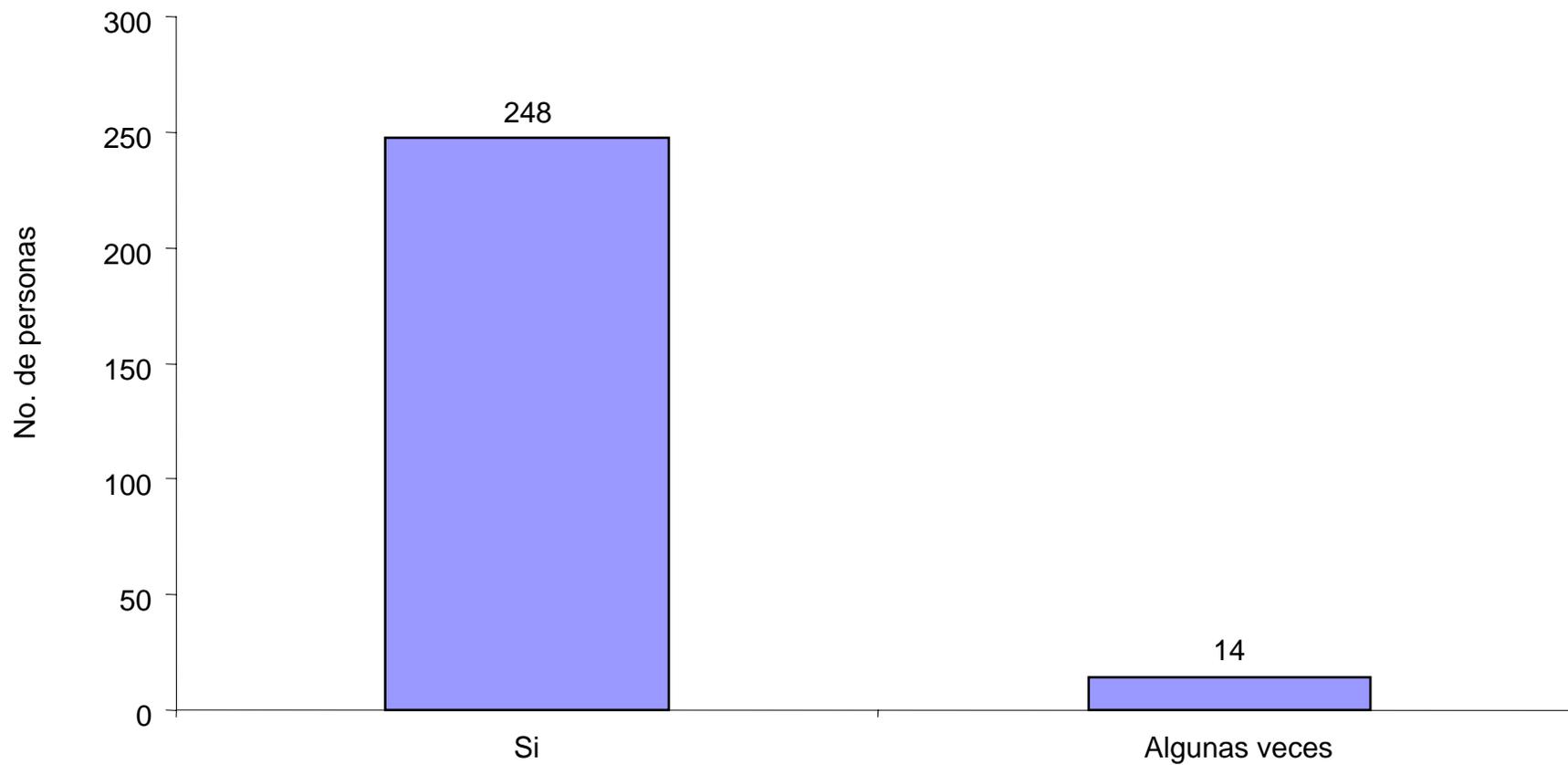
2.4 ¿Qué medios audiovisuales le gustaría que se utilizaran durante las capacitaciones?



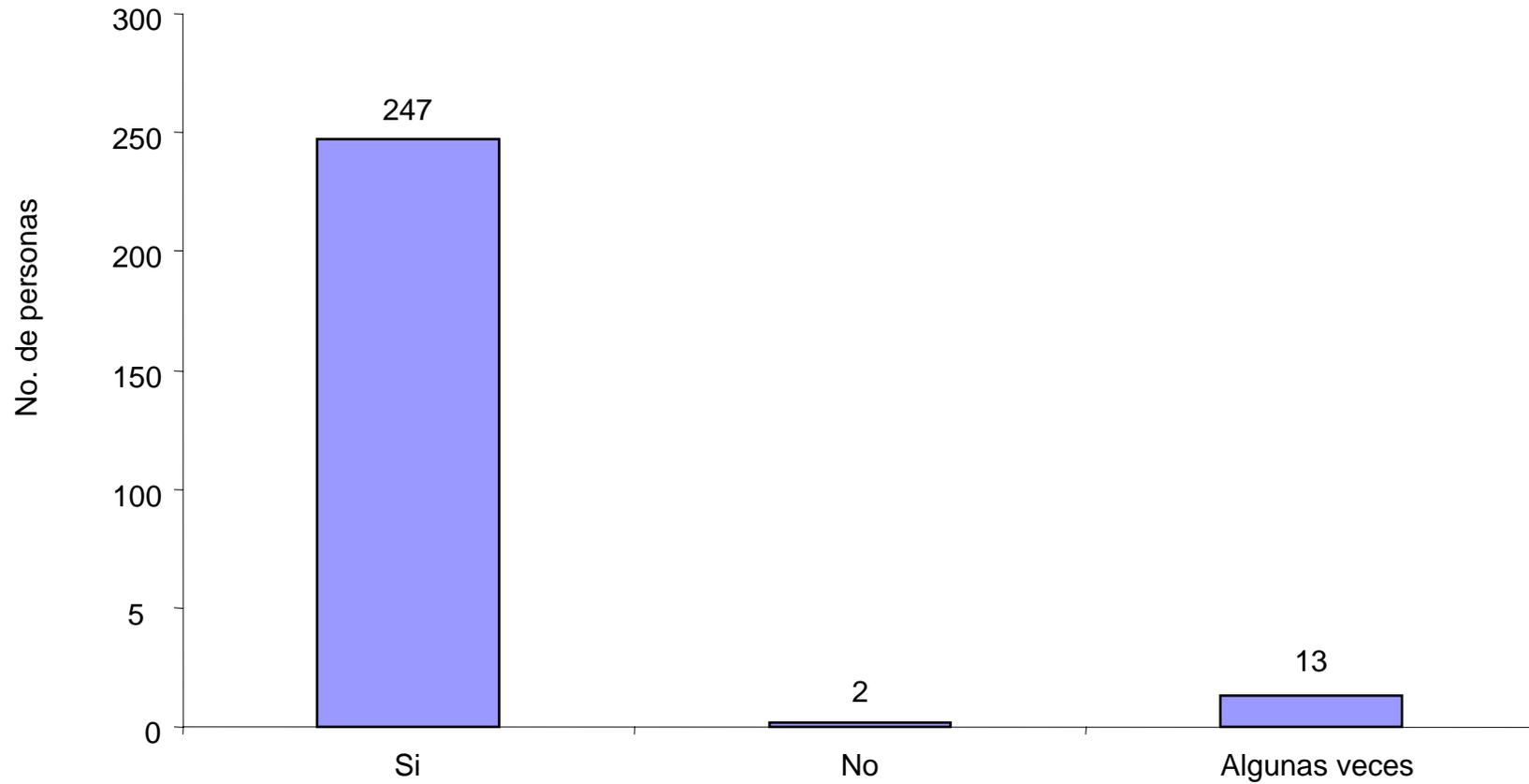
3.1 ¿Cree que los medios audiovisuales son de utilidad para apoyar la capacitación que imparte su empresa?



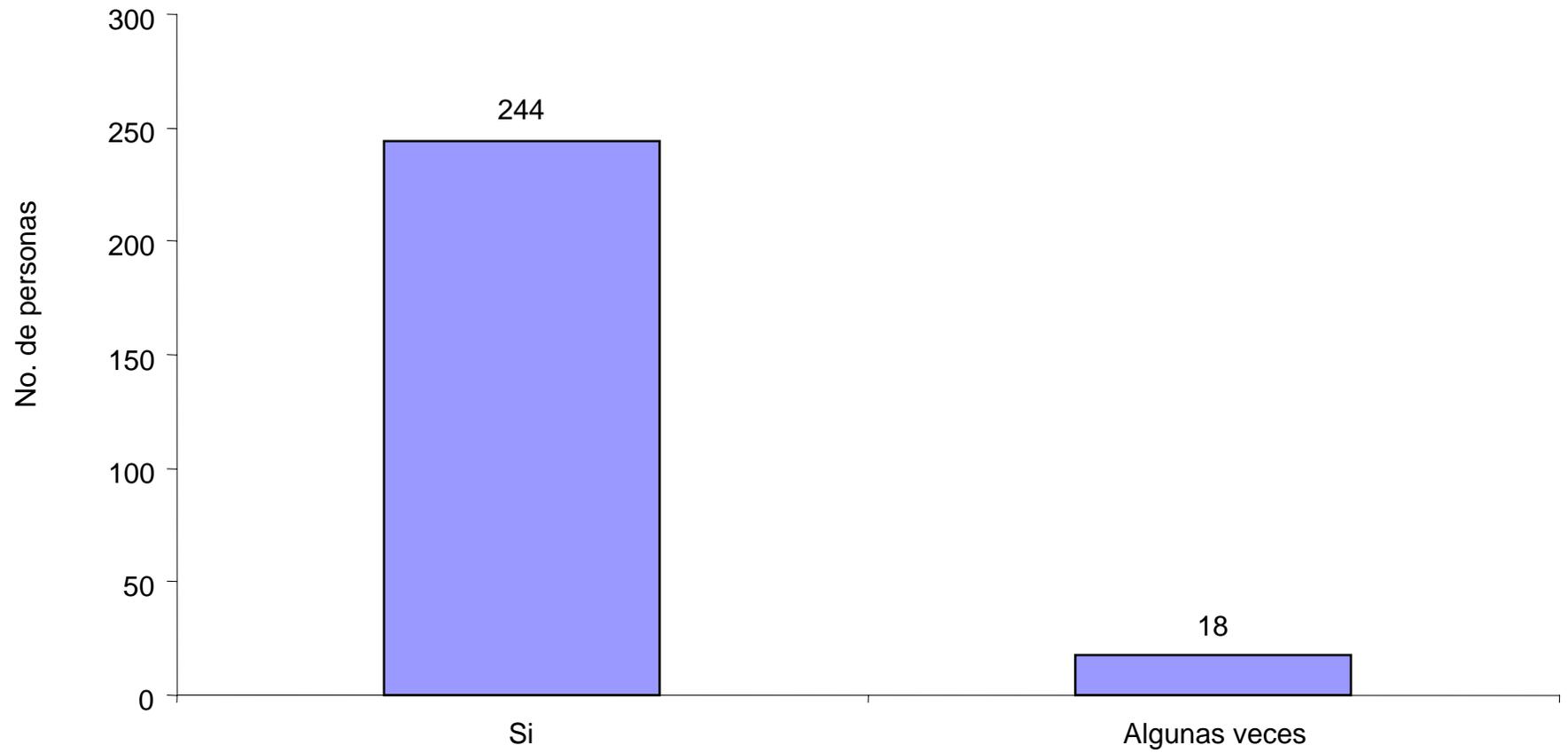
3.2 ¿Considera que la aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación le han ayudado en el trabajo?



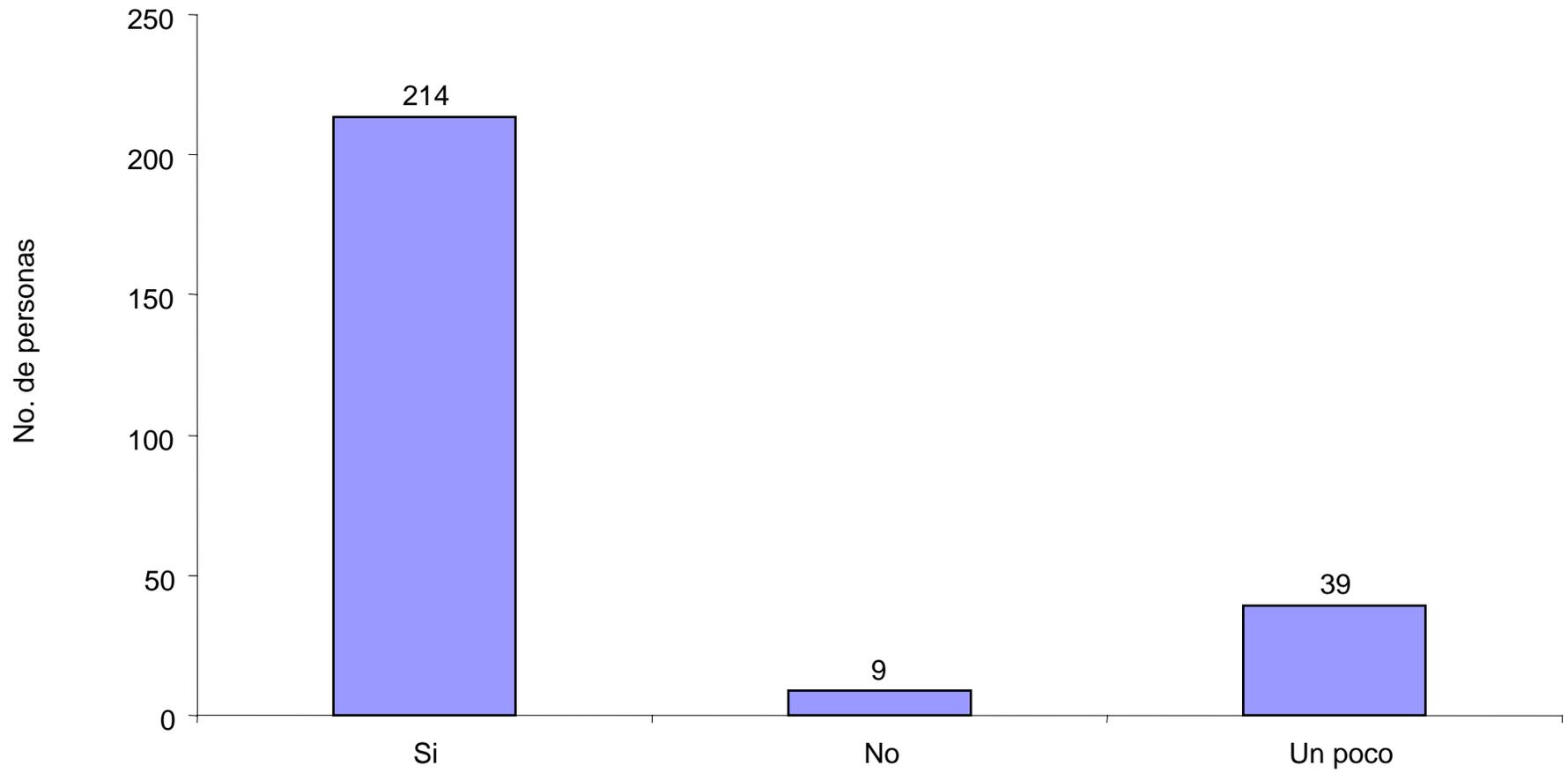
3.3 ¿Considera que los medios audiovisuales que se aplican en la capacitación le ayudan en su aprendizaje?



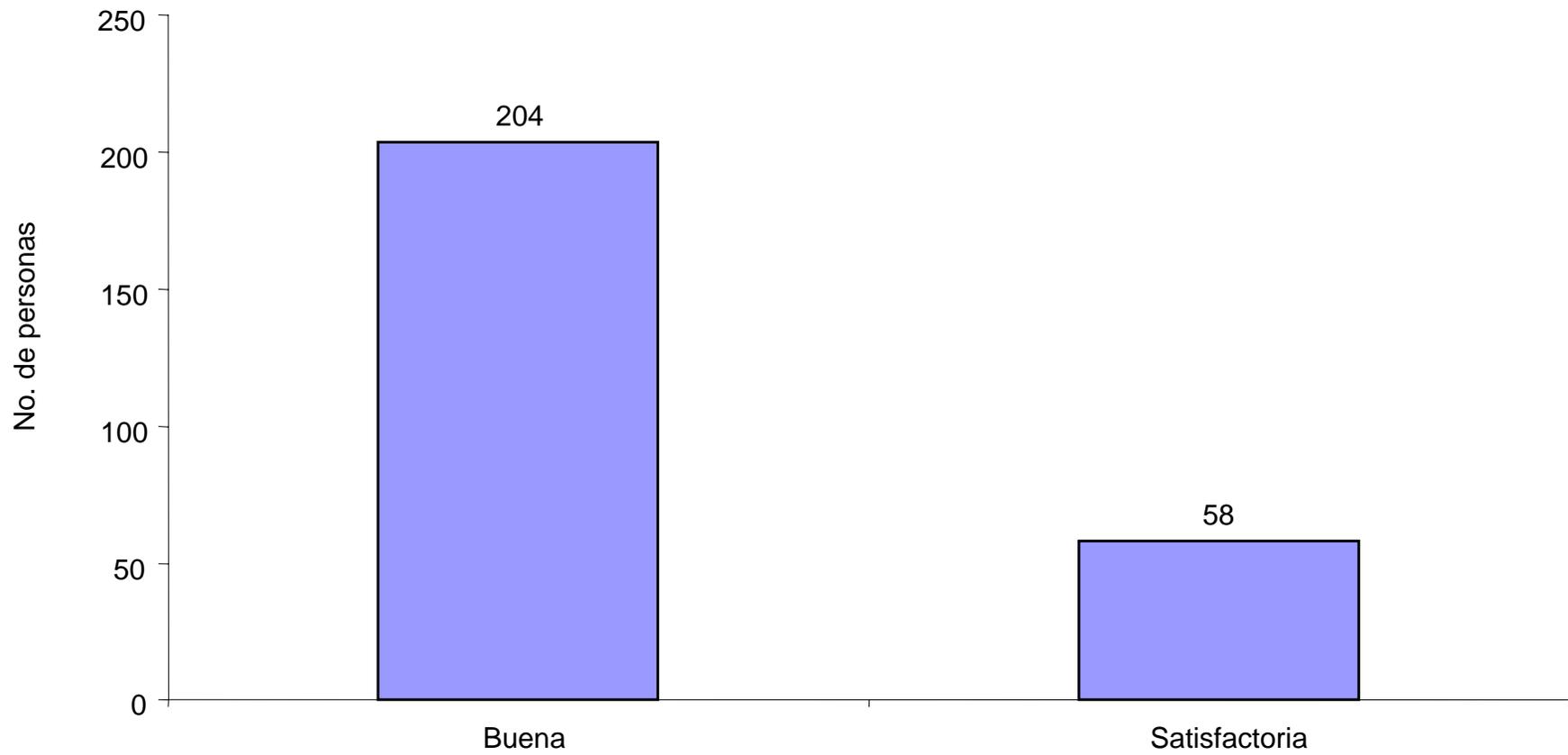
3.4 ¿Considera que los medios audiovisuales le ayudan a comprender los contenidos más rápido?



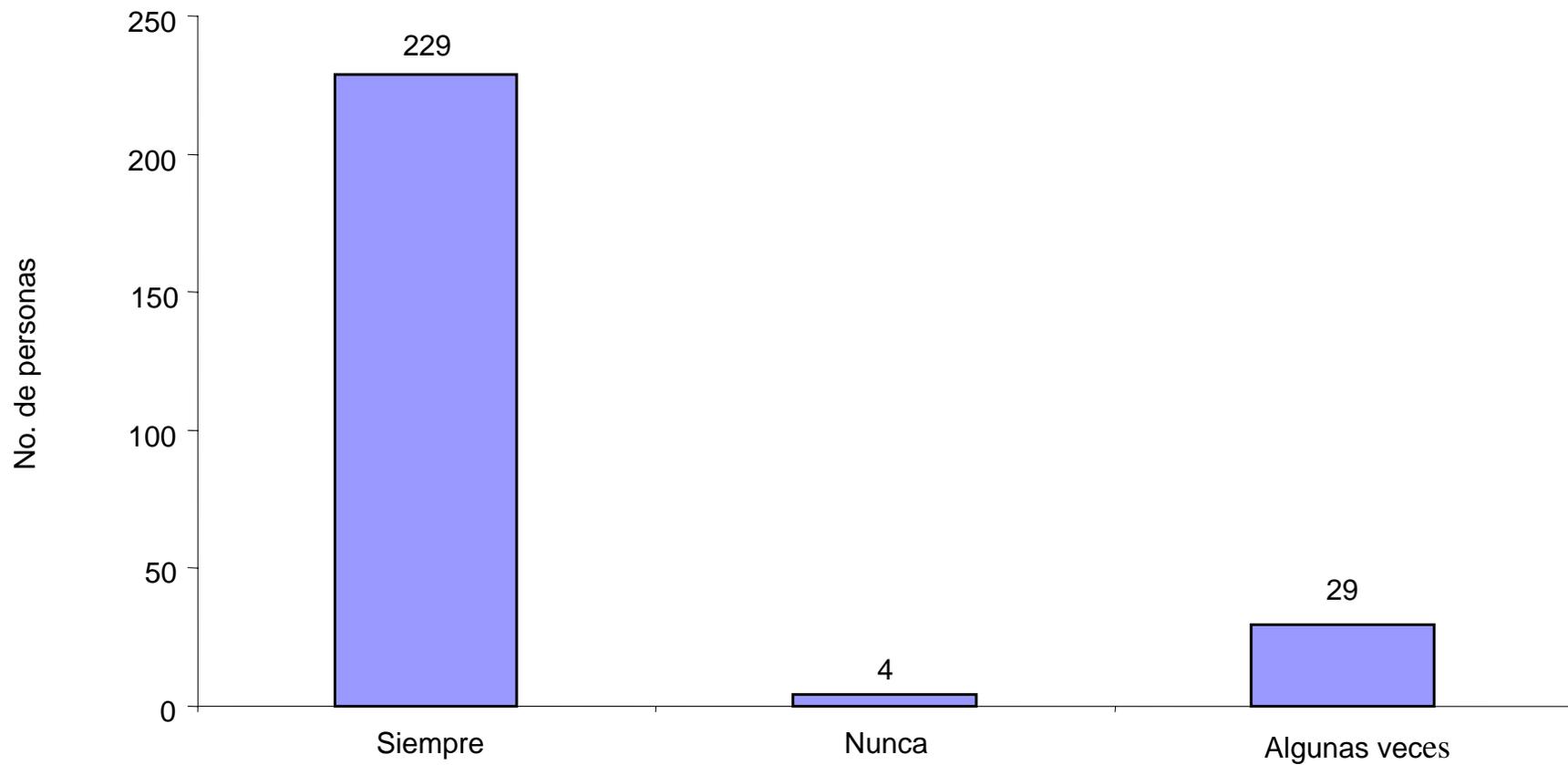
4.1 ¿Conoce cuál es el tipo de capacitación que se aplica en su empresa?



4.2 ¿Considera que la organización de los cursos de capacitación impartidos es?



4.3 ¿Considera necesario aplicar medios audiovisuales en todo tipo de capacitación?



4.2. Conclusiones

- Los medios audiovisuales se utilizan en la mayoría de cursos de capacitación, que se imparten al personal de las empresas de bebidas carbonatadas, ya que se consideran de suma importancia para desarrollar con eficiencia el proceso de capacitación.
- Los medios audiovisuales que los asistentes a cursos han observado y utilizado en las capacitaciones, son los medios más tradicionales para el proceso de enseñanza – aprendizaje: retroproyector, pizarrón, carteles, láminas de color y marcadores.
- De acuerdo al los resultados de las encuestas realizadas al personal operativo de distribución de bebidas carbonatadas, se considera que los medios audiovisuales utilizados en las capacitaciones son adecuados a los contenidos impartidos, ya que en la mayoría de casos se utilizan carteles y marcadores.
- Las respuestas a las encuestas demuestran que los medios audiovisuales ayudan a los participantes de los cursos a desempeñar de mejor forma su trabajo, a mejorar su aprendizaje y a comprender los contenidos de los temas impartidos en las capacitaciones.

- El personal de distribución de bebidas carbonatadas, sí conoce el tipo de capacitación que se implementa en sus empresas y acude a los cursos en algunas ocasiones con temores e inestabilidad emocional, debido a que consideran como no interactivos y en su mayoría expositivos. Estos aspectos se pueden minimizar con el uso de los medios audiovisuales por parte de los participantes.
- Se considera que la organización de los cursos de capacitación es buena, ya que se cuenta con algunos medios audiovisuales necesarios para hacerla realmente participativa y dinámica no así interactivo.

4.3. Recomendaciones

- Las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, deben contemplar dentro de sus capacitaciones, la utilización de medios audiovisuales conocidos, así mismo actualizar los medios que les permitan a los instructores desempeñar mejor su labor y satisfacer las necesidades de aprendizaje de los capacitandos.
- Se recomienda a las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, implementar capacitaciones en donde la utilización de medios audiovisuales sea interactivo, ya que de esa forma se contribuye a los participantes refuercen y fijen sus conocimiento.
- Dar a conocer a los gerentes de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, los resultados de esta investigación, con el fin de concientizarlos de la importancia de la utilización de medios audiovisuales y del rendimiento que pueden alcanzar a través de la correcta aplicación de las capacitaciones y de la asignación de presupuesto para la compra de medios audiovisuales actualizados, que sean interactivos y que ayuden a reforzar conocimientos del personal.
- Se recomienda a las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, facilitar la capacitación constante, que permita actualizar conocimientos al personal que imparte las capacitaciones al nivel operativo
- Se recomienda que la capacitación impartida contemple los siguientes temas: capacitación, cómo hacer una presentación, utilización y aplicación de medios audiovisuales. Los mismos contribuirán a reforzar las capacitaciones y a hacer un mejor uso de los medios audiovisuales

- Se recomienda a las empresas de distribución de bebidas carbonatadas, realizar diagnósticos de necesidades de capacitación, para detectar las necesidades de su personal en cuanto a trabajo y desarrollo personal y utilizar los medios audiovisuales en las capacitación, según las necesidades o requerimientos de los capacitandos.
- Se sugiere dar información al personal sobre el tipo de capacitación que se maneja en las empresas de distribución, ya que al conocerla, se les motiva a asistir y participar activamente en cada uno de los cursos donde se utilicen los medios audiovisuales
- Se sugiere revisar los proyectos o planificaciones de capacitación, con el fin de detectar si los medios audiovisuales están en función del contenido y necesidades de los participantes, ya que de ello depende que una capacitación sea buena o sólo satisfactoria.
- Se recomienda utilizar los medios audiovisuales que tengan a su alcance y conseguir aquellos con los que no cuentan, a través de prestamos a instituciones dedicadas a dar capacitación o contemplando presupuesto para los mismos.

5. BIBLIOGRAFÍA

1. Aitken John, George Mills. 1,994 **Tecnología creativa, recursos para el aula.** Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid.
2. Barry J. Smith, Brian L. Delahaye. 1,990. **El ABC de la capacitación práctica.** 1ª. Edición en español, Editorial McGraw-Hill, México.
3. Entrevista realizada a **Jefe del departamento de capacitación** de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas.
4. Ferrandez, Adalberto y otros. 1988. **Tecnología didáctica.** Edit. Ceac, 8ª. Edición, Barcelona.
5. Ferrini, María Rita. **Bases didácticas.** Editorial Progreso. Formación de Instructores SECODAM
6. Galo de Lara, Carmen María. 1,993. **Tecnología didáctica, objetivos y planeamiento.** Editorial Piedra Santa, Tercera reimpresión, Guatemala.
7. Isaac Guzmán Valdivia. 1996. **Problemas de la administración.** Limusa-Wiley. México.
8. Lemus, Luis Arturo; **Didáctica general.** ARTEMIS – EDINTER. Primera edición. Guatemala, Marzo
9. Lemus, Luis Arturo. 1,992. **Pedagogía.** Temas fundamentales, Editorial Piedra Santa, Guatemala.
10. Lidstone, John. **Capacitación para vendedores.** Editorial Norma. Bogotá. Colombia 1,988.

11. Nassif, Ricardo. 1,984 **Pedagogía general.** Editorial Kapelusz. S.A. Buenos Aires.
12. Paul Augé y Claude. 1,952. **Nuevo pequeño larousse ilustrado.** Librería Larousse. Decimoquinta edición. París.
13. Siliceo A. Alfonso. 1982. **Capacitación y desarrollo de personal.** Editorial LIMUSA, Segunda Edición. México.
14. Tesis. 2002. **Propuesta de un programa de capacitación en servicio al cliente para agentes de seguros de una empresa bancaria.** Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Lic. En Psicología de Recursos Humanos. Guatemala.
15. Texto de Editorial Educativa. 1998. **Didáctica General, Carreras de Magisterio,** Edit. Educativa Ceeduca. Guatemala.

ANEXOS

Modelo de encuestas y/o cuestionarios

Encuesta para vendedores de ruta, pilotos de camión y auxiliares de ventas.

Esta encuesta lleva como objetivo determinar el grado de aceptación que tiene la aplicación y el uso de los medios audiovisuales, en el proceso de capacitación del personal operativo de las empresas de distribución de bebidas carbonatadas. Para elaboración de tesis en el grado de Licenciado en Pedagogía y Ciencias de la Educación.

INSTRUCCIÓN: Marque con una X la casilla que considere más acertada para su respuesta.

1.1. ¿Cree que la aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de capacitación es eficiente?

Si	_____
No	_____
Algunas Veces	_____

1.2. ¿Cómo inciden en usted la aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación?

Positivamente	_____
Negativamente	_____

1.3. ¿En los cursos de capacitación que se imparten en la empresa, se utilizan medios audiovisuales?

Siempre	_____
Nunca	_____
Algunas Veces	_____

1.4. ¿Cree que es importante utilizar los medios audiovisuales en las capacitaciones que imparte su empresa?

Si _____
 No _____
 Algunas Veces _____

2.1. ¿Qué medios audiovisuales ha visto que se utilizan en la capacitación que imparte su empresa?

a) Diapositivas	_____	j) Fotografía	_____
b) Láminas	_____	k) Transparencias	_____
c) Mapas	_____	l) Carteles	_____
d) Pizarrón	_____	m) Yeso	_____
e) Almohadilla	_____	n) Marcadores	_____
f) Registros discográficos	_____	o) Registros magnetofónicos	_____
g) Emisiones radiofónicas	_____	p) Programas televisados	_____
h) Filmes sonoros	_____	q) Discos y "cassettes -Vídeo"	_____
i) Retroproyector	_____	r) Computadora	_____

2.2. ¿Considera que la forma de utilizar los medios audiovisuales en la capacitación, es la correcta?

Si _____
 No _____
 Algunas Veces _____

2.3. ¿Considera que los medios audiovisuales aplicados a la capacitación son adecuados al contenido que se imparte?

Si _____
 No _____
 Algunas Veces _____

2.4. ¿Qué medios audiovisuales le gustaría que se utilizaran durante las capacitaciones?

- | | | | |
|----------------------------|-------|--------------------------------|-------|
| a) Diapositivas | _____ | j) Fotografía | _____ |
| b) Láminas | _____ | k) Transparencias | _____ |
| c) Mapas | _____ | l) Carteles | _____ |
| d) Pizarrón | _____ | m) Yeso | _____ |
| e) Almohadilla | _____ | n) Marcadores | _____ |
| f) Registros discográficos | _____ | o) Registros magnetofónicos | _____ |
| g) Emisiones radiofónicas | _____ | p) Programas televisados | _____ |
| h) Filmes sonoros | _____ | q) Discos y "cassettes -Video" | _____ |
| i) Retroproyector | _____ | r) Computadora | _____ |

3.1. ¿Cree que los medios audiovisuales son de utilidad para apoyar la capacitación que imparte su empresa?

- Si _____
- No _____
- Algunas Veces _____

3.2. ¿Considera que la aplicación de los medios audiovisuales en la capacitación le han ayudado en el trabajo?

- Si _____
- No _____
- Algunas Veces _____

3.3. ¿Considera que los medios audiovisuales que se aplican en la capacitación le ayudan en su aprendizaje?

- Si _____
- No _____
- Algunas Veces _____

3.4. ¿Considera que los medios audiovisuales le ayudan a comprender los contenidos más rápido?

Si _____
No _____
Algunas Veces _____

4.1 ¿Conoce cuál es el tipo de capacitación que se aplica en su empresa?

Si _____
No _____
Un poco _____

4.2 ¿Considera que la organización de los cursos de capacitación impartidos es?

Buena _____
Satisfactoria _____
Mala _____

4.3 ¿Considera necesario aplicar medios audiovisuales en todo tipo de capacitación?

Siempre _____
Nunca _____
Algunas Veces _____