



Facultad de Ciencias Empresariales y Economía  
Carrera de Ciencias Empresariales

Creación del Programa de Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos  
para la empresa *Minds On*.

Informe de Sistematización

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para la  
obtención del título de Ingeniero Comercial con énfasis en Talento Humano y Marketing

Autor:

Patricio Xavier Dávila Montero

Profesor Guía:

Diego Montenegro

Quito, Mayo 2015

## **DECLARACIÓN NORMAS ÉTICAS Y DERECHOS**

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en éste ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios. De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Patricio Xavier Dávila Montero

CI. 1712753639

## INDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>RESUMEN</b> .....   | 5  |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | 5  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....  | 6  |
| <b>1. Objetivos del estudio</b> .....  | 7  |
| <b>2. Justificación de la Importancia</b> .....                                  | 7  |
| <b>3. Descripción del objetivo de la sistematización y la delimitación</b> ..... | 8  |
| <b>DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA</b> .....                                       | 9  |
| <b>MARCO REFERENCIAL</b> .....   | 10 |
| <b>1. Contexto teórico</b> .....   | 10 |
| <b>2. Presupuesto de la sistematización</b> .....                                | 14 |
| <b>METODOLOGÍA Y ANÁLISIS</b> .....  | 16 |
| <b>1. Descripción del modelo de sistematización</b> .....                        | 16 |
| <b>1.1. Antecedente de la empresa</b> .....                                      | 16 |
| <b>1.2. Levantamiento de las necesidades del mercado</b> .....                   | 16 |
| <b>1.3. Metodologías que existen en el mercado.</b> .....                        | 17 |
| <b>1.4. Metodologías que se utilizaron en el programa.</b> .....                 | 17 |
| <b>1.5. ¿A qué segmentos se enfocó el programa?</b> .....                        | 18 |
| <b>1.6. ¿Cómo se promocionó el programa?</b> .....                               | 18 |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2. Cronograma de Historia .....</b>           | <b>19</b> |
| <b>2.1. Presentación de la información .....</b> | <b>19</b> |
| <b>2.2. Análisis de la competencia .....</b>     | <b>20</b> |
| <b>2.3. Metodologías del evento .....</b>        | <b>21</b> |
| <b>2.4. Definición de los panelistas .....</b>   | <b>26</b> |
| <b>2.5. Precio y promoción .....</b>             | <b>28</b> |
| <b>2.6. Plan de acción .....</b>                 | <b>29</b> |
| <b>2.7. Ejecución del proyecto .....</b>         | <b>30</b> |
| <b>2.8. Resultados .....</b>                     | <b>31</b> |
| <b>2.9. Registro de la experiencia .....</b>     | <b>32</b> |
| <b>INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>       | <b>37</b> |
| <b>1. Reflexiones y conclusiones .....</b>       | <b>38</b> |
| <b>2. Aprendizaje obtenido .....</b>             | <b>38</b> |
| <b>BIBLIOGRAFIA .....</b>                        | <b>40</b> |
| <b>ANEXO 1 .....</b>                             | <b>41</b> |
| <b>ANEXO 2 .....</b>                             | <b>42</b> |
| <b>ANEXO 3 .....</b>                             | <b>43</b> |
| <b>ANEXO 4 .....</b>                             | <b>44</b> |
| <b>ANEXO 5 .....</b>                             | <b>46</b> |
| <b>ANEXO 6 .....</b>                             | <b>47</b> |
| <b>ANEXO 7 .....</b>                             | <b>48</b> |
| <b>ANEXO 8 .....</b>                             | <b>50</b> |

## **RESUMEN**

El presente informe de sistematización, tiene como objetivo dar a conocer el proceso que se realizó para la creación del programa *Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos*. En el cual se explica cada fase del proyecto, analizando el mercado y definiendo el potencial que tiene el programa a ofrecerse en el mercado ecuatoriano. Parte del informe es constatar el proceso de mercadeo que se aplicó para el éxito del programa y su posible crecimiento a nivel internacional.

## **ABSTRACT**

The following report of systematization, has the objective to let know all the process for the new program called *New Methodologies for formation and team develop*. In which has the details of each period of the process, analyzing the market and defining the potential of this program in the Ecuadorian market. Part of this report is to note the marketing process that had been applied for the successful of the program and his possible develop on international markets

## INTRODUCCIÓN

Dentro de las instituciones, la implementación del área de Talento Humano ha tomado gran importancia pues abarca actividades que van desde la creación de perfiles de selección de talento hasta el pago de nómina. En la creación de estos perfiles de cargos se especifica las funciones que va a desempeñar cada colaborador; y las opciones de crecimiento profesional de cada uno de ellos dentro de la organización. Una de estas opciones es la capacitación, la cual se enfoca en fortalecer los conocimientos de las actividades que se desarrollan.

Uno de los problema más recurrentes en el proceso de capacitación del colaborador es no tomar en cuenta las reales competencias necesarias para el desempeño del cargo; dando como resultado un espacio importante para la creación del desarrollo de competencias, definidas por Martha Alles como las características de personalidad, que tiene las personas en las cuales se basan sus comportamientos para el desempeño en una plaza de trabajo. (Alles, 2007).

Las nuevas metodologías de aprendizaje, permiten el descubrimiento y desarrollo de las competencias que tiene cada ser humano, dando como resultado nuevas tendencias de capacitación.

La empresa *Minds On* tiene como giro de negocio el desarrollo de competencias individuales, promoviendo el uso de estas herramientas a través de talleres vivenciales ofrecidos a las empresas públicas y privadas del Ecuador.

Viendo este potencial mercado se ve la necesidad de la creación de un curso en el cual se planteé el aporte de conocimiento sobre técnicas de capacitación que se enfoquen en el desarrollo de competencias. Planteado las siguientes interrogantes para la ejecución del proyecto.

- ¿Qué se va a realizar?
- ¿Cuál es la importancia de crear este producto en el mercado?

- ¿Cuál es el distintivo frente a los demás productos en el mercado?
- ¿A quién va a ir dirigido el curso?
- ¿Cuántos asistentes se van a aceptar?
- ¿Qué módulos se van a dictar en el curso?
- ¿Cuándo se va a realizar?
- ¿En dónde se lo va a realizar?
- ¿Qué instructores se van a necesitar?
- ¿Cuánto va a costar?
- ¿Cómo se va a vender?
- ¿Por qué medios se va a pautar?

## **1. Objetivos del estudio**

La importancia del desarrollo del informe sobre el programa *Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos*, tiene como fin establecer el proceso que se debe realizar para la creación de un programa internacional de esta índole y dar a conocer a las empresas sobre los beneficios de aplicar estas metodologías para obtener profesionales con un desarrollo íntegro.

Como principal objetivo el presente informe, pretende ser una guía general para las personas que a futuro deseen realizar un evento internacional enfocado en capacitación tengan en cuenta el proceso que se debe realizar. Como parte del informe el objetivo de la creación de este programa es dar a conocer a las empresas del mercado Ecuatoriano la funcionalidad que tienen las herramientas descritas a continuación.

## **2. Justificación de la Importancia**

Es importante el desarrollo de este informe, para dar a conocer a través de él en el ámbito privado y público del Ecuador, cómo la capacitación puede cambiar con las nuevas metodologías de desarrollo de competencias, para que el mercado no se quede atrapado en un modelo exclusivamente tradicional en el cual se enfoca en el desarrollo psicotécnico de

los profesionales. Este tipo de capacitación busca desarrollar las competencias conductuales que requiere cada cargo para el desarrollo de las funciones.

### **3. Descripción del objetivo de la sistematización y la delimitación**

El programa nuevas metodologías de formación tuvo como fin establecer cómo funcionan éstas técnicas de aprendizaje con las que se va a trabajar en el mercado ecuatoriano. Las personas que asistieron a este programa tienen las herramientas para poder aplicar cada metodología en sus organizaciones dependiendo de los requerimientos que esta posea.

En el caso local, el programa se enfocó en la ciudad de Quito como punto inicial del proyecto para potenciarlo posteriormente a nivel nacional y regional. Este primer curso tuvo un cupo de treinta personas para evaluar la demanda del taller así como su proyección a futuro.

El programa incluyó cuatro módulos, permitiendo profundizar en cada una de las metodologías de mejor forma. Los módulos contuvieron temarios de aspectos básicos para a futuro poder ampliar de acuerdo a las necesidades que presente cada institución o cliente.

En el caso local, el programa se enfocó en la ciudad de Quito como punto inicial del proyecto para potenciarlo posteriormente a nivel nacional y regional. Este primer curso tuvo un cupo de treinta personas para evaluar la demanda del taller así como su proyección a futuro.

El programa incluyó cuatro módulos, permitiendo profundizar en cada una de las metodologías de mejor forma. Los módulos contuvieron temarios de aspectos básicos para a futuro poder ampliar de acuerdo a las necesidades que presente cada institución o cliente.

## DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El evento de *Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos*, tuvo como sede la ciudad de Quito, el mes de enero los días 19, 20, 21, 22 del 2015; en el campo de cuerdas Arousal ubicado en la Quinta San Luis de Lumbisi. (Anexo 1)

El programa estuvo diseñado para los líderes en el área de talento humano y capacitación, así como para gerentes generales de las instituciones. Además participaron estudiantes de psicología industrial, administración de empresas, talento humano y afines.

El programa logró que los asistentes tengan conocimientos sobre las nuevas tendencias de capacitación conductual y obtengan el conocimiento para desarrollar talleres dentro de sus empresas en temas como: *assessment centers*<sup>1</sup>, *outplacements*<sup>2</sup>, atención al cliente externo e interno, motivación y alineación a los colaboradores en base a los valores institucionales.

El evento tuvo un total de treinta participantes, los cuales al finalizar el mismo realizaron una encuesta de satisfacción con resultados relevantes sobre las metodologías implementadas y el alcance de las mismas.

---

<sup>1</sup> *Assessment centers*, son técnicas para la selección de personal, en la cual se destacan las competencias que tiene cada asistente. Los participantes interactúan con varios ejercicios en el cual demuestran su potencial. (Chiavenato, 2001)

<sup>2</sup> *Outplacements* es un proceso de reorientación laboral, en el cual los asistentes descubren cuáles son sus gustos y se enfocan en estos para buscar una nueva plaza laboral en la cual puedan cumplir con sus metas. (Chiavenato, 2001)

## **MARCO REFERENCIAL**

### **1. Contexto teórico**

El proyecto se sustenta bajo tres ramas que son Talento Humano, Finanzas y Marketing. A continuación se conceptualiza lo relacionado a Talento Humano.

La gestión de talento humano según Idalberto Chiavenato tiene como principales objetivos: mantener y desarrollar un grupo de personas con habilidades, motivación y satisfacción por alcanzar los objetivos de la organización. Brindando aprendizaje, desarrollo y buenas condiciones para el desarrollo individual. De esta forma se logra eficiencia y eficacia en el trabajo diario logrando cumplir los objetivos de la empresa y el desarrollo personal (Chiavenato, 2001).

La capacitación, por otro lado es el proceso educativo a corto plazo; según Gary Dessler ésta es una forma sistemática por el cual las personas adquieren nuevos conocimientos, desarrollando nuevas habilidades y competencias que se necesitan de acuerdo a los objetivos que se planteen (Dessler, 2009).

Según Flipppo la capacitación “es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desempeño de determinado puesto o trabajo” (Flipppo, 1998).

Una competencia es una característica que tienen las personas en una parte profunda de la personalidad, ésta puede predecir cómo es el comportamiento de una persona y el desempeño. Según Spencer & Spencer las competencias son, “formas de comportamiento o de pensar, que generalizan diferentes situaciones y duran por un largo período de tiempo.” (Spencer, 1997).

El aprendizaje experiencial es un modelo que se soporta en la andragogía y en el constructivismo que utiliza los 5 sentidos para activar conocimientos y comportamientos (Dewey, 1977). Se fundamenta en la praxis para que de esta forma el participante experimente, comparta, analice, verifique y ponga en práctica lo vivido.

Según David Kolb en los estilos de aprendizaje, se empieza con una experiencia concreta en el cual el individuo piensa sobre esa experiencia y recopila la información para de esta forma realizar generalizaciones e internalizar lo que ocurrió para obtener un resultado. Lo denomina como un estado duradero y estable que se da entre el individuo y su medioambiente (Kolb, 2001).

El *coaching* de equipos según Alain Cardon es un proceso vivencial conectado con lo que cada equipo es y necesita. Es un proceso en el cual cada equipo descubre, define, desarrolla y construye sus propios principios de trabajo. Este es un proceso de acompañamiento a un equipo de personas en el cumplimiento de los objetivos planteados fomentando la cooperación entre los miembros (Cardon, 2007).

La indagación apreciativa es un proceso en cual se involucra a los colaboradores para el desarrollo organizacional con el objetivo de plantear el futuro, renovarla. Según David Cooperider se basa en el descubrimiento de las potencias que se tiene para de esta forma alcanzar el éxito e impulsar las virtudes para poder construir capacidades que permitan los objetivos del futuro (Cooperider, 2013).

La educación es el vehículo por el cual las sociedades transmitían a sus nuevos miembros una serie de conocimientos que les sirve para su desempeño en sus labores diarios. Entre ellos se puede destacar varios patrones de comportamiento al momento de aprender separándolos de la siguiente forma:

Hebegogía es la forma de educar al adolescente durante su periodo de educación media, la andrología se encarga de educar a las personas con una edad madura la cual se basa en aprender mediante una experiencia. Finalmente la gerontogogía es la que se encarga de educar a los adultos mayores pasado los 65 años en el cual su proceso de aprendizaje es diferente a la de un adulto maduro (Koemmins, 1988).

El aprendizaje experiencial es un modelo que se soporta en la andragogía y en el constructivismo que utiliza los cinco sentidos para activar conocimientos y comportamientos (Dewey, 1977). Se fundamenta en la praxis para que de esta forma el participante experimente, comparta, analice, verifique y ponga en práctica lo vivido.

Según David Kolb en los estilos de aprendizaje, éste empieza con una experiencia concreta en el cual el individuo, piensa sobre esa experiencia y recopila la información para de esta forma realizar generalizaciones e internalizarla lo que ocurrió para obtener un resultado

(Kolb, 2001). Lo denomina como un estado duradero y estable que se da entre el individuo y su medio ambiente. Debe contar con 3 elementos claves que son la Acción, el Reto y la Diversión.

Definido el marco teórico sobre el cual se basó el proyecto, se procede a definir los temas de finanzas que dieron soporte al desarrollo de éste.

Costos fijos son aquellos que no se alteran, son de forma fija frente al total de ventas. Según Marcial Córdoba Padilla son costos estáticos no se modifican si la actividad o el volumen de ventas varían (Córdoba Padilla, 2012).

Costos variables son aquellos costos que se mueven en relación al volumen de la producción o ventas. Según Marcial Córdoba Padilla varían de acuerdo a los cambios que la actividad realice. Dentro de estos costos variables se deben tomar en cuenta los gastos de comisiones, publicidad, promoción dependiendo de las ventas realizadas (Córdoba Padilla, 2012).

El punto de equilibrio según José Méndez es el nivel de ventas mínimo para cubrir los costos operativos, es cuando la utilidad del ejercicio es igual a cero. Éste sirve para determinar el nivel de producción para que se cubran todos los costos operativos (Méndez, 2004). Se observa en la siguiente fórmula:

$$(1) \quad \text{Punto de Equilibrio} = \text{Total Costos fijo} / (\text{PVP} - \text{Costos Variables})$$

El presupuesto según Marcial Córdoba Padilla es un plan de trabajo formulado donde las cifras se usan como guías, dando una base o un límite dentro de un concepto justo y razonable. Estos son documentos administrativos que sirven dentro de la planificación para proyectar ingresos, gastos e inversiones dentro de un periodo de tiempo (Córdoba Padilla, 2012).

Finalmente se procede a conceptualizar los temas referentes a marketing, que se utilizaron para el desenvolvimiento del proyecto.

Precio de venta al público según Philip Kotler consiste en calcular los costos variables y fijos de la producción para de esta forma tener un valor unitario, de esta manera se le agrega el margen de contribución. La sumatoria de todos los costos más el margen de contribución es el precio en el mercado. Margen de contribución es el porcentaje estimado

de utilidad de cada producto. Para calcular el precio de venta al público se utiliza la siguiente fórmula:

(2)  $PVP = (\text{Costos de Producto} / \# \text{ de unidades}) + \text{Margen de contribución}$  (Kotler, 2012).

Descuento según Philip Kotler, es la reducción directa en el precio de compra durante un periodo específico o por volúmenes grandes (Kotler, 2012) .

Segmentación de mercado según Philip Kotler, es separar al mercado en grupos con distintas necesidades, características o comportamientos que podrían requerir estrategias de marketing distintas (Kotler, 2012).

*Mix* de comunicaciones de marketing son todas las herramientas promocionales que utilizan las empresas para comunicar de manera persuasiva valor a los clientes y poder establecer relaciones con estos. Son 5 principales entre ellas: Publicidad, Promoción de ventas, Ventas Personales, Relaciones Públicas y Marketing directo (Kotler, 2012).

Para que una estrategia de marketing sea efectiva según Diego Montenegro es necesario usar los medios adecuados para que ésta llegue de forma adecuada a su receptor. La comunicación es la que da un impacto en los consumidores y lo que se busca es que se llegue a la audiencia indicada y de la forma esperada es decir que sea positiva la emisión del mensaje (Montenegro, 2011).

Existen dos grupos de medios de comunicaciones; según Cesar Bernal éstos son sobre la línea o denominados *Above the line* (ATL) y los bajo la línea o denominados *Below the line* (BTL). Los BTL son medios interactivos que ayudan a la comunicación por medios masivos como lo es el e-mail, tele mercadeo venta personal. En cuanto a los ATL son medios tradicionales que utilizan para comunicarse entre ellos los más comunes son la televisión y la radio (Bernal, 2008).

Según Diego Montenegro el plan de marketing lo que busca es enfocarse en el segmento adecuado al cual atacar. Una vez ya identificado el segmento encontrar la estrategia adecuada, para poderla implementar (Montenegro, 2011).

## 2. Presupuesto de la sistematización

El evento *Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos*, se realizó un presupuesto de todos los costos que implicó el programa. A continuación se detalla cada uno de éstos.

Tabla 1.

### Costos de la Institución

| <b>Valores</b>             | <b>Costo Unitario</b> | <b>#De Participantes</b> | <b>Subtotal</b> | <b>IVA 12%</b> | <b>Costo Total</b> |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Local                      | US\$30                | 30 personas              | US\$900         | US\$108        | US\$1.008          |
| Catering                   | US\$9                 | 30 personas              | US\$270         | US\$32,4       | US\$302,4          |
| Materiales                 | US\$5                 | 30 personas              | US\$150         | US\$18         | US\$168            |
| Certificados               | US\$1,15              | 30 personas              | US\$23          | US\$2,76       | US\$25,76          |
| Diseñador                  | US\$12                | 3 horas                  | US\$36          | US\$4,32       | US\$40,32          |
| Costo Facilitador Módulo 1 | US\$2.000             | 1 día                    | US\$2.000       | US\$2.240      | US\$2.240          |
| Costo Facilitador Módulo 2 | US\$2.000             | 1 día                    | US\$2.000       | US\$2.240      | US\$2.240          |
| Costo Facilitador Módulo 3 | US\$2.000             | 1 día                    | US\$2.000       | US\$2.240      | US\$2.240          |
| Costo Facilitador Módulo 4 | US\$2.000             | 1 día                    | US\$2.000       | US\$2.240      | US\$2.240          |

|              |           |             |               |              |               |
|--------------|-----------|-------------|---------------|--------------|---------------|
| Costo        | US\$2.000 | 1 día       | US\$2.000     | US\$2.240    | US\$2.240     |
| Facilitador  |           |             |               |              |               |
| Módulo 5     |           |             |               |              |               |
| Publicidad   | US\$500   | 1 mes       | US\$500       | US\$60       | US\$560       |
| Comisión     | US\$106   | 30 personas | US\$3.180     | US\$381,6    | US\$3561,6    |
| Proyecto     |           |             |               |              |               |
| Organización | US\$53    | 30 personas | US\$1.590     | US\$190,8    | US\$1.780,8   |
| Evento       |           |             |               |              |               |
| Arriendo     | US\$215   | 1 mes       | US\$215       | US\$25,8     | US\$240,8     |
| oficinas     |           |             |               |              |               |
| Sueldos      | US\$1.020 | 1 mes       | US\$1.020     | -            | US\$1.020     |
| Beneficios   | US\$209,1 | 1 mes       | US\$209,1     | -            | US\$209,1     |
| de ley       |           |             |               |              |               |
| Total        | -         | -           | US\$17.884,00 | US\$2.023,68 | US\$19.907,68 |

Fuente: Elaboración propia

Determinado los costos del proyecto se procedió aplicar la formular fórmula (2) que hace referencia al precio de venta al público, se definió un margen de contribución del 70% en este ejercicio, dando como resultado un precio de venta al público de US\$1.128.

## **METODOLOGÍA Y ANÁLISIS**

### **1. Descripción del modelo de sistematización**

#### **1.1. Antecedente de la empresa**

*MindsOn*, es una organización que lleva más de 12 años en el mercado con la finalidad de servir a las empresas e instituciones del Ecuador, en la organización de talleres, programas y procesos de formación y capacitación. Cuenta con certificaciones internacionales para el desarrollo de competencias con herramientas de Aprendizaje Experiencial, *Coaching* de Equipos e Intervenciones Apreciativas.

Los facilitadores cuentan con un nivel académicos de tercero y cuarto nivel en diferentes ramas y especializaciones, adicionalmente son expertos formadores que dominan y se soportan en técnicas de comunicación y desarrollo de equipos como son la Programación Neurolingüística y el *Coaching*.

La empresa *Minds On* encontró un potencial mercado en el desarrollo de competencias en el Ecuador. *Partners* estratégicos de la organización *Minds On* realizan informativos a los correos institucionales sobre las nuevas herramientas que están siendo utilizadas alrededor del mundo para el desarrollo de profesionales, dando como resultado la idea de implementar estas metodologías en el Ecuador.

#### **1.2. Levantamiento de las necesidades del mercado**

Dentro del mercado ecuatoriano, la demanda en cuanto a capacitaciones sobre desarrollo de competencias va creciendo de forma gradual, esto se ha visto impulsado por la ley que implementó el Ministerio de Relaciones Laborales en el código laboral, exigiendo que las empresas públicas y privadas opten por sistemas de desarrollo de competencias por lo menos aplicando una capacitación de esta índole, una vez al año. (Anexo 2)

En el sector público y privado se están dando este tipo de capacitaciones; sin embargo, las metodologías utilizadas en el mercado no son las pioneras en el desarrollo de personas; por lo tanto, existe la necesidad de adaptar esta nuevas herramientas de aprendizaje que se

utilicen alrededor del mundo para implementarlas dentro del país. El uso de estas será de gran importancia ya que pueden potenciar a las empresas a cumplir de una forma más eficiente sus objetivos, con altos estándares en su talento humano.

La aplicación de estas nuevas tendencias de capacitación a nivel mundial pretenden equilibrar la vida personal con la laboral buscando personas felices y que además cumplan con los objetivos planteados. Este equilibrio genera un desarrollo sustentable tanto para la empresa como para la persona.

### **1.3. Metodologías que existen en el mercado.**

Dentro del mercado existen varias empresas enfocadas al desarrollo de competencias, que utilizan, metodologías como:

- Programación Neurolingüística.
- *Coaching* Ejecutivo.
- Actividades Vivenciales.
- Aprendizaje Experiencial.
- Aprendizaje Organizacional.

Las metodologías utilizadas en el taller plantearon a un modelo andragógico alineado a la educación del adulto y bajo la experiencia vivencial, aterrizada a su realidad.

### **1.4. Metodologías que se utilizaron en el programa.**

Minds On para el desarrollo del evento *Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos*, procedió a traer las certificaciones internacionales incorporándolas dentro de su portafolio de productos para sustentar este evento.

Las nuevas herramientas que se utilizaron para el programa son:

- Aprendizaje Experiencial.
- *Coaching* de Equipos.
- Indagación Apreciativa.
- Modelo *Disney*.

Todos estas herramientas de aprendizaje van enfocados bajo un modelo andragógico y con fundamentos de programación neurolingüística generando un ambiente propenso para el aprendizaje y fomentado la inteligencia emocional.

### **1.5. ¿A qué segmentos se enfocó el programa?**

La finalidad del taller fue que los asistentes tengan los conocimientos de qué herramientas existen para la formación y desarrollo de equipos de trabajo. Por lo tanto, se segmentó de una forma adecuada cual es el target que se atacó.

El público objetivo del programa fue:

- Empresarios
- Gerente Generales
- Directores de Talento Humano
- Líderes de Capacitación en Empresas
- Líderes de Seguridad Industrial
- Directores de Centros Educativos

Existía el riesgo que participen capacitadores que no pertenezcan a instituciones, y al terminar el curso hagan un mal uso de las herramientas saturando el mercado. Por ello se aplicó promociones y descuentos para incentivar la participación solo de personas pertenecientes a instituciones.

### **1.6. ¿Cómo se promocionó el programa?**

Después de decidir el grupo objetivo al cual se debía enfocar la promoción y conociendo el potencial que tiene la aplicabilidad de estas nuevas herramientas. Se decidió como primera estrategia enfocarse a las personas que cumplían con el perfil por medio de un plan de medios estructurado, con una campaña de expectativa y seguida de información relevante al evento para enganchar al cliente. Este plan se lo ejecutó por medio de redes sociales, las cuales tuvieron un amplio alcance al momento de llegar al segmento objetivo.

La segunda estrategia tenía como objetivo llegar a las empresas por medio del sistema de *mailings*, para dar a conocer qué temas se tratarán en el programa; despertando interés institucional, para trasladarlos a la experiencia de comunicación interconectada que maneja *Minds On*. Esto significa navegación por distintos medios digitales de comunicación de la

empresa donde se encuentra la información interconectada. Se invitó a personas involucradas a la gestión de talento humano a talleres demostrativos.

Como tercera estrategia se realizó relaciones públicas por medios tradicionales (tv, radio, prensa) a tres semanas antes de iniciar el evento con el fin masificar y alcanzar a posible público interesados que no fue alcanzado por medio de las otras dos estrategias.

Finalmente, se buscó convenios con *partners* estratégicos para que formen parte del evento; con el fin de promocionar al evento y darle notoriedad afianzándose con las marcas auspiciantes.

## **2. Cronograma de Historia**

### **2.1. Presentación de la información**

Según la Secretaria Técnica de Capacitación y Formación Profesional del Ecuador en su plan de capacitación tarta sobre como el mercado ha cambiado de forma constante, por lo que las empresas deben innovar y buscar profesionales más eficientes y efectivos. Esto con el objetivo de generar mejor clima laboral y por lo tanto un adecuado desempeño de las personas desde la parte humana hasta lo profesional. Por lo tanto, el área de talento humano de las empresas se transforma cada vez más en un eje de vital importancia para la selección, capacitación y desarrollo organizacional. (ECUADOR, 2013)

Para *Minds On* el crecimiento de las empresas en el área de talento humano generó una oportunidad para la oferta de nuevos sistemas de capacitaciones.

A comienzos del 2015, Mauricio Merino Gerente General de la empresa *MindsOn*, al regresar del curso en Buenos Aires de *coaching* de equipos, se cuestionó sobre los productos que podían lanzar en el mercado ecuatoriano para abarcar las nuevas herramientas que estaban desarrollando profesionales alrededor del mundo.

Partiendo de este cuestionamiento se realizó una reunión en donde se revisó las diferentes ofertas que se podrían plantearse en el mercado ecuatoriano diferenciados de la competencia. En esta reunión participaron Mauricio Merino Gerente General, Juan Sebastián Merino Director Comercial, Patricio Dávila Director de Marketing y Diego Larrea Director Comercial.

En este primer encuentro se determinó realizar un estudio de las competencias para conocer a fondo el mercado y poder proponer productos diferenciadores.

## **2.2. Análisis de la competencia**

El análisis de la competencia se basa en empresas que se dedican a realizar cursos abiertos exceptuando a la empresa *Desempre* que se enfoca en necesidades del cliente, pero se la toma en cuenta ya que es una de las referentes del mercado.

La competencia directa de *Minds On* son las siguientes empresas: *The Edge Group*, *Desempre*, *The Bottom Line* y *BET LATAM*.

*The Bottom Line* ofrece un curso enfocado al desarrollo de competencias, este va enfocado a enseñar ¿Qué es una competencia? y ¿Qué importancia tienen estas en el mundo laboral? este taller es dictado mediante una plataforma online llamada *eLearning* en el cual las personas se conectan para seguir el curso.

*The Edge Group*, se enfoca en dos cursos, el primero es un *coaching* sistémico en el cual se enfoca en el desarrollo individual de la personas como generador o propulsor de ideas. La persona que asiste obtiene una certificación para poder realizar servicios de coaching a nivel institucional. Su segundo proyecto *Happiness* se enfoca en el desarrollo emocional de las personas. Brindando los medios para que los colaboradores sean felices dentro del trabajo, y de esta forma bajan los niveles de estrés.

*Desempre* se dedica a dar *coaching* ejecutivo y actividades vivenciales. Se enfoca en el desarrollo de altos mandos en su *coaching*; guía a las personas y ayuda a describir nuevas ideas. Brindan talleres vivenciales para el desarrollo de competencias en las instituciones. Son programas enfocados a las necesidades de los clientes pero no realizan cursos abiertos para que cualquier persona pueda asistir.

*BET LATAM* trabaja con su programa *PNL Esfera* con el objetivo de mejorar la vida personal y potencializar las habilidades de los asistentes. No se enfoca en el desarrollo empresarial dentro de este curso.

Después de analizar a la competencia y sobretodo las necesidades del mercado creadas por el Ministerio de Relaciones Laborales, en el cual implica que las empresas deben implementar un sistema de capacitación enfocada en el desarrollo de competencias. (Anexo 2). Se determinó que la introducción de un programa integral, que se enfoque en el

desarrollo de la vida personal, familiar y profesional, sería una oportunidad para abrir nuevas opciones en el mercado, a través de un programa no tradicional. Éste debe estar enfocado en actividades vivenciales que profundicen en la praxis y sean aplicables de forma inmediata. Además, debe tener un precio competitivo, utilizar las mejores herramientas, y distinguirse de la competencia con los certificados avalados para poder dictar este tipo de programas.

Una de las ventajas competitivas que tiene *Minds On* es poseer las certificaciones internacionales de todas las nuevas metodologías que buscan ser aplicadas en los productos a lanzarse en el Ecuador. Esto le permite a la empresa ser la pionera en el uso de estas metodologías, y además atraer a capacitadores extranjeros bajo el aval antes mencionado.

### **2.3. Metodologías del evento**

Después de definir las ventajas que tiene la empresa frente a la competencia se determinó que la acción inicial era la realización de un evento de capacitación estructuradas a las metodologías certificadas.

En un inicio se presentó el siguiente esquema para el evento:

- Programación Neurolingüística.
- Inteligencia Emocional.
- Aprendizaje Experiencial.
- Indagación Apreciativo
- *Coaching* de Equipos.
- Modelo *Disney*.

Partiendo de los conceptos definidos en la primera reunión, se procedió a buscar un nombre que abarque los conceptos y sobre todo cumpla con el objetivo del programa. Por medio de una lluvia de ideas, se optó por *Formador de formadores*. Ya definido el nombre del evento y su contenido. Se determinó la duración del curso:

- Aprendizaje Experiencial 6 horas.
- Inteligencia Emocional 2 horas.
- *Coaching* de Equipos 6 horas.
- Modelo *Disney* 4 horas.
- Fundamentos de la Programación Neurolingüística 4 horas.

- Indagación Apreciativa 8 horas.

Definidas las horas se preparó el temario delimitando cada metodología y su nivel de información, definiendo qué temas son esenciales y cuáles no, dentro de cada módulo a dictarse.

Dos metodologías fueron removidas de la estructura inicial, por tratarse de modelos tradicionales pero se consideró importante que los capacitadores manejen estas herramientas para poder transmitirlos a los participantes dentro de cada módulo. Por lo que se modificó la carga horaria de cada módulo:

- Aprendizaje Experiencial 10 horas.
- *Coaching* de Equipos 10 horas.
- Modelo *Disney* 10 horas.
- Indagación Apreciativa 10 horas.

Una vez definido los tiempos y módulos a utilizarse, los facilitadores especializados en cada una de estas herramientas desarrollaron un programa con los conceptos a tratarse dentro de las horas estipuladas para cada módulo.

Finalmente el taller quedó estructurado de la siguiente manera:

### ***2.3.1. Módulo 1 Aprendizaje experiencial.***

Dentro de este módulo se analizaron los siguientes temas:

- Qué es el cono y la curva de aprendizaje.  
En este tema se trató sobre la memoria al corto plazo, cuánta información retiene cada persona y cómo el aprendizaje mejora cuando se repite un proceso.
- El aprendizaje experiencial.  
En este tema se explicó cómo viviendo una experiencia se puede trasladar a una conceptualización para luego ser modificada para realizar una determinada acción.
- Tipos de aprendizaje bajo el modelo de Dewey, Kolb, McCarthy.  
Los modelos de aprendizaje bajo los diferentes modelos que existen.
- Los estilos del aprendizaje.  
Explicó cómo se asimila la información de diferente forma, sea observado y pensando o haciendo y sintiendo. Como la persona aprende.

- Qué es la memoria a largo plazo.  
El aprendizaje por medio de una experiencia, se almacene en el hemisferio izquierdo dejando almacenada la información en la memoria a largo plazo.
- Cuáles son las etapas del aprendizaje.  
El proceso de aprendizaje produce una evolución entre la incompetencia inconsciente y la competencia inconsciente. Dentro de este proceso se da la incompetencia inconsciente y la competencia consciente.
- Qué es el arousal.  
Proceso de excitación en la persona, que permite aprender de mejor forma.
- Los beneficios de usar un modelo de horizontalidad. El aceptar el reto por opción.  
En este tema se explicó como las personas son libres de aceptar los retos en su vida cotidiana, no deben existir presiones para realizar cambios en sus vidas. Las personas necesitan de un entorno de igual a igual para poder comunicarse de mejor forma
- Diferencia entre actividades lúdicas y juegos.  
Se explicó las actividades que se pueden realizar para resaltar competencias que tienen las personas.
- Qué es la proxémica o comunicación no verbal.  
Forma de comunicación mediante lenguaje corporal o signos.
- Actividad *indoor*, cuerdas bajas y cuerdas altas.  
Actividades que se realizan dependiendo el grupo de asistentes y competencias a desarrollarse.
- Actividades para activar competencias.  
Llevó a las personas del estado de confort para activar y comenzar a despegar competencias.
- La fábula, el feedback, nuestra propia historia.  
Historias que se puede realizar en las actividades, transportando a un estado de creatividad.
- Importancia de una aprendizaje bajo un modelo andragógico.  
La importancia de enseñar a las personas de acuerdo a la edad del grupo en este caso adultos.

### **2.3.2. Módulo 2 Coaching de equipos**

Herramienta que recoge lo mejor de aprendizaje experiencial y lo mejor del *coaching*. Permitió pasar de pensamientos individuales a pensamientos colectivos y por otro lado permitió a los *coacheé* ir de un estado presente a un estado deseado. Logrando que los equipos lleguen a un estado consensuado que les permite ver, escuchar y sentir y la importancia de los objetivos comunes a largo plazo

Dentro de este módulo se analizó los siguientes temas:

- Que es el *coaching* de equipos.  
Se dio a conocer la teoría básica de la importancia del *coaching* de equipos y que beneficios se obtiene del uso de este.
- Diferencia del *coaching* para personas y el *coaching* de equipos.  
Se explicó como cada persona actúa de diferente manera, es importante que al momento de manejar grupos llevar al líder para que todos lo acompañen a cumplir los objetivos como equipo.
- *Coaching* de equipos *outdoor*.  
Se dio a conocer actividades vivenciales en las cuales se crearon equipos de alto rendimiento.
- Las preguntas herramientas del *coach*.  
Se explicó qué tipo de preguntas debe un *coach* realizar para que su *coacheé* llegue a sus objetivos.
- Fases del programa de *coaching* de equipos:
  - Análisis de la situación.
  - Diseño.
  - Intervención.
  - Seguimiento.

### **2.3.3. Módulo 3 Modelo Disney**

Esta herramienta está basada en el éxito del mundo *Disney*. Se fundamenta en una nueva herramienta para mejorar la atención y servicio al cliente. En donde El Huésped (cliente) es el foco del desarrollo empresarial. Rompiendo de esta forma todos los estándares de los modelos de servicio que han conocido.

Dentro de este módulo se analizaron los siguientes temas:

- La Filosofía Disney es aplicable a cualquier empresa.

La importancia de aplicar atención al cliente sin importar la razón social de cada empresa.

- Los elementos de la filosofía Disney.

¿Qué llevo a *Disney* a tener una de las empresas más rentables del mundo?

- Los 7 fundamentos:

- Liderazgo.
- Cliente – Huésped.
- Actitud del Colaborador.
- Procesos.
- Infraestructura.
- Selección y Entrenamiento.
- Cultura Organizacional.

- Razones por las que la Calidad en el Servicio es fundamental.

- ¿Quién es su cliente?

Determinar cuál es el cliente objetivo de toda empresa, la importancia del cliente interno.

- ¿Qué es Calidad en el Servicio?

Siempre brindar un servicio de calidad, con el objetivo que el servicio sea clave fundamental para el retorno del cliente.

#### **2.3.4. Módulo 4 Indagación apreciativa**

Esta herramienta tiene un impacto relevante en la transformación de organizaciones, se puede aplicar tanto como para pequeños grupos como para grandes organizaciones.

Permite mejorar la cultura y el clima organizacional. Dando como soporte planes estratégicos de desarrollo continuo, esta herramienta se basa en lo positivo de las empresas.

Dentro de este módulo se analizaron los siguientes temas:

- Centrarse en las fortalezas.

El mundo tradicional se enfoca en las debilidades que tiene la persona, pero se deben enfocar las fortalezas que tienen de forma individual o colectiva para que éstas sean más fuertes y potencien la carencia de las otras competencias.

- Descubrir fortalezas del pasado.

Buscar que es lo bueno que se ha venido realizando, para nunca dejar de aplicarlo.

- Soñar el futuro.  
Definición de los sueños de cada persona, para luchar por cumplir esos deseos.
- Diseñar el presente.  
Cómo voy a lograr llegar al futuro, se debe trabajar en el presente para poder trazar el camino para cumplir los sueños propuestos.
- Vivir en el mundo de las fortalezas.  
Una persona o empresa cuyas fortalezas seas las bases en las cuales se construye el futuro, será sólida por el resto de su vida.
- *World* cafés y otros modelos para trabajar con los equipos.  
Actividades que permiten despegar competencias para alinearlas y trabajar hacia el futuro.

#### **2.4. Definición de los panelistas.**

Aprobado lo que se va a tratar en cada módulo, se procedió a definir los panelistas que estarán a cargo en cada etapa del evento. Para darle un peso en el mercado al evento se incluyó panelistas reconocidos a nivel internacional. Durante las certificaciones internacionales que han realizado los facilitadores de la organización se han generado buenas relaciones con *partners* alrededor del mundo, por lo tanto se planteó que para el evento asistan como panelistas dos facilitadores posiblemente de:

- México.
- Colombia.
- Argentina.
- Bolivia.

Por cuestiones de presupuesto, se decide invitar a un panelista de Colombia y otro de Argentina.

- Miguel Ángel Galeano (Colombiano)

Psicólogo clínico, licenciado en lingüística y literatura, con una certificación internacional en *outdoor team Coaching* y *coach life Sprint* Colombia. Conferencista y motivador dirigiendo más de 200 talleres en instituciones, colegios, alcaldías de Huila, Caquetá y Bogotá. Autor de bibliografía sobre Bullying, Convivencia escolar, Educación Sexual. Gran parte de su trabajo se fundamenta en las herramientas y estrategias propias diseñadas en el modelo constructivista de Jean Piaget. Dictó el módulo de *coaching* de equipos.

- Andrea Torrecilla (Argentina)

*Coach* ontológico con diseño organizacional, profesional avalado por la asociación Argentina de profesionales del coaching. Formación en *practitioner* en PNL. Certificación Internacional en *outdoor team coaching*. Miembro de equipo fundador de la Asociación Argentina de profesionales del *coaching*. 20 años trabajando en las industrias. Seis años en talleres de *coaching*. Dictó el módulo de coaching de equipos.

A estos dos panelistas extranjeros se unieron tres ecuatorianos.

- Lorena Merino (Indagación Apreciativa)

Psicóloga clínica, maestra en salud mental y clínica, máster en PNL, experiencia en talento humano, durante 15 años trabajó en grandes empresas del Ecuador, apoyando procesos de cambio y transformación institucional. Investigadora de nuevas herramientas de la formación y desarrollo de equipos ha logrado certificarse a nivel mundial en intervenciones apreciativas.

- Mauricio Merino (Aprendizaje Experiencial)

Investigador profundo de las nuevas teorías del desarrollo humano, ha capacitado a más de 300 mil personas en 14 años, Pionero en el estudio del pensamiento de Goleman y su teoría de la inteligencia emocional, involucrado con los modelos de formación basado en el aprendizaje experiencial. Investigador de las inteligencias múltiples bajo los modelos de Gardner, Wendey, Kolb, Mac Carthy, con los modelos de formación basadas en el Aprendizaje Experiencial, Maslow, Coperrider, con las nuevas Teorías Apreciativas que están transformando desde pequeñas comunidades hasta grandes corporaciones.

- Ramiro Paredes (Modelo *Disney*)

Master en gestión de empresas - especialización en dirección y organización general. Universidad de DEUSTO, España. Master en creación, dirección y gestión de pequeñas y medianas empresas – Universidad EOI, Escuela de negocios industriales Madrid - España. Programa de especialización en desarrollo del talento humano. Universidad del país vasco, España. Certificado a nivel mundial en servicio al cliente bajo la metodología *Disney*.

Para lograr la vinculación de los dos extranjeros se determinaron fechas tentativas, las cuales no lograron calzar con las agendas de los panelistas extranjeros y en reemplazo de

uno de ellos se buscó otro panelista que posea presencia en el mercado internacional. Se realiza conversaciones con la empresa Ernesto Yturralde *Worldwide Inc.*

Ernesto Yturralde (Aprendizaje Experiencial):

Facilitador, conferencista, *CEO* de *IFSociety* sociedad internacional de facilitadores, *Associate Member* de la *Association for Challenge Course Technology*, Socio de *International Mentoring Association*, *Association for Experiential Education* y de *The World Café Community*. Ernesto Yturralde obtuvo en Texas su Certificación como Facilitador de Talleres de Cuerdas, máster facilitador certificado. *Outdoor trainer* certificado, es reconocido como precursor de la metodología del aprendizaje experiencial y talleres experienciales en América con una trayectoria de 30 años.

Después de la confirmación de los panelistas, se suscitó un problema con las fechas lo cual implicó un cambio de las mismas en acuerdo con todos los implicados. El evento finalmente tuvo lugar el mes de Febrero los días 25, 26, 27, 28 del 2015, en el campo de cuerdas “Arousal”.

Antes de lanzar la campaña se decidió cambiar el nombre por *Nuevas Metodologías para formación y desarrollo de equipos* ya que la entrega de certificados será solo un sustento de participación mas no un aval de conocer la herramienta.

## **2.5.Precio y promoción**

El precio con el que se ofertó en el mercado fue de US\$1.128 dólares de acuerdo a la Tabla 1 donde se estipulan los gastos que se deben realizar. El curso se abrió para 30 personas se planteó una cláusula para las personas que no pudieron asistir al curso ya que estaban llenos los cupos y se tomó en cuenta para la apertura a futuro en otras fechas.

Para evitar el riesgo de que un capacitador externo ingrese en el curso se manejó una tabla de promoción en la cual existan parámetros que beneficien a las personas que vienen de instituciones. Las tablas de promoción que se van a manejar son las siguientes:

- 5% de descuento a participantes que realizaron pronto pago (Pagos hasta el 13 de febrero)
- 10% Participantes auspiciados por institución.
- 15% 2 o más participantes auspiciados por institución.

Las personas que están auspiciadas por institución, deben entregar una carta firmada por la empresa en la cual consten que pertenecen a la organización y cargo que desempeñan.

## **2.6. Plan de acción**

Junto a la Gerencia General se definió los procesos a seguir para el evento. Se realizaron varios lanzamientos en los cuales se trató sobre las cuatro herramientas a ser impartidas, explicando de forma resumida su contenido. Para esto se utilizó la base de datos de la organización, enfocándose en realizar estos lanzamientos cada dos semanas, como objetivo se planteó que asistan a cada evento entre 4 a 5 instituciones para que vivan la experiencia y coloquen gente de sus organizaciones en el evento.

Una de las estrategias que se utilizó para las ventas de este curso, fue realizar convenios con instituciones de educación superior para potenciar la imagen del evento. Se buscó nexos con este tipo de instituciones para potenciar la exposición de la marca, colocando *roll-ups* con el fin de alcanzar a un mayor número de personas. (Anexo 3)

Se realizó acercamientos para la búsqueda de auspiciantes del evento con:

- Universidad de los Hemisferios
- Centro de Postgrados de la Universidad de los Hemisferios.
- Ernesto Yturralde *Worldwide Inc.*
- *International Facilitators Society Corp.*

Dejando como auspiciantes para este primer evento a Ernesto Yturralde *Worldwide Inc* y a *International Facilitators Society Corp.* La Universidad de los Hemisferios y su centro de postgrados serán auspiciantes para el evento planificado a realizarse en el mes de abril.

Se utilizó redes sociales con el fin *viralizar* el curso y llegar al segmento objetivo determinado en un inicio.

El uso de *Facebook* con un plan de dos *posteos* diarios con información sobre las herramientas. Esta información fue corta adaptada a los formatos digitales de esta red social con el fin de atrapar a los seguidores y generar me gusta dentro de la red. Se realizó una inversión para las pautas dentro de *Facebook* para llegar a los segmentos objetivos. Los *posteos* irán programados, se genera contenido sobre los facilitadores, sobre las metodologías, el campo de cuerdas, los beneficios de participar el curso y testimonios de las personas que han participado en eventos de cada tecnología. (Anexo 4)

Se atacó a un segmento distinto de profesionales, por medio de la red social *LinkedIn*. El beneficio de utilizar este medio es que los altos cargos de las organizaciones están presentes, al ser una red social formal se llega al segmento adecuado aunque su costo es más elevado. En este medio se publicó contenido enfocado a recursos humanos, noticias, chats de discusión sobre las herramientas para de esta forma ir educando al cliente. (Anexo 4)

Finalmente, la última estrategia que se realizó fue, con la base de datos que posee *Minds On*, un envío semanal de mails al público objetivo con información referente al curso con el propósito de conectar a los interesados con el sistema de comunicación de la empresa. Esta estrategia sirvió como enganche hacia el cliente. (Anexo 5)

## **2.7. Ejecución del proyecto**

A mediados del mes enero arrancó la ejecución del proyecto. Se realizó la impresión de 500 *brochures* para la entrega a los clientes (Anexo 6) y 2 *roll-ups* para las empresas auspiciantes.

Dentro de la estrategia se planteó dos lanzamientos, en el campo de cuerdas "Arousal" en las siguientes fechas 23 y 30 de Enero del 2015.

Este fue un evento de 4 horas en el que los participantes a las 8 y 30 am arrancaron el proceso. Se realizó un proceso de sensibilización y se procedió a explicar de qué se tratan estas nuevas herramientas. A las 10 y 30 am se dio un *coffee break* seguido de ejercicios que fortalecen la experiencia de los temas tratados. Se evaluó al final el beneficio del curso junto a los participantes y qué mejoras se puede implementar. (Anexo 7)

Durante dos semanas de comercialización se envió *mailings*, con la información del programa. La base de datos es de 431 personas, Los envíos se realizaron en la mañana, que es el momento en el que las personas se dan tiempo para revisar correos.

El plan de *posteos* fue dos veces por día, se creó una campaña de expectativa, dando pequeños *tips* sobre lo que se trata el evento acompañado de información específica del curso y testimonios de gente que ha cursado eventos similares con los *partners* (Anexo 8), para luego proceder con la recepción de inscripciones.

Se colocó publicidad con los auspiciantes, fueron dos *roll-ups* en los lugares de recepción para alcanzar un mayor número de atención.

La primera semana de febrero, las pautas se enfocaron en recordar al usuario sobre las fechas de cierre. Además durante el mismo mes se realizó visitas específicas a los clientes contactados por medio telefónico o relaciones públicas. Se les entregó material sobre la información del curso, un *brochure* donde constan quienes son los panelistas, fechas, módulos a tratar y finalmente se les dio conocer los descuentos promocionales por ser clientes institucionales.

Del 9 al 17 de febrero se realizó el cierre de inscripciones, dando seguimiento telefónico a las empresas visitadas o clientes interesados con un seguimiento de *mailing* recordando el cierre de este.

El 17 de febrero se envió a la creación de material promocional para los asistentes que han confirmado su cupo.

## **2.8.Resultados**

La penúltima semana de febrero, se cerraron las inscripciones con 30 inscritos en el programa. El programa arrancó del 25 al 28 de febrero con el siguiente cronograma para cada módulo:

### **Cronograma**

#### **8:30** Sensibilización

Proceso de 30 minutos que se alinea y motiva a los participantes a ser parte del cambio y mejora de la calidad.

**9:00** Actividades vivenciales, actividades de campo enfocadas al módulo a tratar.

**10:30** Coffee break 1

**11:00** Actividades experienciales

Permite reconocer las competencias que se necesitan activar que son fundamentales

**13:00** almuerzo

**14:00** Actividades vivenciales parte 2, actividades de campo enfocadas a Atención al Cliente, Compromiso y Trabajo en Equipo.

**16:00** Coffe break 2

**16:30** Reconocimiento y compromiso de todos los involucrados

**17:00** Desarrollo técnico de todo lo vivido de acuerdo a los temas experimentados de acuerdo al módulo.

**16:30** Cierre de la jornada.

Toda actividad lleva un proceso reflexivo sobre lo que se ha descubierto y como al potenciar las competencias trabajadas se convierten en un camino a seguir para lograr crecer y desarrollarse dentro de la organización y en la vida personal.

El último día se entregó los certificados del programa con un detalle especial donde se impuso un casco como un artículo simbólico que represente la construcción de sueños.

## **2.9.Registro de la experiencia**

A continuación se demuestra cómo fue la experiencia vivida en el evento por medio de imágenes referenciales al evento.

### Módulo 1. Aprendizaje experiencial





### Módulo 3. Modelo Disney



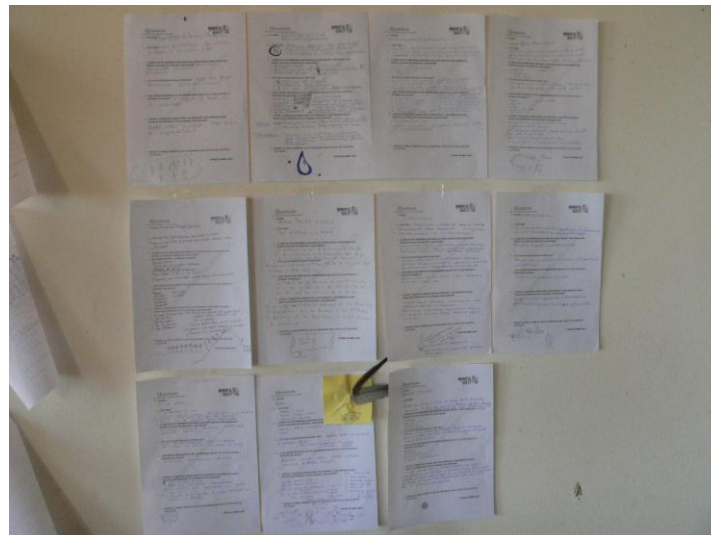
## Módulo 4. Coaching de equipos



## Fin del evento



## Evaluaciones



## Facilitadores



## INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIONES

Se realizó un programa de capacitación, en él se dio a conocer las nuevas metodologías de aprendizaje con el fin de que los participantes puedan adaptar esto a sus empresas, o tengan conocimiento para generar profesionales más competentes. El distintivo con otros eventos fue la base con la que se trabajó que fueron herramientas de PNL e inteligencia emocional. Se dieron 4 módulos que fueron Aprendizaje Experiencial, Indagación Apiciativa, Modelo Disney y Coaching de Equipos; se dieron en ese orden los módulos.

Para alcanzar el punto de equilibrio se debía vender a once asistentes el taller. El curso se desarrolló con una asistencia de 30 personas dejando como utilidad del ejercicio US\$13.932,32. El costo del programa fue de US\$1.128.

Esta utilidad se dio gracias a la promoción que se realizó por redes sociales y por el constante envío de *mailings* y gracias a sus auspiciantes quienes generaron notoriedad al momento de promocionarlo.

La sistematización deja las siguientes interpretaciones:

- El mercado ecuatoriano tiene un nicho importante en la aplicación de nuevas metodologías de formación de equipos, es un mercado nuevo que tiene mucho potencial.
- Existe la necesidad comprobada por el trabajo de la aplicación de estas nuevas metodologías tanto en dar a conocer a las personas que están a cargo del desarrollo de personal dentro de las organizaciones, como la aplicabilidad de estas metodologías dentro de las empresas para mejorar la funcionalidad de estas. Las empresas ecuatorianas deben optar por incluir planes de desarrollo personal en su capacitación.
- Existe el interés internacional, o vínculos internacionales para generar capacitación y desarrollo sobre esta temática en los países donde se encuentran ubicados los *partners*.

- Como experiencia la organización de este tipo de evento, necesita de más tiempo para lograr una mejor planificación y tener un mayor impacto comercial en base a una mejor gestión de marketing.
- Debido al éxito que tuvo en el país y el potencial que tiene en la región el evento se realizara en el mes de abril en Bogotá.

### **1. Reflexiones y conclusiones.**

- Las preguntas que se realizaron al inicio del informe, son el planteamiento básico que se debe realizar para el desarrollo de este tipo de eventos. Estas deben ser definidas de acuerdo al tipo de evento que se desee realizar. Estas tienen como soporte ser una guía para futuros proyectos a realizarse.
- Las herramientas son aplicables a cualquier tipo de grupo con la finalidad de romper paradigmas y conseguir efectos positivos dentro de las organizaciones y la vida personal. No importa el nivel de conocimiento, la aplicabilidad de las herramientas funciona en cualquier nivel de personas generando eficacia en los procesos.
- Lo que nunca se debe descuidar es dejar las herramientas atrás, continuar en el proceso aprendiendo y desarrollando nuevos métodos de enseñanza. Como producto es rentable pero no se debe descuidar la organización de la competencia.
- La empresa no puede descuidar la implementación de metodologías en el Ecuador, debe estar en constante desarrollo ofreciendo siempre las últimas tendencias de aprendizaje y capacitación.

### **2. Aprendizaje obtenido.**

- Para la organización de un evento, se necesita un equipo de trabajo que este comprometido con el proyecto. Es un trabajo exigente ya que se deben estar realizando varios procesos de forma simultánea, demanda bastante tiempo el realizar un evento de esta magnitud tanto en el proceso comercial y en la organización del evento.
- La implementación de medios digitales como canales de promoción son cada vez más funcionales, ya que permite llegar de una forma más rápida a nuestro target de forma demográfica o por atributos. Sin embargo no se debe dejar a un lado a los medios impresos o tradicionales ya que en el Ecuador todavía existe posibles

consumidores que no están adaptados a medios digitales y tienen influencia al momento de tomar decisiones.

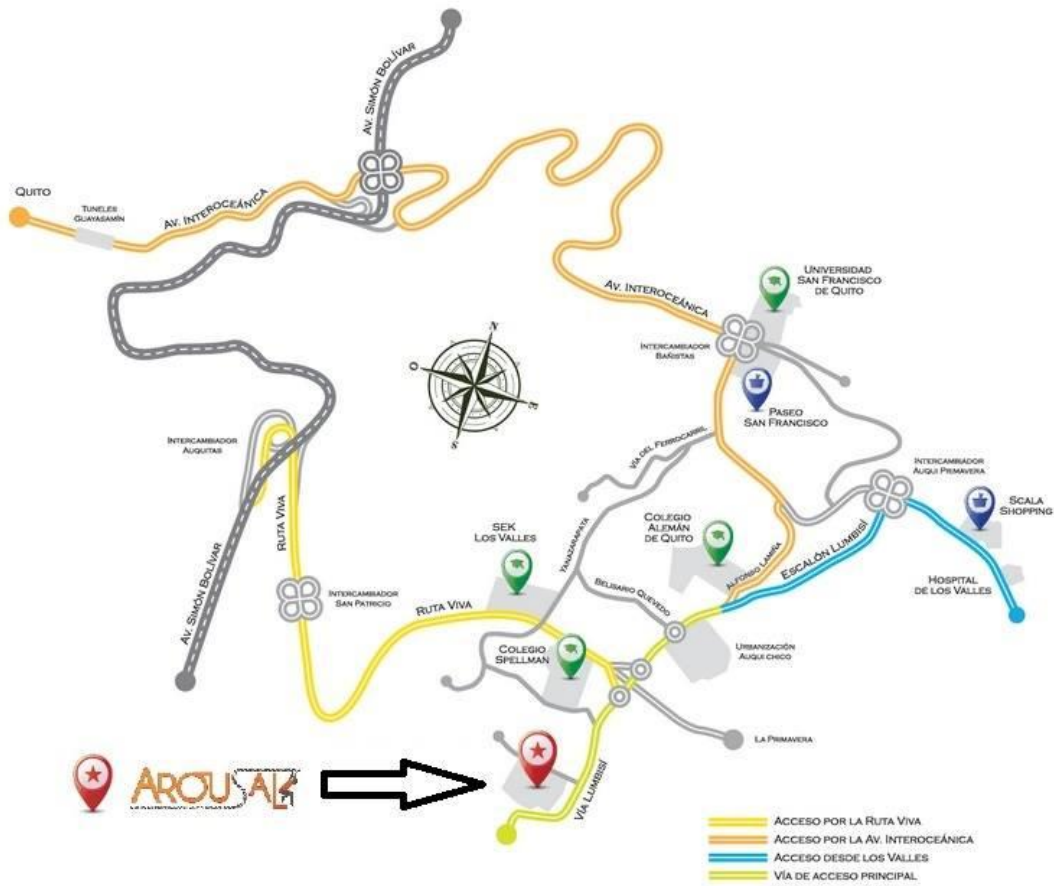
- El enfocarse en el desarrollo de competencias, genera un sentido de pertenencia en los colaboradores, creando buenos climas laborales y ayudando al desarrollo organizacional, es importante cuando un funcionario tiene colaboradores a su cargo se preocupe por el desarrollo individual de cada persona; ya que brinda importantes crecimientos tanto para la persona como para la institución.

## BIBLIOGRAFIA

- Adam, F. (1977). *Andragogía, ciencia de la educación de adultos*. Caracas: Publicaciones de la Presidencia.
- Alles, M. (2007). *Diccionario de Competencias*. México: McGraw Hill.
- Bernal, C. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- Cardon, A. (2007). *Coaching de Equipos*. Barcelona: Gestión 2000.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Cooperider, M. S. (2013). *Indagación Apreciativa*. Barcelona: Kairos.
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe.
- Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson.
- Dewey, J. (1977). *Mi credo pedagógico*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- ECUADOR, S. T. (2013). *Plan nacional de capacitación y formación profesional del talento humano del sector productivo*. Quito: Dirección de Planificación, Coordinación y Cooperación.
- Flippo, E. (1998). *Principios de Administración de Personal*. México: McGraw-Hill.
- Koemmins, S. (1988). *Teoría crítica de la enseñanza*. Barcelona: Martínez Roca.
- Kolb, D. (2001). *Experiential Learning Theory Bibliography*. Boston: Mcber and Co.
- Kotler, P. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Méndez, J. (2004). *Fundamentos de Economía*. México: McGraw-Hill.
- Montenegro, D. (2011). *Papers catedra gerencia de marca y producto*. Ecuador: Universidad de los Hemisferios.
- Padilla, M. C. (2012). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe.
- Spencer, L. M. (1997). *Gestión de las competencias*. Barcelona: Gestión 2000.

# ANEXO 1

## Centro de desarrollo de competencias Arousal.



## ANEXO 2

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 51 letras a y g) de la Ley Orgánica del Servicio Público.

Acuerda:

EMITIR LA NORMA TECNICA DEL SUBSISTEMA DE FORMACION Y CAPACITACION

CAPITULO I

OBJETO Y AMBITO DE LA NORMA

Art. 1.- Objeto.- La presente norma tiene por objeto normar los principios de carácter técnico y operativo que permitan a las instituciones, entidades y organismos del Estado implementar procesos y programas de formación y capacitación para que las y los servidores públicos adquieran, desarrollen y potencien sus competencias profesionales, técnicas y conductuales en función de la misión, visión, objetivos específicos de la organización, valores institucionales, productos y servicios, procesos y procedimientos internos y del puesto de trabajo, a fin de contribuir a la solución de los problemas; propiciar la adquisición de conocimientos e innovación productos y proyectos, para el mejoramiento de la calidad de los servicios; lograr excelencia y efectividad para responder a las necesidades de la ciudadanía con niveles eficiencia y eficacia; y, garantizar el mutuo respeto en un clima laboral sin discriminación.

Art. 2.- Ámbito.- Esta norma es aplicable a todas las instituciones, entidades y organismos del Estado determinados en el artículo 3 de la Ley Orgánica del Servicio Público. (Dr. Vaca Dávila Francisco, 2012: Acuerdo Ministerial 224)

## ANEXO 3

### Rollups

**25-28 FEBRERO 2015**

**PROGRAMA INTERNACIONAL**  
**Nuevas Tecnologías para**  
**Formación y Desarrollo**  
**de EQUIPOS**

**Módulo 1**  
Aprendizaje Experiencial

**Módulo 2**  
Modelo Disney

**Módulo 3**  
Indagación Apreciativa

**Módulo 4**  
Coaching de Equipos

**40 HORAS PRESENCIALES**

**¡PREGUNTA POR NUESTROS DESCUENTOS!**  
**PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - SERVICIO - CRECIMIENTO - EXCELENCIA**

**Inscripciones**  
(Cupos limitados)  
022905807 - 0999738040  
022904325 - 0984256301  
info@mindson.ec



**MINDSON**  
LIVE IT. LEARN IT.  
Ecuador - Colombia - Mexico - Argentina - Bolivia

[www.mindson.ec](http://www.mindson.ec)

Organiza: **MINDSON**  
Aspiciant: **ESCALA** **ESCALA** **ESCALA**

## ANEXO 4

### Pautas en redes sociales

| Post Am   | Post Pm   |
|---|---|
| <p>#TransformaLaCapacitación Esta es la oportunidad para transformar la manera de capacitar a tu equipo. Del 25 al 28 de febrero en Quito. Mayor información: <a href="http://www.mindson.ec">www.mindson.ec</a></p>  | <p>#TransformaLaCapacitación Conoce el perfil de nuestros capacitadores. Mayor información: <a href="http://www.mindson.ec">www.mindson.ec</a></p>  |
|  <p>CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL<br/>Nuevas Tecnologías para<br/>Formación y Desarrollo<br/>de EQUIPOS</p> <p>40 HORAS PRESENCIALES</p> <p>PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - SERVICIO - CRECIMIENTO - EXCELENCIA</p> <p>Inscripciones<br/>(Cupos limitados)<br/>022905807 - 0999738040<br/>022904525 - 0984256301<br/>info@mindson.ec</p> <p><b>MINDSON</b><br/>LIVE IT, LEARN IT<br/>ECUADOR - COLOMBIA - MÉXICO - ARGENTINA - BOLIVIA</p> <p>www.mindson.ec</p> |  <p>Nuestros capacitadores</p> <p><b>Mauricio Merino</b><br/>CEO MindSON Internacional</p> <p>Investigador profundo de las nuevas teorías del desarrollo humano, ha capacitado a más de 300 mil personas en 14 años, pionero en el estudio del pensamiento de Goleman y su Teoría de la Inteligencia Emocional, Gardner con sus estudios de las Intelligencias Múltiples, Wendy, Kolb, Mac Carthy, con los modelos de formación basadas en el Aprendizaje Experiencial, Maslow, Coperrider con las nuevas Teorías Apreciativas que están transformando desde pequeñas comunidades hasta grandes corporaciones.</p> <p>TRANSFORMA LA MANERA DE CAPACITAR A TU EQUIPO</p> <p><b>MINDSON</b><br/>LIVE IT, LEARN IT<br/>ECUADOR - COLOMBIA - MÉXICO - ARGENTINA - BOLIVIA</p> |

| Post Am   | Post Pm  |
|---|--|
| <p>#TransformaLaCapacitación ¡Del 25 al 28 de febrero! No puedes perder esta oportunidad de cambiar tu organización. Mayor información: <a href="http://www.mindson.ec">www.mindson.ec</a></p>  | <p>#TransformaLaCapacitación Conoce nuestra metodología de trabajo: ‘Coaching de equipos’. ¡INSCRÍBETE AHORA! (cupos limitados) Mayor información: <a href="http://www.mindson.ec">www.mindson.ec</a></p>  |
|  <p>CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL<br/>Nuevas Tecnologías para<br/>Formación y Desarrollo<br/>de EQUIPOS</p> <p>40 HORAS PRESENCIALES</p> <p>PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - SERVICIO - CRECIMIENTO - EXCELENCIA</p> <p>Inscripciones<br/>(Cupos limitados)<br/>022905807 - 0999738040<br/>022904525 - 0984256301<br/>info@mindson.ec</p> <p>MINDSON<br/>LIVE IT. LEARN IT<br/>ECUADOR - COLOMBIA - MÉXICO - ARGENTINA - BOLIVIA</p> <p>www.mindson.ec</p> | <p>Coaching de equipos</p> <p>TRANSFORMA LA MANERA DE CAPACITAR A TU EQUIPO</p> <p>“El coaching de equipos es una herramienta que hace mas conscientes a los equipos, no trata de facilitar las claves del éxito, sino servir al equipo de ayuda y apoyo en su propio desarrollo”</p> <p><b>César Piqueras</b></p> <p>www.mindson.ec</p>  |

## ANEXO 5

### Mailings

**CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL**  
**Nuevas Tecnologías para**  
**Formación y Desarrollo**  
**de EQUIPOS**

**25-28**  
**FEBRERO**  
**2015**

**Módulo 1**  
Aprendizaje Experiencial

**Módulo 2**  
Modelo Disney

**Módulo 3**  
Indagación Apreciativa

**Módulo 4**  
Coaching de Equipos

**PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - SERVICIO - CRECIMIENTO - EXCELENCIA**

**MINDSON**  
LIVE IT, LEARN IT  
Ecuador - Colombia - México - Argentina - Bolivia


# ANEXO 6

## Brochure

### Quiénes somos


Somos una organización que trabaja en el Ecuador en la formación del capital humano desde el año 2000. Especialistas en Investigaciones de Herramientas Innovadoras para el desarrollo y crecimiento del talento humano en temas de productividad, calidad, servicio, compromiso y excelencia. Acabamos esternos trabajando en Colombia, Argentina, Ecuador y próximamente en Bolivia y México.

### Conferencistas



**Mauricio Merino**  
CEO MindsON Internacional


Investigador analítico de las nuevas teorías del desarrollo humano. Ha capacitado a más de 300 mil personas en 14 años, pionero en el estudio del pensamiento de Goleman y la Teoría de la Inteligencia Emocional. Ganador con sus estudios de las Inteligencias Múltiples, Windy, Kolb, Mac Carthy, con las metodologías de formación basadas en el Aprendizaje Experiencial, Maslow, Cooperar con las nuevas teorías Asociativas que están transformando desde pequeñas compañías hasta grandes corporaciones.



**Ernesto Yurralde**  
Referente Mundial en Aprendizaje Experiencial


Facilitador, Conferencista, Consultor & Resercher, Autor y Mentor de nacionalidad ecuatoriana. CEO de ISI (Socially) Sociedad Internacional de Facilitadores, Asesorado Member de la ACOTI (Association for Challenging Course Technology, Socio de IMA (International Mentoring Association, ACEI (Association for Experiential Education) y de The World Café Community.

Ernesto Yurralde obtuvo en Texas su Certificación como Facilitador de Talleres de Cuerdas - High & Low Rises - Challenge Courses "Challenge Facilitator Technical Skills Certification" (Registro 603974), es Master Facilitador Certificado (Registro 06001), Oudator (Taller Certificado (Registro 06001), es reconocido como profesor de la metodología del Aprendizaje Experiencial y Talleres Experienciales en América con una trayectoria de 30 años.




**Ramiro Paredes**  
Experto en Modelo Disney

Maestr en Gestión de Empresas - especialización en Dirección y Organización General - Universidad de DEUSTO España, Master en Creación, Dirección y Gestión de Pequeñas y Medianas empresas - Universidad EDI, Escuela de Negocios Industriales Madrid - España, Programa de especialización en Desarrollo del Talento Humano, Universidad del País Vasco, España, Certificado a nivel mundial en servicio al cliente bajo la metodología Disney.




**Lorena Merino**  
Líder en América Latina en Indagación Apreciativa

Psicóloga Clínica, Maestrante en Salud Mental y Clínica, Maestr en PNL, Experiencia en Talento Humano, durante 15 años trabajó en grandes empresas del Ecuador, apoyando procesos de cambio y transformación institucional, investigadora de nuevas tecnologías de la formación y desarrollo de equipos. Ha logrado certificar a nivel mundial en Intervenciones Apreciativas, Lorena ha logrado certificar a 5 empresas en el Ecuador en el uso de la Intervención Apreciativa como modelo de desarrollo organizacional.



**Miguel Angel Galeano**  
Especialista en Coaching de Equipos

Psicólogo Clínico, Licenciado en Lingüística y Literatura, Diplomado en Servicios y Formación Transfrontera y bancaria, Certificación Internacional en Outdoor Team Coaching and Coach Life Skills Colombia, Coaching de equipos en la organización Quantum Argentina, Conferencista y motivador que dirigió más de 200 talleres en instituciones, colegios, escuelas de Hula, Capoeira y Judo. Autor de bibliografía sobre Bullying, Convivencia escolar, Educación Sexual y de 15-20. Creó parte de su trabajo su fundamento en las herramientas y estrategias propias diseñadas en el modelo constructivista de Jean Piaget. Miembro activo de Parana Internacional. Con más de 300.000 personas capacitadas en América Latina.



**25-28 FEBRERO 2015**

**PROGRAMA INTERNACIONAL**  
**Nuevas Tecnologías para**  
**Formación y Desarrollo**  
**de EQUIPOS**

**QUITO-ECUADOR**


**TRANSFORMA LA MANERA DE CAPACITAR A TU EQUIPO**

**Dirigido a:**  
Empresarios  
Gerentes Generales  
Directores de Talento Humano  
Líderes de Capacitación en Empresas  
Líderes de Seguridad Industrial  
Directivos de Centros Educativos

**Objetivo**  
Ver, escuchar, sentir y aprender, como estas tecnologías permiten homogeneizar las competencias que requieren los equipos en las empresas y organizaciones, con el fin de generar altos niveles de calidad, productividad y servicio, en climas laborales extraordinarios.

**"El futuro de las organizaciones dependerá cada vez más de su capacidad de aprender colectivamente."** Peter Senge

[www.mindson.ec](http://www.mindson.ec)



### Módulo 1

#### Aprendizaje Experiencial (10 Horas)

Es un modelo que se inspira en la Andragogía y en el Constructivismo que utiliza los 5 sentidos para activar conocimientos y comportamientos desarrollados por Dewey.

- Pedagogía vs. Andragogía vs. Heutagogía
- El Aprendizaje Experiencial para lograr Aprendizajes Significativos
- Rol del Líder como Facilitador
- Las Dinámicas de Grupo y el Aprendizaje Experiencial
- El Aprendizaje Experiencial y el Outdoor Training
- Conceptos clave en el APRENEK
- Los Componentes fundamentales en el APRENEK
- Modelos del APRENEK
- Las Zonas de Confort en el Aprendizaje

- RPO | Reto Por opción / CBC | Challenge By Choice
- ¿Qué es el Outdoor Training?
- Beneficios del Outdoor Training
- La Líder: sus roles y responsabilidades
- Los Challenge Courses: Cuerdas Bajas y Cuerdas Altas
- Habilidades Duras y Habilidades Blandas



### Módulo 3

#### Indagación Apreciativa (10 Horas)

Esta Herramienta tiene un impacto relevante en la transformación de organizaciones, se la puede aplicar tanto como para pequeños grupos como para grandes organizaciones. Permite mejorar la cultura y el clima organizacional.

Dado como soporte planes estratégicos de desarrollo continuo, esta herramienta se basa en lo positivo de las empresas, de las personas, de las comunidades.

- Centrarse en las fortalezas
- Descubrir fortalezas del pasado
- Soñar el futuro
- Diseñar el presente
- Vivir en el mundo de las fortalezas
- Word café y otros modelos para trabajar con los equipos

### Módulo 2

#### Modelo Disney (10 Horas)

Permite que los colaboradores de las empresas que participan en el programa, puedan disponer de herramientas nuevas de atención y servicio al cliente bajo la filosofía Disney.

El capacitado logra comprender la importancia del uso de herramientas para mejorar la atención al cliente, bajo el modelo de que el cliente es lo más importante en todo, igualmente desarrolla las competencias de pasión por el servicio al cliente y el trabajo en equipo como base de una empresa excelente.

- ¿Cómo adaptar la filosofía Disney a la empresa?
- Los elementos de la filosofía Disney
- Los 7 fundamentos:
  - Liderazgo
  - Cliente - Helpdesp
  - Actitud del Colaborador
  - Procesos
  - Infraestructura
  - Selección y Entrenamiento
  - Cultura Organizacional
- Razones por las que la Calidad en el Servicio es fundamental
- ¿Quién es su cliente?
- ¿Qué es Calidad en el Servicio?

### Módulo 4

#### Coaching de Equipos (10 Horas)

Herramienta que recoge lo mejor de Aprendizaje Experiencial y lo mejor del Coaching. Permite pasar de pensamientos individuales a pensamientos colectivos y por otro lado nos permite a los equipos ir de un estado presente a un estado deseado. Logrando que los equipos, por sus propios medios, y sin interferencia externa puedan visualizar nuevas opciones de desarrollo sostenido.

El coach no le enseña a llegar, simplemente le ayuda a reconocer el camino a seguir.

- ¿Qué es el Coaching de Equipos?
- Diferencia del Coaching para personas y el Coaching de equipos
- Coaching de Equipos Outdoor
- Las preguntas herramientas del Coach
- Fases del programa de coaching de equipos
  - Análisis de la situación
  - Diseño
  - Intervención
  - Seguimiento
- Actividades con las que se trabajan
- Ejercicio de coaching de equipos

Contactanos: 0984226301 - 0999739040 - 022904525 - 022905807 - info@mindson.ec  
Dirección: Arousal - Lumbis / Centro de Formación de Competencias

Organiza: 

Auspicio:    

**ANEXO 7**

**Formato evaluación de los lanzamientos**

**1. ¿Qué expectativas tienes del uso de las metodologías?**

---

---

---

---

**2. ¿Qué podemos hacer para aumentar tu nivel de satisfacción?**

---

---

---

---

**3. ¿Cómo aplicarías lo vivido a tu vida personal y profesional?**

---

---

---

---

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Empresa:** \_\_\_\_\_

**Mail:** \_\_\_\_\_

**Contacto:** \_\_\_\_\_

## Formato de evaluación evento.

**Febrero 2015**

### **EVALUACION FINAL**

1. Estoy satisfecho con el nivel de aprendizaje adquirido. Siendo 1 poco satisfactorio y 4 muy satisfactorio ¿cuál sería tu evaluación?

|          |          |          |          |
|----------|----------|----------|----------|
| <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> |
|----------|----------|----------|----------|

2. El instructor favoreció la participación. Siendo 1 poco satisfactorio y 4 muy satisfactorio ¿cuál sería tu evaluación?

|          |          |          |          |
|----------|----------|----------|----------|
| <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> |
|----------|----------|----------|----------|

3. Los temas durante el desarrollo del programa ¿Fueron adecuados? Siendo 1 poco satisfactorio y 4 muy satisfactorio ¿cuál sería tu evaluación?

|          |          |          |          |
|----------|----------|----------|----------|
| <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> |
|----------|----------|----------|----------|

4. El programa enfoco asuntos importantes que yo necesitaba robustecer. Siendo 1 poco satisfactorio y 4 muy satisfactorio ¿cuál sería tu evaluación?

|          |          |          |          |
|----------|----------|----------|----------|
| <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> |
|----------|----------|----------|----------|

5. ¿Pensando en este día que has vivido el aprendizaje experiencial para el desarrollo de las competencias asignadas a tu área de trabajo que es lo que destacarías personalmente?

6. ¿Cuál es el aprendizaje más importante que has tenido en este programa?

7. Con lo aprendido, ¿Cómo piensas aplicarlo en tu vida personal y profesional?

8. ¿Lo recomendarías a otras personas o instituciones? ¿Porque razón lo harías?

## **ANEXO 8**

### **Testimonios**

- “He descubierto la verdadera esencia de las dinámicas en el Aprendizaje Experiencial” Sandra Marfiel. Panamá
- “ !Una gran Experiencia! Intensa, divertida, profunda” Gabriel Larreu Ballido. Perú
- “ !Muy impresionado por todo lo aprendido y l amanera en que lo aprendí! Este proceso fue diseñado de manera minuciosa y con alta atención al cliente.” José Conejo. Panamá
- “Experimente un verdadero y alto nivel de Aprendizaje Experiencial genialidad e implacabilidad en el diseño y la puesta en acción” Marcela Baudino. Argentina