



# Consultor Comunitario

## Guia de Capacitaciones

### CONTENTS

<b>1. Guide to Giving a Good Presentation</b>	3
<b>2. Icebreakers</b>	6
• Overview: The Do's and Don'ts	6
• Ice Breaker: The Human Knot	6
• Ice Breaker: Wah!	7
• Ice Breaker: Bursting Balloons	8
• Ice Breaker: Line Up	8
• Ice Breaker: Animals	8
• Ice Breaker: Pulse Game	8
• Ice Breaker: Musical Chairs	9
• Ice Breaker: People Bingo	9
• Ice Breaker: Two Truths and a Lie	9
• Ice Breaker: The Ball Game	10
• Ice Breaker: Constructive Feedback	10
• Ice Breaker: Around the World	10
• Ice Breaker: Word Link	11
• Ice Breaker: Human Chairs	11
Description of Icebreakers in Spanish	11
• El Nudo Humano	11

• Reventar Globos	11
• Animales	12
• Hilera de Personas	12
• Electricidad	12
• Sillas Musicales	12
• Bingo de Gente	13
• Dos Verdades y Una Mentira	13
• La Pelota	13
• Instrucciones	14
• Alrededor de Mundo	14
• Cadena de Palabras	14
• Sillas Humanas	14
• Materials	15

### **3. Charlas:**

• FODA Análisis	17
• Plan de Estrategia con Visión y Misión	24
• Ahorros	30
• Estudio de Factibilidad	36
• Como Empezar un Negocio	45
• Contabilidad	55
• Mercadotecnia	67
• Control de Calidad y Higiene	75

## **Guide: How to Give a Good Presentation or “Charla” to a Rural Guatemalan Audience**

You have all done presentations many times before in a university or a high school setting. The presentations have been delivered to your peers, classmates and professors and have touched on various topics. Giving a presentation to a rural Guatemalan audience is in many ways similar to your high school and university presentations. Most of the same rules you know still apply. However there are a few nuances and subtle as well as not so subtle changes that you will need to make in order to give a successful presentation in Guatemala. The following is a guide to how to give an effective presentation to a rural Guatemalan audience.

### **Before the presentation:**

---

#### **1. Preparation**

- a. First and foremost, you are a professional and you are representing SolCom. It is important to dress and act appropriately during the presentation.
- b. Know your audience. You will receive a description of each organization or business as well as of their staff and the current knowledge they may have on the topic. Use this information to put together an effective presentation.
- c. Know the material. You will receive a guide to the topic of the presentation and all the information needed. You will also have access to the internet and SolCom staff will be around to answer any questions.
- d. Chances are, there will be no computer, projector or maybe even electricity to have a PowerPoint or media based presentation. But, remember, your slideshow is not the presentation, you are the presentation.
- e. It is important to have visuals. Posters, pictures, dramatizations and physical examples are great visuals that require no technology and only creativity on your part. Visuals will also help you to capture the attention of the audience and will help you to better explain the topic when used appropriately.
- f. The presentation also has aspects of a training. Thus, if fitting, make up worksheets or activities that may better help to explain the topic.
- g. Write up a one-page outline (in Spanish) highlighting the important messages and themes to hand out to the audience once the presentation has been completed. The outline will be a great reference for the audience to look back on in the future.
- h. Practice, Practice, Practice. This is a presentation in a foreign language. To ensure a fluid delivery you need to feel comfortable with the words that you are saying. The clearer the presentation, the more impact it will have on your audience. If you have any Spanish questions, SolCom staff will be on hand to help out.

### **During the presentation**

---

#### **2. The Introduction**

- a. Who and the Why. Explain to the audience who you are and why you are there with them. Let the audience know the general theme of your presentation and what you hope to accomplish.
- b. Introductions. Go around the room and have everyone tell you their names and where they are from or what they do at the organization or business. Don't forget to include yourself in the introductions.
- c. Icebreaker. Icebreakers are very important to have for a rural Guatemalan audience. It will help put the audience at ease and will build trust or “confianza.” Confianza is the key to have a successful and interactive discussion. Without it, your audience will be too timid to answer questions or participate during the presentation. Do not be afraid to make slight fool of yourself in order to break down social barriers, but also

remember to stay professional. See the List of Icebreakers to help you choose a suitable one for the organization or business.

### **3. The Presentation**

- a. Introduce the topic and the key message or theme.
- b. Briefly review the content of your presentation. The presentation should be simple. A complicated presentation will be lost and boring however a simple and to the point presentation will be more easily retained by the audience.
- c. Present the information. Remember, it is important to be consistent and supportive of the topic. Avoid tangents and stay on target. Also, try to keep the audience's attention by being interactive and energetic. If your presentation is interactive you will also continue to build confianza with the audience.
- d. Hand out and work on the worksheets or start the planned activity or dramatization.
- e. Sum-up. Reiterate the key points and message of the presentation.

### **4. Questions**

- a. Leave time for any questions the audience may have. Questions will also help you to gage how well the presentation went and how much your audience understood. After saying that, however, keep in mind that if there are no questions it may be due to the issue of confianza and timidity and not necessarily a reflection of the presentation itself.
- b. Pass out the prepared outline

### **Helpful Tips: the Do's and Don't**

- a. Do make eye contact with as many people as possible to help make the presentation comfortable and keep the audience listening
- b. Don't just read from a script. You will bore your audience and lose the message
- c. Do keep the message simple (KISS).
- d. Don't be too wordy or offer too much information or the message will get lost.
- e. Do give logical flow to the presentation. The presentation should have a beginning, middle, end and most importantly a point.
- f. Don't mumble or speak to quickly rushing through the presentation.
- g. Do make sure you have all the necessary material before the presentation begins.
- h. Don't be unprepared.
- i. Do make sure that you really do know the topic of the presentation
- j. Don't make the presentation more show than content. Although, it is important to keep the audience's attention it is crucial that it has a clear and useful point appropriate to the audience.
- k. Do practice to ensure that the presentation will go smoothly, that the timing is correct. Practicing will help you feel less nervous about your Spanish and about public speaking in general.
- l. Do dress and act professionally
- m. Don't freak out if something does not go according to plan.

m. Do go with the flow and keep the presentation going.

## References

- a. Darlington, R (2009) How To Make a Good Presentation.  
<http://www.rogerdarlington.me.uk/Presentation.html>
- b. Bourne PE (2007) Ten Simple Rules for Making Good Oral Presentations. PLoS Comput Biol 3(4): e77. doi:10.1371/journal.pcbi.003007
- c. Russell, W (2009) 10 Bad Presentation Techniques and Their Remedies.  
[http://presentationsoft.about.com/od/firststeps/p/lose\\_audience.htm](http://presentationsoft.about.com/od/firststeps/p/lose_audience.htm)

## **Ice Breakers**

### **The Do's and Don'ts of Ice Breakers**

Icebreakers are a great way to relieve tensions and create “confianza” between the presenters and the audience. They are also a good opportunity to ease people through the discomfort that comes with getting to know strangers.

A well-chosen icebreaker game can relax the mood, but a poorly chosen icebreaker can have the opposite effect, making people feel nervous and uncomfortable. These do's and don'ts will help you choose the right kind of icebreakers for your presentation.

#### **Do's**

- Do use icebreakers to create a more relaxed environment.
- Do use icebreakers as topic lead-ins for the presentation.
- Do choose the right game for the right group.
- Do make sure that you have the right amount of people for the game that you choose.
- Do make the instructions for the icebreaker as simple as possible.
- Do keep your eye on the participants. Make sure that they are having fun.
- Do be ready to improvise if necessary.
- Do have a back-up plan. If the icebreaker isn't working, you will need it.
- Do be able to jump into an ice breaker in the middle of an unrelated activity if you think it will stimulate the group.

#### **Don'ts**

- Don't introduce an icebreaker game that will make others uncomfortable- physically or mentally.
- Don't underestimate the time it will take to complete the icebreaker game or activity.
- Don't forget to bring all of the materials that you need.
- Don't limit icebreakers to the beginning of the presentation. Use them to revitalize the group at any time.
- Don't force people to participate.

### **Ice Breaker: The Human Knot**

Materials: None

Number of People: 7 – 16

Time: 15 – 20 minutes

#### **Description:**

Ask the participants to form a circle shoulder to shoulder and ask them to each place a hand in the middle and grasp another hand. Then ask the participants to put their other hand in the middle and grasp a different hand. It cannot be the hand of the person next to them. Ask the participants to untangle themselves and return to the original circle or (separate circles depending on the initial hand clasping) without letting go of hands. Wait 10 minutes, if progress seems slow, you can offer the group 1 un-clasp and re-clasp of hands. The group must discuss which letting go of hands will be most helpful. If you have a large number of participants you can break up into two teams. The first team to untangle themselves wins.

You can first try this with just the whole group in the circle. Another way would be to have the group select a leader to instruct. Thirdly, they could select a leader and everyone in the group agrees to do it without talking.

## Ice Breaker: Wah!

### Opening Up the Playbook:

# Wah!

A game guaranteed to get you laughing, Wah! involves concentration, quick reflexes and yelling “wah!” more times than you can imagine. We’re not making this up — type “wah game” into a YouTube search and see what pops up!

Group Size: 8-20

Age Group: 8-98

Length of Activity: 10 minutes

**Equipment Needed:** None

**Developmental Goal:** To develop awareness and active listening capability

**Skills Practiced:** Memorization, quick thinking, concentration and cooperation

**Set-Up:** Everyone standing in a circle facing each other

#### How to Play:

- Play begins when a designated player raises both arms over their head with palms together to form a “tree” (see picture 1) and says “Wah!”
- The two players on either side of the tree become lumberjacks and must chop the tree down by placing their own palms together and simultaneously make one chopping motion toward the midsection of the tree (see picture 2) while also saying “Wah!” (Remember not to actually touch the tree with the chopping motion.)

- When the tree is chopped, it falls by bending at the waist, saying “Wah!” and pointing to another member of the circle (see picture 3). The fallen tree may point to anyone in the circle except the players directly next to them.
- The player whom the fallen tree points at must immediately become the next tree by raising both arms together and saying “Wah!”
- The game continues with the players on either side of the new tree chopping it down, the tree falling and pointing at another player, and the player pointed at creating the next tree.
- If at any time a member of the circle hesitates, performs the wrong motion or does not say “Wah!” that player is eliminated and must step outside the circle. The game stops to let the player step out and starts again when a new tree goes up (anyone may do this).
- Eliminated players remain active by walking around the outside of the circle and distracting the remaining players by heckling them (without touching or yelling).

- As players are eliminated, the circle continues to shrink until the final four players are congratulated as the winners.

#### Before You Start:

- Make sure participants understand the three motions: becoming a tree, chopping down a tree, and having a tree fall. Review when in the game you would perform each motion.
- Review proper chopping (no touching), as well as proper heckling (no touching or yelling).
- Play a slow motion practice round.

#### Variations:

- Don’t eliminate players, work together to go as fast as you can.
- Change the “Wah!” to something else, like “Uma!” or “Oprah!”

#### Coach’s Reminders:

“The more creative your ‘wah!’ the better.”  
“Focus, focus, focus!”

Picture 1



Picture 2



Picture 3



## **Ice Breaker: Bursting Balloons**

---

Materials: Balloons (2 different colors)

Number of People: 8-30

Time: 15 – 20 minutes

Description:

Divide the participants up into two equal groups. Give each member of one team all the same color balloons and give each member of the second team all the same color balloons but a different color than the first group. Have the participants blow up and tie off the end of their balloons and then tie the balloons around their ankles with a string. When each team is ready, explain to them that the goal is to pop all of the other team's balloons. The first team to complete this task wins.

## **Ice Breaker: Line Up**

---

Material: None

Number of People: 5+

Time: 5 minutes

Description:

If there are a large number of participants have the participants split up into two groups and the groups can race against each other. Have the groups line up in order of height, in order of age, in order of birth months (December being last and January first) or whatever else you can think of. If you like, to make the game more challenging you can have the participants do this without talking.

## **Ice Breaker: Animals**

---

Materials: Slips of paper and pens

Number of People: 10+

Time: 10 minutes

Description:

Write down on slips of paper different animals. Create 3-6 slips for each animal. Hand out the slips and have the participants mimic the actions of the animal on their slip (act like the animal) in order to find their group of animals without talking. The only noises they can make are the animal noises. They cannot show each other their slips. When the first group finishes stop the game and the first group to get it right wins. If that group has done it incorrectly continue with the game.

## **Ice Breaker: Pulse Game**

---

Materials: A coin, a small object (ball, pen etc) and a chair

Number of People: 20+

Time: 30 minutes

Description:

Ask the participants to divide into two equal teams. Each team should line-up and face each other. Instruct each participant to hold hands in their line forming a human chain. At the end of the line set up the chair and place the small object on top. The referee should be standing at the beginning of the line. To play have the two players at the front of each line watch the referee and have the rest of the players close their eyes. The referee then flips the coin and shows the two players at the front of the line. Every time the coin is heads up, the players must squeeze the hand of the person at his side; upon feeling the hand squeeze, that person then squeezes the hand of the participant on his other side and so forth down the line. The last player in the line grabs the object sitting on the chair. The goal of the game is to be the first team to grab the object. The team who grabs the object first wins a point. If the team grabs the object but heads was not flipped during the coin toss the team loses a point. The first team to reach 5 points wins.

---

### **Ice Breaker: Musical Chairs**

Material: Chairs (music if available)

Number of people: 5+

Time: 15 – 20 minutes (depending on number of people)

Description:

This game is very popular among Guatemalans. Encircle chairs. There should be one less chair for number of people participating. Play music. Ask the participants to walk around the outside circle of the chairs. Once the music stops everyone has to sit in the chair. The person left standing without a chair loses and steps out of the game. Continue until there is only one chair and two people. The last person to sit in the chair is the winner. If there is no music available, have the referee turn his back to the chairs and participants. Once the referee turns around and shouts stop, everyone must find their chair.

---

### **Ice Breaker: People Bingo**

Material: Bingo Cards and pens

Number of people: 5+

Time: 30 minutes

Description:

Write traits and characteristics in the boxes in bingo. This can be things related to age, likes, dislikes, favorites etc. Give a bingo card and pen to each participant. Ask them to mingle around and find people who match the traits on their bingo card. The participants must put the person's name in the corresponding box or have the person sign the appropriate square. The first person to fill five boxes across, diagonal or down yells BINGO! and the game is over.

---

### **Ice Breaker: Two Truths and a Lie**

Materials: None

Number of people: 5+

Time: 10-15 minutes

Description:

Go around the room and ask each participant to say two truths about themselves and one lie. The rest of the participants have to guess which are the truths and which is the lie.

---

### **Ice Breaker: The Ball Game**

Materials: 1 small ball or a crumpled up piece of paper

Number of people: 10+

Time: 15-20 minutes

Description:

Ask the participants to stand in a circle. Give the ball to one person and have that person throw the ball to someone else in the circle. As the participant throws the ball, he has to state his name amongst anything else you would like to include. After a few minutes of this, instead of having the person who throws the ball say his own name, have the person who catches the ball say the name of the person who threw it to him.

This can also be used with a ball of twine where you create a web and then have to undo the web working backwards.

---

### **Ice Breaker: Constructive Feedback**

Materials: 1 cardboard box and 30 bits of crumpled up pieces of paper

Number of people: 5+

Time: 15-20 minutes

Description:

Have a volunteer come forward and face the audience. Place the box behind the participant, but not directly behind. Have the audience give hints to the volunteer on where to throw the crumpled up paper to get it into the box without turning around. When the volunteer has gotten 3 pieces into the box successfully, then find another volunteer and continue.

---

### **Ice Breaker: Around the World**

Materials: none

Number of People: 3+

Time: 10 minutes

Description: The participant who would like to start begins by saying the name of any country, city, river, ocean, or other geographical marker that can be found on a map. The person to their right must then state another geographical name that begins with the last letter of the previous word. Each person has three-five seconds to come up with a place, and no names can be repeated. For example: First person says-London, Second person says- Niagara Falls, Third Person says- Switzerland and so on.

## **Ice Breaker: Word Link**

---

Materials: none

Number of People: 3+

Time: 10 minutes

Description: Have the group sit in a circle. The first participant starts with any word they want. The person to their right must then add a word that is associated with the first. The following person must then add a third word, saying all three, which is associated with the previous two. For example: First person- red, Second person- red tomato, Third person- red tomato soup and so on.

## **Ice Breaker: Human Chairs**

---

Materials: none

Number of People: 4+

Time: 10 minutes

Description: Have the first two participants sit on the floor, back together, feet out front and arms linked. Their goal is to be able to stand up together. After they do this, add another person from the group to form a triangle and have them stand up. Keep adding people until the whole group is trying to stand up, arms linked, back-to-back with each other.

## **Descripción de Dinámicas**

### **a. Ice Breaker: El Nudo Humano**

---

Material: Ninguno

Cantidad de gente: 7 - 16

Tiempo: 15 – 20 minutos

Descripción: Pedir a los participantes que formen un círculo hombro a hombro. Despues pedir a los participantes que pongan sus manos en el centro del círculo y tomar la mano de alguien más en el círculo. Luego, pedir a los participantes poner su otra mano en el círculo y tomar la mano de otro persona. Pedir a los participantes desenredarse y regresar al círculo original sin soltarse de las manos. Espera 10 minutos, y si el progreso es despacio puede ofrecerles que una persona puede soltar una mano. Si hay muchos participantes, puedes dividirlos en dos grupos y el primer equipo que termines gana.

### **b. Ice Breaker: Reventar Globos**

---

Material: Globos de dos diferentes colores

Cantidad de Gente: 8-30

Tiempo: 15 – 20 minutos

**Descripción:** Divida a los participantes en dos grupos con el mismo número de personas. Dé a cada persona del primer grupo un color de globos y a las personas del segundo grupo otro color. Cada persona necesita inflar su globo y amarrar a su tobillo con el hilo. Cuando todos estén listos, explique que el primer grupo reventará los globos del segundo grupo y viceversa. La meta es que al final el grupo que haya reventado todos los globos del otro grupo es el ganador.

#### **c. Ice Breaker: Animales**

---

**Material:** piezas de papel y lápices

**Cantidad de personas:** 10+

**Tiempo:** 10 minutos

**Descripción:** En las piezas de papel, escribe los nombres de diferentes tipos de animales. Haga 3 – 6 papeleritos para cada tipo de animal. De los papeleritos a los participantes y diríjalos a buscar su grupo de animal sin palabras. El primer grupo en completar su grupo gana.

#### **d. Ice Breaker: Hilera de Personas**

---

**Material:** Ninguno

**Cantidad de gente:** 5+

**Tiempo:** 5 minutos

**Descripción:** Si hay muchos participantes, dividirlos en dos grupos y los dos grupos pueden competir. Pedir a los grupos que se pongan en orden de estatura, edad, o meses nacidos (diciembre es el ultimo y enero el primero) o como sea. Si quiere poner la dinámica mas difícil, di a los participantes que no pueden hablar.

#### **e. Ice Breaker: Electricidad**

---

**Material:** una ficha, un objeto pequeño (pelota, lápiz etc) y una silla

**Cantidad de gente:** 20+

**Tiempo:** 30 minutos

**Descripción:** Pedir a los participantes que se dividan en dos equipos iguales. Cada equipo debe ponerse en cola y cada cola debe mirar la otra cola. Di a los participantes que tomen las manos de las personas a su lado. En un lado de la hilera de personas, pon la silla con la objeta encima. El encargado debe ponerse al otro lado de la cola. Para jugar, las dos personas más cerca al encargado deben mirar, el encargado y el resto de las personas deben cerrar sus ojos. El encargado debe tirar la ficha y mostrarla a las dos personas. Cada vez que la ficha esta cara arriba, las primera dos personas necesitan apretar la mano de la persona a su lado, y esta persona necesita apretar el mano de la persona a su otro lado. La última persona en la cola, necesita agarrar el objeto cuando su mano esta apretada. La meta es apretar las manos lo más rápido posible y agarrar el objeto antes que el otro equipo. El equipo que agarra el objeto primero recibe un punto. El primer equipo a recibir 5 puntos gana.

#### **f. Ice Breaker: Sillas Musicales**

---

Material: Sillas y Música (si hay)

Cantidad de gente: 5+

Tiempo: 15 – 20 minutos (dependiente de la cantidad de gente)

Descripción: Este juego es MUY popular con los guatemaltecos. Pon las sillas en un círculo. Debe ser una silla menos de la cantidad de gente que hay. Pide a los participantes que caminen alrededor de las sillas con el sonido de la música. Cuando la música para todos necesitan sentarse en una silla. La persona sin silla está fuera del juego. Sigue el juego hasta la última persona que quede sentada en la silla. Esta persona es la ganadora. Si no hay música, el encargado debe poner su espalda a los participantes y después de un rato debe dar la vuelta y decir ALTO y todos necesitan encontrar sus sillas.

---

#### **g. Ice Breaker: Bingo de Gente**

Material: Cartas de Bingo y Lápices

Cantidad de gente: 5+

Tiempo: 30 minutos

Descripción: Da las cartas de bingo y un lápiz a cada participante. Pide a los participantes hablar con los otros participantes y buscar personas que tienen las características en la carta. Los participantes que tiene la característica necesitan firmar su nombre en la caja. La primera persona a llenar 5 cajas en un línea vertical o horizontal necesita gritar BINGO! y él gana el juego.

---

#### **h. Ice Breaker: Dos Verdades y Una Mentira**

Material: Ninguna

Cantidad de gente: 5+

Tiempo: 10-15 minutos

Descripción: Pide a cada participante decir 2 verdades y un mentira sobre sus propias vidas. El resto de los participantes necesitan adivinar cuales son las verdades y cuál es la mentira.

---

#### **i. Ice Breaker: La Pelota**

Material: Una pelota

Cantidad de gente: 10+

Tiempo: 15-20 minutos

Descripción: Pide a los participantes formar un círculo. Da la pelota a una persona y dile que la tire a otro participante y a la vez decir su propio nombre. Después de algunos minutos, en lugar de decir su propio nombre, decir el nombre de la persona a la que le tira la pelota.

#### **j. Ice Breaker: Instrucciones**

---

Material: Una caja de cartón, y 30 piezas de papel en bolas.

Cantidad de gente: 5+

Tiempo: 15-20 minutos

Descripción: Dile a un participante que se ponga enfrente de los otros. Pon la caja atrás del participante, pero no directamente atrás. Pide a los otros participantes que guíen al participante a tirar una bola de papel adentro de la caja. Cuando el participante exitosamente tiro 3 bolas adentro de la caja, puedes cambiar de personas.

---

#### **k. Ice Breaker: Alrededor del Mundo**

---

Materiales: nada

Numero de Personas: 3+

Tiempo: 10 minutos

Descripción: El participante que quiere empezar decir un lugar. No importa si es un país, ciudad, montaña, lago, río, solamente que es algo geográfico y se puede encontrar en una mapa. La segunda persona dice otro lugar que empieza con la ultima letra del lugar de la primera persona. Cada persona tiene como tres a cinco segundos para determinar una respuesta. Los lugares no pueden repetir. Por Ejemplo: Primera Persona- Nicaragua, Segunda Persona- Antártica, Tercera Persona- Atitlán...adelante.

---

#### **l. Ice Breaker: Cadena de Palabras**

---

Materiales: nada

Numero de Personas: 3+

Tiempo: 10 minutos

Descripción: El grupo necesita sentarse en un círculo. El participante que quiere comenzar, empieza con cualquiera palabra quería. Entonces, la persona a su derecho dice la primera palabra y otra palabra que es asociada con la palabra primera. La tercera persona dice otra palabra asociada con las dos primeras. Por Ejemplo: Primera Persona- rojo, Segunda Persona- tomate rojo, Tercera Persona- sopa de tomate rojo ...adelante.

---

#### **m. Sillas Humanas**

---

Materiales: nada

Numero de Personas: 3+

Tiempo: 10 minutos

Descripción: Selecciona dos personas del grupo. Las dos se sienten en el piso, espalda a espalda, piernas en frente con los brazos enganchados. El gol es que pueden ponerse en pie. Cuando ya hacen, selecciona una persona más del grupos y

ellos forman un triángulo en el piso para hacer la misma cosa. Añade una persona más cada vez hasta todo el grupo está en el piso tratando de ponerse en pie.

## **2. Materials – see attached Bingo Cards**

---

<b>B</b>	<b>I</b>	<b>N</b>	<b>G</b>	<b>O</b>
Tiene 2 gatos	Tiene mas que 2 hijos	Toma te en lugar de café	Le gusta la color verde	Conoce el Lago Atitlan
Prefiere res mas que pollo	Tiene un perro	Tiene mas que 4 hijos	Tiene pelo negro	Sabe a tejar
Puede manejar un carro	Puede tortillar	Tiene una granja	Tiene gallinas	Come paches para la Navidad
Sabe montar caballos	Puede tocar un instrumento	Puede hablar dos idiomas	Tiene nietos	Le gusta pizza
No le gusta helado	Conoce la ciudad de Guatemala	Puede nadar	Le gusta la playa	Prefiere la lluvia mas que el sol

<b>B</b>	<b>I</b>	<b>N</b>	<b>G</b>	<b>O</b>
Tiene 2 gatos	Conoce el Lago Atitlan	Conoce la ciudad de Guatemala	Le gusta la color verde	Toma te en lugar de café
No le gusta helado	Tiene un perro	Tiene mas que 4 hijos	Puede tocar un instrumento	Tiene nietos

Sabe a tejar	Prefiere la lluvia mas que el sol	Tiene una granja	Tiene gallinas	Prefiere res mas que pollo
Sabe montar caballos	Puede tocar un instrumento	Puede hablar dos idiomas	Tiene pelo negro	Puede tortillar
Le gusta pizza	Come paches para la Navidad	Puede nadar	Puede manejar un carro	Le gusta la playa

## **Análisis FODA**

### **Agenda**

- 1. Introducción (10 minutes)**
- 2. Dinámica**
- 3. Tema de Hoy: Análisis de FODA**
- 4. Definición de FODA (20 minutos)**
- 5. La Importancia de FODA y Como Usar los Resultados para Ayudar en su Negocio (15 minutos)**
- 6. Un Ejemplo FODA y Actividad de Analizar los Resultados (20 minutos)**
- 7. Actividad: Haciendo un análisis de FODA (30 minutos)**
- 8. Despedida**

### **Plan de Trabajo**

#### **Objetivos:**

1. Conocer que es un Análisis de FODA
2. Conocer la importancia de FODA
3. Practicar analizando un ejemplo de FODA
4. Hacer un Análisis de FODA para el negocio u organización

#### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Copias de la información sobre FODA
3. Material para la Dinámica
4. Grafica de FODA
5. Hoja de Trabajo

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre el análisis de FODA y la importancia para su negocio u organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Análisis de FODA**”

### **4. FODA:**

Pregunte a los socios:

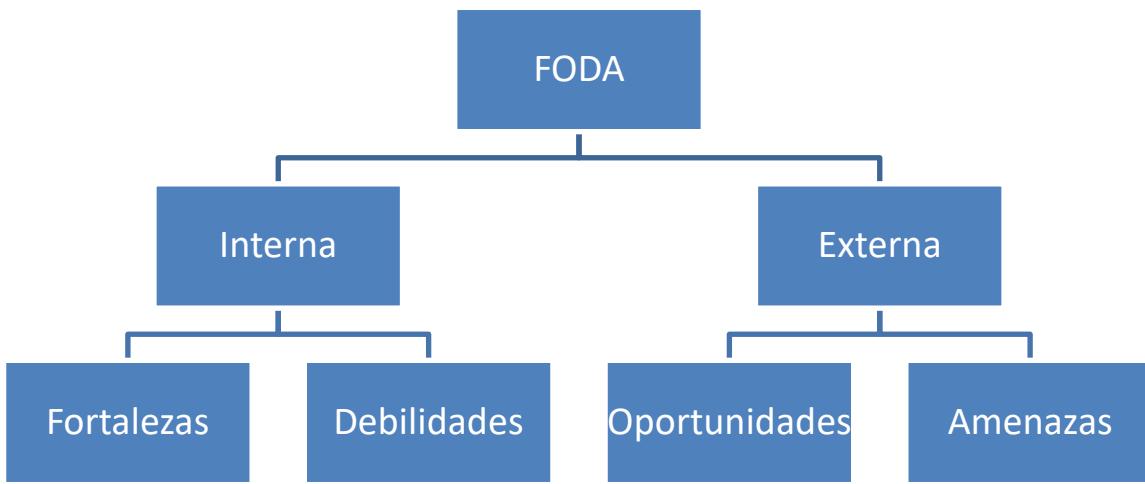
- Si alguien sabe ¿qué significa FODA?

Presente la definición de FODA:

El Presentador debe usar un pizarrón para escribir el vocabulario y puntos claves. O, entregue la grafica de FODA con las definiciones a los socios.

**FODA** es una herramienta usada para evaluar la capacidad y ejecución de un negocio o una organización. En detalle el análisis de FODA ayuda en examinar la interacción entre las características particulares de su negocio. Tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la corporación y en diferentes unidades de análisis tales como productos, mercados, publicidad, estrategia de negocio, etc.

El análisis FODA debe enfocarse en los factores claves para el éxito del negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del externo.



**Factores Internos:** Son atributos o cosas adentro del negocio o la organización que pueden controlar.

*Ejemplos: Recursos Humanos, Habilidades, Recursos que tiene a su disposición, organización, y liderazgo*

1. **Fortalezas:** atributos del negocio o la organización que son positivos que contribuyen con los éxitos y que pueden usar para el crecimiento y mejora del establecimiento.

*Ejemplos: empleados motivados con buena experiencia en el campo, un plan estrategia realística y completa con visión y misión, ubicación de negocio y buen mercadeo*

2. **Debilidades:** atributos del negocio o la organización que son negativos que contribuyen con los problemas pero que están en su control para cambiar o mejorar

*Ejemplos: falta de recursos humanos con las habilidades necesarias, falta de organización, productos o servicios de mala calidad, reputación dañada y falta de publicidad*

**Factores Externos:** Son atributos o cosas afuera del negocio o la organización que no pueden controlar o cambiar.

*Ejemplos: Competencia de otra empresa, Cambio de mercado, Nuevas Regulaciones, y Trabajo junto con otro negocio u organización ( fusión )*

1. **Oportunidades:** Condiciones positivas fuera del control del negocio o la organización pero que puede tomar ventaja.

*Ejemplos: El mercado es grande en el área, hay un curso educacional para los empleados, hay buen establecimiento de contactos profesionales y un mercado en desarrollo.*

2. **Amenazas:** Condiciones negativas fuera del control del negocio o la organización pero lo que puede disminuir los efectos malos.

*Ejemplos: un nuevo competidor, cambio en regulaciones, clima y un nuevo producto o servicio.*

## **5. La Importancia de FODA y Como Usar los Resultados para Ayudar en su Negocio:**

Pregunta a los socios:

- ¿En que puede FODA ayudar a su negocio u organización?
- ¿Puedes ver el valor en un análisis FODA?

**Importancia de FODA:** FODA es una manera muy útil y efectiva de analizar un negocio o una organización. Es un ejercicio muy significativo en donde todos los empleados pueden participar, aprender y crecer profesionalmente. Muchas de las conclusiones obtenidas por el análisis de FODA, podrán serle de gran utilidad en el análisis, crecimiento y planificación del negocio.

**Como Usar los Resultados para Ayudar en su Negocio:** Cuando un negocio tiene sus fortalezas identificadas pueden expandirlas y maximizar sus efectos. Y lo contrario, cuando un negocio sabe cual son sus debilidades, puede corregirlos y poner fin a sus malos efectos. Los factores externos están fuera del control de un negocio, pero el conocimiento de las oportunidades y amenazas ayudara a mejorar la preparación para tomar las ventajas de una oportunidad o para minimizar los malos efectos de una amenaza.

También, después de examinarlo todo, pueden usarla en la planificación de la expansión o crecimiento de su negocio. Usarlos para tomar decisiones sobre mercado y publicidad y productos.

### **6. Un Ejemplo FODA y Análisis de Resultados:**

Da a los socios copias del siguiente ejemplo de FODA

#### **Ejemplo:**

<b>Nombre de la Empresa:</b>	Librería Uno
<b>Descripción de Empresa:</b>	Ventas de libros y materiales escolares
<b>Ubicación:</b>	Antigua Guatemala Sacatepéquez

	Fortalezas	Debilidades
Interna	1. Tiene publicidad efectiva en todas las comunidades cercanas	1. No hay horario fijo. Siempre está cerrando o abriendo en diferentes horas al día
	2. Tiene una página de web que da un listado de todos los productos con sus precios	2. Tiene la reputación de tener precios altos
	3. Tiene grandes selecciones de libros y materiales escolares	3. Los productos en la tienda no están en orden, no hay buena organización y a veces es difícil de encontrar productos
	4. La tienda está ubicada en el centro del pueblo donde hay gente pasando todo el tiempo	4. La tienda está sucia

	5. Tiene muchos empleados que son capaces y que conocen los productos que hay	
	6. Tiene muy buen servicio al cliente	
Externa	Oportunidades	Amenazas
	1. Hay una nueva escuela que acaba de abrir en el pueblo	1. Cuando no hay escuelas, las ventas son bajas
	2. Los trabajos / proyectos que dan los maestros a sus estudiantes	2. Una organización extranjera está dando muchos de los materiales escolares a los estudiantes gratis
	4. Las escuelas da una lista de materiales y libros que los estudiantes van a necesitar durante al año	3. El precio de la luz acaba de subir
		4. Una librería nueva acaba de abrir sus puertas en la misma comunidad.

#### **Actividad: Como usar los resultados para ayudar a la librería**

Da un discurso a los socios sobre la FODA de la librería. Pide a los socios que usen los resultados de la FODA para encontrar sugerencias para mejorar el negocio y aumentar ventas.

Algunas Ideas:

1. Interna:
  - a. La librería tiene buena publicidad pero con una reputación de altos precios. Para ayudar con su reputación, la librería puede usar la página de web y sus otras formas de publicidad y anunciar ofertas.
  - b. Para arreglar el problema de desorden y una tienda sucia, la librería puede usar algunos de sus empleados para ordenar los productos y limpiar la tienda. Ellos pueden hacer un horario de limpieza para prevenir que este problema continúe.
  - c. Últimamente, el gerente puede reunirse con todos sus empleados y hacer un horario fijo de horas de apertura. La tienda puede anunciar su nuevo horario en la página de web.
2. Externa:
  - a. Para extender el efecto positivo de una nueva escuela en el área, la librería puede colgar su publicidad dentro de y alrededor de la escuela.
  - b. Una manera para maximizar la oportunidad de la lista de materiales que dan los maestros a los estudiantes, es hablar con los maestros a dar la lista a la librería primero y ofrecer a los estudiantes una gran oferta de los productos.
  - c. La librería puede aumentar ventas durante los descansos escolares, al diversificar productos. La librería puede tener productos que la gente (no solo estudiantes) pueden usar todo el año. Otra opción es que la tienda pueda tener grandes ofertas durante los descansos.
  - d. Para minimizar el efecto de los nuevos precios con la luz, la librería puede usar focos que ahorran energía y tener las luces apagadas durante el día.

#### **6. Actividad: Haciendo un análisis de FODA**

Usa la Hoja de Trabajo que los socios pueden usar para hacer su FODA

Durante la actividad, el presentador debe guiar a los socios en cada paso de la FODA y después apoyar al negocio o la organización a analizar los resultados

**7. Despedida:**

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tenga.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

**8. Materiales:**

## Análisis de FODA

Nombre del Participante: \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

Nombre del Negocio o de la Organización: \_\_\_\_\_

Descripción del Negocio: \_\_\_\_\_

Ubicación del Negocio: \_\_\_\_\_

	<b>Positiva</b>	<b>Negativa</b>
<b>Internas</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Externas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>

## **Plan Estrategia con Visión y Misión**

### **Agenda**

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy: Plan Estrategia con Visión y Misión
4. Definición de Visión (*5 minutos*)
5. Definición de Misión (*5 minutos*)
6. Definición de Plan Estrategia (*5 minutos*)
7. La Importancia del Plan Estrategia con Visión y Misión (*10 minutos*)
8. Un Ejemplo del Plan Estrategia con Visión y Misión con Actividad (*20 minutos*)
9. Actividad: Escribir su propio Plan Estrategia con Visión y Misión (*30 minutos*)
10. Despedida

### **Plan de Trabajo**

#### **Objetivos:**

5. Conocer que es un Plan Estrategia con Visión y Misión
6. Conocer la importancia de un Plan Estrategia con Visión y Misión
7. Hacer un Plan Estrategia con Visión y Misión para el negocio u organización

#### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Copias de la información sobre un Plan Estrategia con Visión y Misión
3. Material para la Dinámica
4. Hoja de Trabajo

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre un Plan Estrategia con Visión y Misión y la importancia para su negocio u organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Plan Estrategia con Visión y Misión**”

Presente las definiciones de Visión, Misión y Plan Estrategia:

El Presentador debe usar un pizarrón para escribir el vocabulario y puntos claves. O, entregue la hoja con la información de un Plan Estrategia con Visión y Misión a los socios.

### **4. Vision:**

Pregunte a los socios

- Si alguien sabe ¿Qué significa la Visión?

**Visión** es la meta general y a largo plazo del negocio u organización. Una declaración de visión describe en términos gráficos donde un negocio quiere estar en el futuro. La visión da dirección y forma al negocio en el futuro. La visión es la respuesta a la pregunta: ¿Qué parecería el mundo si el negocio u organización fuera un éxito completo?

*Ejemplo: “Año tras Año, Westin y sus empleados será considerada como el mejor hotel y el más solicitado en todo norte América.” (Westin Hotels)*

### **5. Misión:**

Pregunte a los socios

- Si alguien sabe ¿Qué significa la misión?

**Misión** es la descripción precisa de que hace el negocio u organización. En otras palabras la misión es el asunto de la compañía. Una declaración de misión es similar a la visión pero tiene que ser más concreta y prospectiva. La misión son las respuestas a las preguntas: ¿Por qué existe la compañía? Y ¿Quién o qué es el mercado?

*Ejemplo: “Vamos a cumplir la visión de estar comprometido a nuestros valores y tener el más alto nivel de satisfacción del cliente con énfasis extraordinario en la creación de valor.” (Westin Hotels)*

## **6. Plan Estrategia:**

Pregunte a los socios:

- Si alguien sabe ¿qué significa el Plan Estrategia?

**Plan Estrategia** es el planteamiento enfocado que un negocio u organización toma para ser exitoso. En otras palabras el plan estrategia es la manera en que la compañía trabaja para cumplir la misión y sigue en la dirección de la visión. El plan estrategia es la respuesta a la pregunta: ¿Qué pasos son necesarios para cumplir con la visión?

*Ejemplo: “Para realizar nuestra visión y nuestra misión debemos exceder las expectaciones de nuestros clientes . . . Vamos a cumplir nuestra visión ser comprometido a nuestros valores y tener el más alto nivel de satisfacción de cliente con énfasis extraordinario en la creación de valor. De esta manera aseguramos que nuestro beneficio económico, metas de crecimiento y calidad sean cumplidos.” (Westin Hotels)*

## **7. Porque es necesario para un negocio u organización tener un plan estrategia**

Pregunta a los socios:

- ¿Cómo el plan estrategia puede ayudar a su negocio u organización?
- ¿Puedes ver el valor de definir la visión y misión de su negocio u organización?

## **Porque es necesario para un negocio u organización tener un plan estrategia:**

Hay varios asuntos y razones por las que un negocio u organización debe tener su plan estrategia con la visión y misión definidas.

1. Dara propósito a un negocio u organización
2. Ayudará a definir como un negocio u organización debe trabajar
3. Ayudará a que el negocio sea exitoso
4. Ayudará en la planificación de metas a corto, mediano y largo plazo.
5. Una visión y misión completa darán motivación a los empleados porque ellos van a tener algo en que puedan creer.
6. Ayudará a tomar decisiones correctas
7. Ayudará en la crecimiento del negocio u organización
8. Ayudará en la calidad del producto o servicio

## **8. Problemas para evitar cuando escriba el plan estrategia:**

- es incapaz de obtener el objetivo deseado

- no encaja los recursos de la organización con el entorno o no es realizable
- sobreestimación de los recursos y habilidades
- intento poco efectivo de obtener el soporte de otros
- subestimación de los recursos de tiempo, personal o financieros necesarios
- fracaso en seguir el plan establecido
- La visión ya no puede ni debe ser dictada por la alta dirección, sino que es una visión compartida por los miembros del equipo
- La misión no puede ser una mera declaración, sino que debe llevarse a la práctica en acciones concretas a lo largo de un período de tiempo determinado
- La planificación estratégica se debe hacer periódicamente y no anual como en tiempos pasados, ya que las empresas cambian constantemente.

#### **9. Actividad: Haciendo un Plan Estrategia y Definiendo la Visión y Misión**

Usa la Hoja de Trabajo que los socios pueden usar para hacer su Plan Estrategia

Durante la actividad, el presentador debe guiar a los socios en cada paso del Plan Estrategia y después apoyar al negocio o la organización analizando los resultados.

#### **10. Despedida:**

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tiene.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

#### **11. Materiales:**

## **Plan Estrategia**

Nombre del Participante: \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

Nombre del Negocio o de la Organización: \_\_\_\_\_

Descripción del Negocio: \_\_\_\_\_

Ubicación del Negocio: \_\_\_\_\_

Visión:

Misión:

Plan Estrategia:

Usando su Plan Estrategia con la visión y misión, escriba metas que tiene a corto, mediano y largo plazos

## Definiciones

**Visión** es la meta general y a largo plazo del negocio u organización. Una declaración de visión describe en términos gráficos donde un negocio quiere estar en el futuro. La visión da dirección y forma al negocio en el futuro. La visión es la respuesta a la pregunta: ¿Qué parecería el mundo si el negocio u organización tuviera un éxito completo?

**Misión** es la descripción precisa de que hace el negocio u organización. En otras palabras la misión es el asunto de la compañía. Una declaración de misión es similar a la visión pero tiene que ser más concreta y prospectiva. La misión son las respuestas a las preguntas: ¿Por qué existe la compañía? Y ¿Quién o qué es el mercado?

**Plan Estrategia** es el planteamiento enfocado que un negocio u organización toma para ser exitoso. En otras palabras el plan estrategia es la manera en que la compañía trabaja para cumplir la misión y sigue en la dirección de la visión. El plan estrategia es la respuesta a la pregunta: ¿Qué pasos son necesarios para cumplir con la visión?

### Porque es necesario para un negocio u organización tener un plan estrategia:

Hay varios asuntos y razones por las que un negocio u organización debe tener su plan estrategia con la visión y misión definidas.

- Dara propósito a un negocio u organización
- Ayudará a definir como un negocio u organización debe trabajar
- Ayudará a que el negocio sea exitoso
- Ayudará en la planificación de metas a corto, mediano y largo plazo.
- Una visión y misión completa darán motivación a los empleados porque ellos van a tener algo en que puedan creer.
- Ayudará a tomar decisiones correctas
- Ayudará en la crecimiento del negocio u organización
- Ayudará en la calidad del producto o servicio

## Ahorros

### Agenda

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy: Ahorros
4. Definición de Ahorros (*15 minutos*)
  - Dramatización de ahorros (*20 minutos*)
5. Cuenta de Banco (*10 minutos*)
6. Cuánto Dinero Debe Ahorrar (*20 minutos*)
7. Despedida

### Plan de trabajo

#### **Objetivos:**

1. Conocer la importancia de los ahorros.
2. Saber cómo abrir una cuenta de banco y cuáles son los beneficios de tener una cuenta bancaria.
3. Saber cuánto dinero debe ahorrar cada mes.

#### **Materiales:**

1. Copias de resumen
2. Dramatización

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre Ahorros y la importancia para su negocio u organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Ahorros.**”

Presente las definiciones de ahorro y la información sobre los bancos y dinero.

El Presentador debe usar un pizarrón para escribir el vocabulario y puntos claves. O, entregue la hoja con la información de ahorros a los socios.

### **4. Ahorros:**

Pregunte a los socios:

- ¿Qué es ahorro?

Espere a que ellos respondan. Despues explique que ahorros es dinero que una persona guarda en una caja o en una cuenta en el banco.

- ¿Por qué debe ahorrar dinero?

Espere a que ellos respondan. Despues explique qué ahorros son una manera de comprar algo grande o un poco caro, o poner fondos en una inversión y también es dinero para una emergencia en su vida personal o en su negocio u organización.

Específicamente, es importante para un negocio u organización ahorrar por lo siguiente:

- Es dinero para emergencias en un negocio. ¿Qué pasa si tiene una maquina que se daña y no tiene fondos para arreglarla?
- Puede usar sus ahorros para ampliar o incrementar su negocio.
- Cada negocio tiene ciclos. Tal vez las ventas son buenas, otras veces son malas. Los ahorros pueden ayudar a un negocio a continuar durante el tiempo de ventas malas.

Proceda con la Dramatización de Ahorros.

### **Dramatización sobre ahorros**

**Pedro (empleado de la librería)** - Juan, mira que tenemos un problema. La fotocopiadora no está funcionando.

Pienso que está quebrada. La próxima semana empiezan las escuelas y van a llegar muchos estudiantes pidiendo fotocopias de sus materiales escolares.

**Juan (dueño de la librería)** – Mira Pedro, llama el técnico del taller para que venga a arreglar la fotocopiadora.

**Jorge (técnico del taller)-** *Después de mirar y tocar la fotocopia-* La fotocopiadora necesita una pieza nueva.

La pieza cuesta Q5,000 y yo cobro Q500 por la mano de obra. Yo puedo traer la pieza del taller y tener la fotocopiadora funcionando en 3 días. Necesito la mitad del dinero ahorita y el resto cuando termine el trabajo.

**Juan** – Bueno, gracias. Voy a sacar del dinero del banco ahorita. Gracias por su ayuda.

Después de la dramatización pregunte a los socios:

- ¿Qué pasaría si Juan no hubiera estado ahorrando dinero cada mes?
- ¿Cuáles son los beneficios que Juan va a tener por ahorrar el dinero?
- ¿Vale la pena ahorrar dinero cada mes?

### **5. Cuenta de Banco:**

Pregunta a los socios:

- ¿Dónde es un buen lugar para guardar sus ahorros?

El banco.

Pregunta a los socios:

- ¿Qué tipos de cuentos hay?
- ¿Porque es buena idea tener su propia cuenta bancaria?
- ¿Qué necesita para abrir una cuenta de banco?

Hay varios tipos de cuentas. Cuentas personales y cuentas para negocios. Hay cuentas de ahorros y monetarias.

Hay muchos beneficios en tener una cuenta de banco.

1. Un lugar seguro para guardar su dinero (no robos, no lo pierdes).
2. Ayuda a incrementar el valor del dinero, dando la oportunidad a ganar intereses mensuales.
3. Puede efectuar retiros y depósitos en el momento que lo deseé.
4. Puede retirar dinero gratuito.
5. Recibe cheques gratis (en cuentas monetarias)

Para abrir su cuenta en el banco hay diferentes requisitos dependiendo el tipo de cuenta que quiera y dependiendo el banco. Pero los siguientes son los requisitos más comunes:

1. Cedula de Vecindad
2. Recibo de luz, teléfono o agua reciente
3. Referencias personales
4. Q150-Q400 (cuenta de ahorros) o Q500-Q1000 (cuenta monetaria) para depositar en su nuevo cuenta.

## **6. Cuánto Dinero debe ahorrar**

Pregunta a los socios:

- ¿Cuánto dinero debe ahorrar de su sueldo cada mes?
- ¿Cuánto dinero debe tener ahorrado?

Una regla común es ahorra 10% de su sueldo mensual y depositar este ahorro en una cuenta de banco. Por ejemplo, si su sueldo es Q1000 al mes, debe ahorrar Q100 y debe depositarlo en el banco.

Para un negocio, no hay un número fijo para ahorrar cada mes porque las ventas, costo de producto etc. siempre están cambiando. Pero es importante guardar un poco de sus ganancias cada mes. Siempre debe tener ahorrado en el banco el promedio de tres meses de ingresos netos mensuales. Por ejemplo, si por promedio su ingreso neto es Q10,000 debe tener guardado en su cuenta de banco Q30,000.

Pregunta a los socios:

- ¿Cuál es la diferencia entre Ingresos Netos y Ganancias Netas?

Ingresos Netos- son el dinero que una compañía gana después de sus ventas. Por ejemplo si una compañía vende un producto para Q50. El Ingreso Neto es Q50.

Ganancias Netas- son el dinero de la venta que una compañía gana después de sacar el costo del producto, los sueldos de los empleados, y el costo del local. Por ejemplo:

Ingresos Netos (ventas) del día	Q1000
Costos de los productos	Q300
Sueldos de los empleados	Q200
Precio de alquilar el local	Q50
Ganancias Neto	Q450

Pregunta a los socios:

¿Cuál es una buena técnica de ahorrar dinero?

Haga un presupuesto. Un presupuesto es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año. Permite a las [empresas](#), las organizaciones y las [familias](#) establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. El presupuesto debe incluir todos los gastos e ingresos. Usando un presupuesto es una muy buena manera de controlar el dinero y evaluar donde puede ahorrar.

#### **7. Despedida:**

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tenga.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

#### **8. Material**

## Resumen

### Beneficios y definición de **Ahorros**:

Ahorros es dinero que una persona guarda en una cuenta en el banco.

Porque es importante ahorrar dinero:

1. es una manera de comprar algo grande o un poco caro
2. poner fondos en una inversión
3. es dinero para una emergencia en su vida personal o en su negocio u organización.

### Beneficios de abrir una **Cuenta de Banco**:

1. Un lugar seguro para guardar su dinero (no robos, no lo pierdes).
2. Ayuda a incrementar el valor del dinero, dando la oportunidad de ganar intereses mensuales.
3. Puede efectuar retiros y depósitos en el momento que lo deseé.
4. Puede retirar dinero gratuito.
5. Recibe cheques gratis (en cuenta monetaria)

Vocabulario:

**Ingresos Netos** - son el dinero que una compañía gana después de sus ventas. Por ejemplo si una compañía vende un producto por Q50. El Ingreso Neto es Q50.

**Ganancias Netas** - son el dinero de la venta que una compañía gana después de sacar el costo del producto, los sueldos de los empleados, y el costo del local.

**Presupuesto** – es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año. Permite a las **empresas**, las organizaciones y las **familias** establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

## **Estudio de Factibilidad**

### **Agenda**

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy:              Estudio de Factibilidad
4. Definición de Factible y Estudio de Factibilidad              (*5 minutos*)
5. La Importancia de un estudio de factibilidad (*5 minutos*)
6. Como hacer un estudio de factibilidad con actividad (*1 hora y 20 minutos*)
8. Despedida

### **Plan de Trabajo**

#### **Objetivos:**

1. Conocer que es factible
2. Conocer la importancia de un estudio de factibilidad
3. Practicar haciendo un estudio de factibilidad

#### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Copias de los 5 pasos
3. Material para la Dinámica

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre El Estudio de Factibilidad y la importancia para su negocio u organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Estudio de factibilidad**”

Presente las definiciones de Factible:

El Presentador debe usar un pizarrón para escribir el vocabulario y puntos claves. O, entregue la hoja con la información de un Estudio de Factibilidad a los socios.

### **4. Definición de Factible y Estudio de Factibilidad:**

Pregunte a los socios:

- ¿Qué significa factible?

Algo que se puede hacer o realizar.

Pregunte a los socios:

- ¿Qué es un Estudio de Factibilidad?

Un estudio de factibilidad es una **investigación**. Más específicamente, un estudio de factibilidad trata de determinar la rentabilidad de diferentes ideas o productos nuevos para un negocio u organización. Por ejemplo, un negocio quiere vender leche en su tienda por primera vez. Para ver si es un producto rentable o si el producto se va a vender, el negocio debe hacer un estudio de factibilidad.

### **5. Porqué es importante hacer un estudio de factibilidad**

Pregunte a los socios:

- ¿Por qué es importante hacer un estudio de factibilidad para un nuevo producto?

Es importante hacer un estudio de factibilidad para ver si el producto o idea va a ser rentable. Antes de que un negocio invierta en producto, primero debe ver si la gente en el área va a comprar el producto de la tienda de ellos. Hay varias facturas por considerar: ¿A qué precio debe vender el producto? ¿Hay otras tiendas cercanas vendiendo el mismo producto? ¿Y a qué precio? ¿Hay gente que quiere comprar el producto? ¿Cuánto dinero necesita invertir para comprar el producto? ¿Qué trabajo necesita hacer para vender o publicar el producto? Para contestar estas preguntas, un negocio debe hacer un estudio de factibilidad.

## **6. Cómo hacer un Estudio de Factibilidad**

---

Para hacer un Estudio de Factibilidad necesita que se investiguen los seis pasos siguientes:

Entregue las hojas con los cinco pasos para un estudio de factibilidad a los participantes. Pida a un socio que lea paso # 1.

### 1. Escoger un servicio o producto para vender

Hay cuatro cosas que necesitan considerar cuando se escoge una idea sobre un negocio.

- ¿Qué compra la gente o qué desea comprar?  
¿Qué clases de negocios tenemos ahora en nuestra comunidad?  
¿Qué productos o servicios necesita la gente? ¿Hay negocios que los suministren?  
¿Cuáles son algunos productos o servicios que no se consiguen en su comunidad?
- ¿Qué podemos hacer y cómo queremos trabajar?  
Debemos pensar en la formación que ya tenemos o necesitamos y la clase de condiciones de trabajo que queremos.  
Facilidad en la elaboración del producto.
- ¿Qué recursos tenemos?  
¿Tenemos talentos o habilidades especiales?  
¿Cuáles materiales son disponibles localmente o fáciles de adquirirlos?
- ¿Qué beneficios deseamos obtener?  
Dinero  
  
Aumentar nuestro orgullo, nuestra autoestima  
  
Mejorar nuestra posición en la comunidad  
  
Aprender nuevas habilidades.

Indique que formen cinco grupos. Entregue a cada grupo un papel y un marcador y pida que ellos hagan una “lluvia de ideas” de 20 productos o servicios como mínimo y lo escriban en el papel, en los próximos 3 minutos.

Después de 3 minutos, ellos necesitan pensar sobre los puntos importantes del paso #1 y seleccionar un producto o servicio por grupo y nombrar dos representantes que cuenten cual es su producto final y porqué lo seleccionaron.

Pida a un participante que lea el paso # 2.

## 2. Hacer un estudio de mercado.

Para averiguar si la gente comprará el producto o servicio hay que investigar algunos aspectos tales como:

- Clientes
  - ¿Quiénes son los clientes?
  - ¿Tenemos un producto que los clientes quieren?
  - ¿Dónde viven los clientes?
  - ¿Qué ingreso tienen?
  - ¿Querrán ellos todavía comprar el producto o servicio en un año o en dos?
- Competencia
  - ¿Hay otros negocios produciendo lo que deseamos producir?
  - ¿Hay una demanda de clientes suficientes para que haya otro negocio de esta clase?
  - ¿Cuál es la calidad y diseño del producto de la competencia?
  - ¿Por qué alguien nos compraría a nosotros en vez de a los competidores?
- Precio
  - ¿Qué precio pagarán los clientes por su producto?
  - ¿Cuál es el precio de la competencia?
- Plaza o Lugar
  - ¿Dónde irán los clientes para comprar nuestro producto?
  - ¿Dónde están los establecimientos de la competencia?
  - ¿Vamos a vender al por mayor o menor?
- Promoción
  - ¿Cómo los clientes podrían conocer sobre su producto o servicio?
  - ¿Qué tipo de promoción usa la competencia?
  - ¿Qué tipo de exhibición usaremos? ¿Qué tipo de exhibición usa la competencia?
  - ¿Qué tipo de empaque usaremos? ¿Qué tipo de empaque usa la competencia?
  - ¿Cuáles características deben tener nuestras vendedoras?

Explique qué tal vez hay otras preguntas. Por ejemplo: ¿Cuándo compran los clientes este producto? ¿Con qué frecuencia y en qué cantidad? ¿Qué calidad? Etc.

Pide a los grupos que tomen 15 minutos y que discuren y contesten las preguntas en relación de su producto.

*Pida a un socio que lea paso # 3.*

### 3. Calcular las inversiones y costos del negocio.

Identificar todos los gastos involucrados en el producto nuevo. Por ejemplo:

- Materiales:  
    ¿Cuál es el costo del capital (el conocimiento, dinero, herramientas y equipo utilizado para proporcionar un servicio o para fabricar un producto) para nuestro producto?
- Transporte:  
    ¿Es el transporte necesario para obtener suministros y vender nuestro producto? ¿Cuánto cuesta? ¿Qué tipo?
- Plaza o Lugar  
    ¿Dónde podemos vender el producto? ¿Necesitamos alquilar un lugar?  
  
    ¿Necesitamos pagar electricidad, agua u otros recursos?
- Socios / Trabajadores:  
    ¿Quién hará el trabajo?  
  
    ¿Cuánto vale nuestro trabajo?  
  
    ¿Necesitamos contratar otros trabajadores?
- Empaque:  
    ¿Requiere empaque el producto? ¿De qué clase?  
    ¿Cuánto cuesta ese empaque?
- Promoción:  
    ¿Cuáles son los costos para promocionar nuestro producto?
- Entrenamiento:  
    ¿Nuestro grupo necesita una habilidad especial para hacer nuestro producto?

Pide a los grupos que tomen 15 minutos y que discursen y contesten las preguntas en relación de su producto.

*Pida a un socio que lea paso # 4.*

### 4. Calcular el precio de nuestro producto.

Antes de escoger un precio para nuestro producto:

- Calcular el total del costo de un producto. (Por ejemplo: ¿En una panadería, cuál es el costo de un pan?) Incluir todos los costos.
- Revisar el precio de la competencia.
- Escoger un precio justo para el cliente y un precio que tenga suficientes ganancias para el vendedor. Costo + ganancia = precio
- Contestar: ¿Cuál es nuestra meta de ventas por:  
    ¿Día?  
  
    ¿Semana?  
  
    ¿Mes?  
  
    ¿Año?

Pide a los grupos que tomen 15 minutos y que discursen y contesten las preguntas en relación de su producto.

*Pida a un socio que lea paso # 5*

**5. Calcular la rentabilidad y decidir: ¿Es el negocio una Buena idea?**

- Calcular las ganancias proyectadas para el negocio.

Ventas menos Costos = Ganancias

¿Muestra el Negocio una ganancia?

¿Debe incluye este producto en su negocio? ¿Vamos a ganar mas dinero?

Pide a los grupos que tomen 15 minutos y que discursen y contesten las preguntas en relación de su producto.

Después, cada grupo necesita presentar su producto y dar las razones porque el producto es factible o no.

---

**7. Despedida:**

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tenga.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

---

**8. Material**

Estudio de Factibilidad: Un estudio de factibilidad es una **investigación**. Más específicamente, un estudio de factibilidad trata de determinar la rentabilidad de diferentes ideas o productos nuevos para un negocio u organización.

Paso #1:

Escoger un servicio o producto para vender

Hay cuatro cosas que necesitan considerar cuando se escoge una idea sobre un negocio

1. ¿Qué compra la gente o qué desea comprar?
2. ¿Qué podemos hacer y cómo queremos trabajar?
3. ¿Qué recursos tenemos?
4. ¿Qué beneficios deseamos obtener?

Paso #2

Hacer un estudio de mercado.

Para averiguar si la gente comprará el producto o servicio hay que investigar algunos aspectos tales como:

1. Clientes
2. Competencia
3. Precio
4. Plaza o Lugar
5. Promoción

Paso #3

Calcular las inversiones y costos del negocio.

Identificar todos los gastos involucrados en nuestro negocio. Por ejemplo:

1. Materiales
2. Transporte
3. Plaza o Lugar
4. Socios / Trabajadores
5. Empaque
6. Promoción
7. Entrenamiento

Paso #4

Calcular el precio de nuestro producto.

Antes de escoger un precio para nuestro producto:

1. Calcular el total del costo de un producto.
2. Revisar el precio de la competencia.
3. Escoger un precio justo para el cliente y un precio que tenga suficientes ganancias para el vendedor. Costo + Ganancia =Precio
4. Contestar: ¿Cuál es nuestra meta de ventas por:  
¿Día?

¿Semana?

¿Mes?

¿Año?

Paso #5

Calcular la rentabilidad y decidir: ¿Es el negocio una Buena idea?

Calcular las ganancias proyectadas para el negocio.

## Como Empieza un Negocio

### Agenda

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy:              Como Empieza un Negocio
4. Los Pasos:
  - a. Una idea (*10 minutos*)
  - b. Estudio de factibilidad (*10 minutos*)
  - c. Locación (*10 minutos*)
  - d. Capital (*10 minutos*)
  - e. Materias Primas (*10 minutos*)
  - g. Conocimiento básico de Contabilidad (*15 minutos*)
  - h. Trabajo en un equipo organizado (*15 minutos*)
5. Despedida

### Plan de Trabajo

#### **Objetivos:**

1. Conocer y entender los pasos para empezar un negocio

#### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Copias de la información para empezar un negocio
3. Material para la Dinámica
4. Las Ruedas con dibujo

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre el análisis de cómo empezar un negocio y la importancia para su negocio u organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Empezando un Negocio**”

### **4. Los Pasos Para Empezar un Negocio:**

Pegue la Rueda de Empresario y la Rueda de Administración en el pizarrón. Coloque los dibujos del tema formando la rueda en el siguiente orden:

- a. Una Idea
1. Explique que todas las empresas empiezan con una idea. La idea puede ser un servicio o un producto. Coloque el dibujo de los **empresarios** y el foco representando la idea con el concepto empresarios arriba de la rueda. Pida a una persona que lea la definición para empresarios.

**Empresario** es una persona que toma el riesgo para formar una empresa. Esta persona crea un negocio de la idea.

Explique que todos ellos son empresarios.

2. Coloque el dibujo del **producto** y su definición en el centro de la rueda y pida que la lean.

Producto: Artículo que se compra o vende

Después, coloque la definición de servicio en el rueda y explique que a veces el “producto” se vende es un servicio.

Servicio: Una actividad económica que realizan las personas para ganar dinero.

3. Coloque el dibujo de los **clientes** y su definición al principio de la rueda.

Cliente (consumidor): Persona que compra y utiliza bienes o servicios.

Explique que si no hay clientes la empresa no tendrá éxito. Explique que cada negocio debe identificar y definir claramente su clientela y después organizar y promover el negocio para satisfacer las necesidades y deseos de este grupo.

b. Estudio de Factibilidad

Pregunte a los socios:

¿Alguien sabe como identificar clientes o como averiguar que el producto o servicio se va a vender?

Coloque el dibujo del estudio de factibilidad y su definición.

Para averiguar si el negocio va a ser exitoso o para ver quién es la clientela es importante hacer un Estudio de factibilidad.

Un estudio de factibilidad es una **investigación**. Más específicamente, un estudio de factibilidad trata de determinar la rentabilidad de diferentes servicios o productos nuevos para un negocio.

A la derecha del dibujo del estudio de factibilidad coloque los beneficios.

Los beneficios de hacer un estudio de factibilidad son:

1. Encontrar la competencia
2. Precios justos y comprables de los productos o servicios
3. Donde está y quien es la clientela
4. Mejor forma de publicidad
5. Mejor forma de vender

c. Locación

Coloque el dibujo de la locación en la rueda.

Una clave importante del éxito de un negocio es su ubicación.

1. La locación del negocio debe estar donde la gente pueda llegar fácilmente. Por ejemplo, si el negocio está afuera del centro del pueblo y encima de un cerro grande sin camino para llegar no va a tener éxito. Debe escoger un lugar central o donde hay gente pasando todo el tiempo.
2. El negocio debe estar en un pueblo donde hay gente que necesita o quiere el servicio o producto. Por ejemplo, si el negocio es un taller de carros en un pueblo donde nadie maneja carros, el negocio no va a tener éxito. Debe escoger poner el negocio de taller de carros por ejemplo en un pueblo donde hay mucha gente que tiene su carro.
3. El negocio debe estar en un lugar donde es fácil para el empresario obtener sus productos o materias primas.
4. Recuerda que muchas veces la opción más simple es lo mejor

d. Capital

Coloque el dibujo del billete de quetzal seguido por el concepto de **capital**, en su área en la rueda.

Pida a una persona que lea la definición de capital.

Capital: El conocimiento, dinero, herramientas y equipo utilizado para proporcionar un servicio o para fabricar un producto para empezar el negocio.

Usa el ejemplo de una pastelearía y pregunte a los socios:

- ¿Cuáles son los diferentes tipos de capital que un negocio necesita para empezar?

Una pastelería necesita dinero para comprar un horno, mesa, ollas, moldes etc. Necesita conocimiento sobre cómo hacer un pastel. Necesita un equipo de empleados que puedan ayudar a hacer o vender el pastel.

Todas estas cosas requieren dinero.

Pregunte a los socios:

- ¿Dónde consigue el dinero para su empresa?

Préstamo del banco, Familiares o Amigos y de sus propios Ahorros.

e. Materias Primas

Para empezar un negocio necesita los ingredientes o materiales.

Coloque el dibujo de **materias primas** en su lugar en la rueda y lea la definición.

Materias Primas: Materiales que se utilizan para producir el producto o servicio.

Explique que estos ingredientes son diferentes del capital porque tenemos que comprarlos muchas veces y que van con el producto cuando los clientes lo compran

Use el ejemplo de una pastelería y pregunte a los socios:

- ¿Cuáles son los diferentes tipos de materias primas que un negocio necesita?  
Una pastelería necesita harina, huevos, mantequilla, aceite, azúcar, etc.

f. Conocimiento Básico de Contabilidad

Coloque el dibujo de contabilidad con su definición en el espacio en la rueda.

Contabilidad: es la disciplina que sirve para proporcionar información útil en la toma de decisiones [económicas](#). Explique que hay dos tipos de dinero en su negocio: los ingresos (ganancias) y los costos (gastos). Es importante tener control de los dos tipos.

1. Coloque la definición para **costos** a la izquierda de contabilidad en la rueda y pida a una persona que la lea.

**Costos:** es el dinero que se gasta o usa para mantener una empresa.

Indique la importancia de conocer todos los gastos de una empresa.

Pregunte a los socios:

- ¿Cuáles son los gastos asociados con una empresa?

Mano de obra, impuestos, registros, transporte, insumos de la oficina, servicios, alquiler de locación, salarios de empleados etc.

2. Coloque la definición de **ingresos** a la izquierda de contabilidad en la rueda y pida a una persona que la lea.

**Ingresos/Ganancias:** es el dinero que se gana después de la venta menos el costo del servicio o producto. En otras palabras es el dinero que le sobra a la empresa después de pagar los gastos.

Para determinar la cantidad de ingresos que un negocio recibirá es importante definir un precio al producto o servicio. Explique que es muy importante que el precio del producto o servicio sea competitivo y que cubra los costos

del la empresa, además proporcione utilidad (ganancia). La mejor manera de dar un precio justo es durante el estudio de factibilidad.

g. Trabajo en un Equipo Organizado

Primero, explique al grupo que es importante tener empleados y gerentes con roles de trabajo bien definidos para tener un negocio exitoso. También, es MUY importante que todas las personas que trabajan en el negocio trabajen juntos para una meta colectiva. Es verdad que cada miembro tiene su propia habilidad y trabajo pero cada miembro también agrega valor al negocio. Cuando todos los miembros trabajan juntos para la misma meta, va a tener un negocio exitoso.

Coloque el dibujo de **socio / empleado** y su definición en su lugar en la Rueda de Administración y pida a una persona que lea.

**Socio / empleado** - trabaja para el negocio y trae su propia habilidad

Pregunte al grupo:

- ¿Las personas que trabajan en nuestro negocio, necesitan habilidades especiales?
- ¿Tal vez ellos necesitan poder contar o ser muy amables para saludar a los clientes?
- ¿Necesitamos más trabajadores para nuestro negocio?

Explique que las empresas necesitan personas que las dirijan, llamadas Directores o Gerentes, quienes hacen planes y toman decisiones en beneficio de las empresas. Las responsabilidades de los Directores deben ser muy claras para todas las personas que trabajan para la compañía.

Coloque las definiciones de los diferentes tipos de directores o gerentes un negocio que puede tener en la Rueda de Administración. Pida a una persona que lea.

- **Director/Gerente General** (Presidente): Tiene la responsabilidad de dirigir la empresa en todos los aspectos. Toma las decisiones más importantes de la empresa.
- **Director/Gerente de Mercadotecnia** (Vice-Presidente): Responsable de las ventas y la publicidad.
- **Director/Gerente de Producción** (Secretario): Responsable de la elaboración de los productos que vende la empresa.
- **Director/Gerente de Finanzas** (Tesorero): Lleva un registro de los ingresos o egresos de la empresa.
- **Director/Gerente de Recursos Humanos**: Contrata a los empleados y lleva sus expedientes.

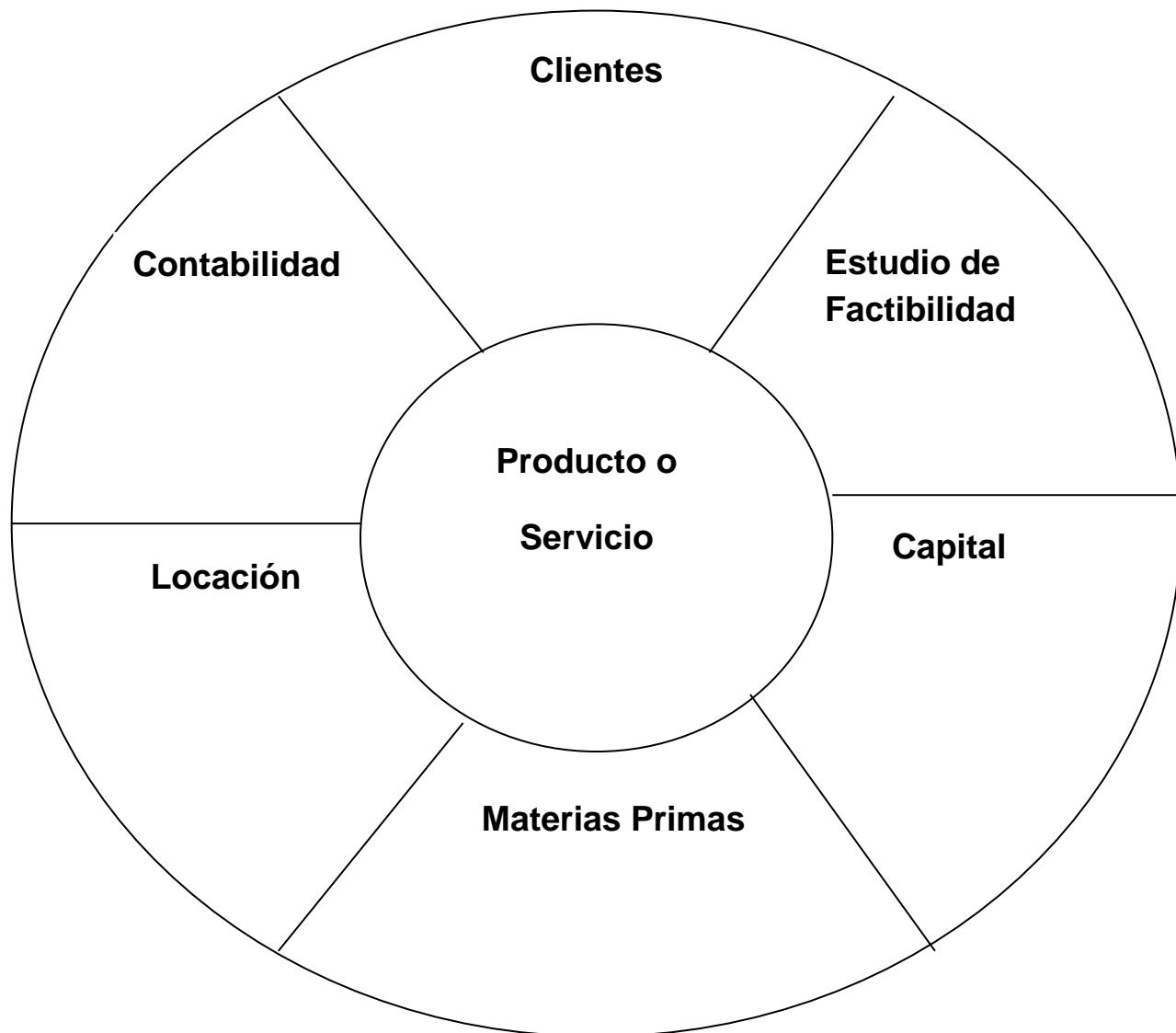
En empresas pequeñas el dueño toma las decisiones. El costo de las personas que realizan el trabajo que resulta de las decisiones que toman los Directores de las empresas es el salario y tiene que ver directamente con las horas trabajadas.

**5. Despedida:**

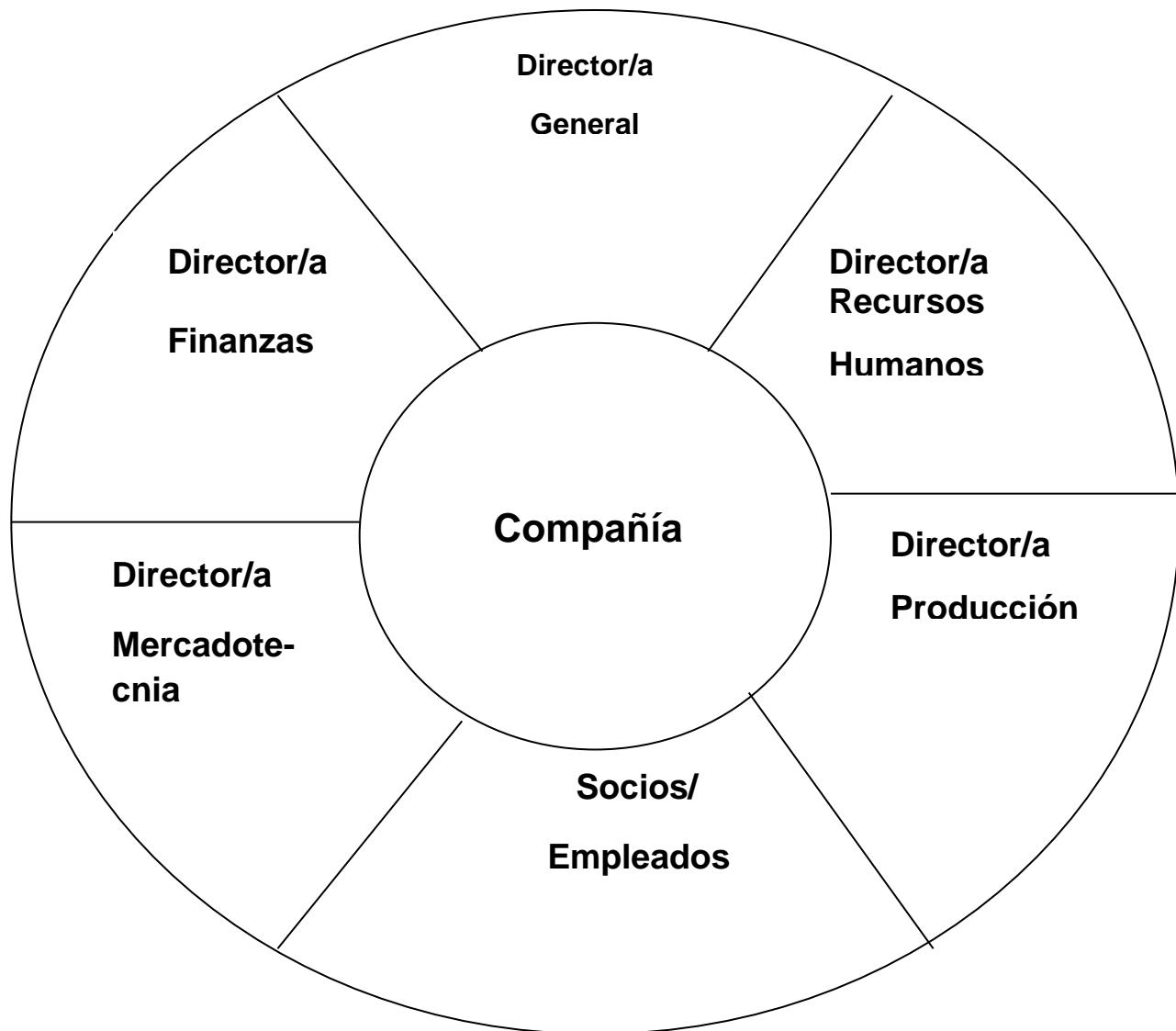
Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tenga.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

**6. Materiales:**



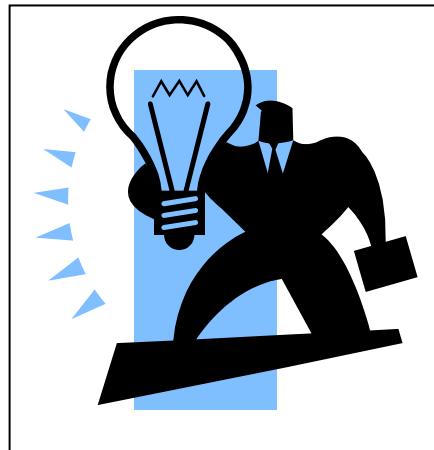
**Rueda de Administración**



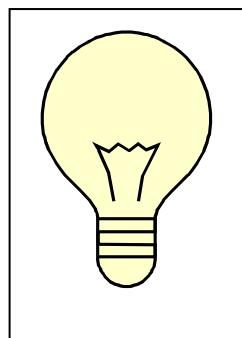
## Dibujos:

---

Empresario con una idea:



El Producto/Servicio:



Clientes:



Estudio de Factibilidad:



Locación:



Capital:



Materias Primas:



Empleados:



**Definiciones**

- Empresario(s): Una persona o personas que toma riesgos para formar una empresa.
- Producto: Artículo que se compra o vende.
- Servicio: Una actividad económica que realizan las personas para ganar dinero.
- Cliente (consumidor): Persona que compra y utiliza bienes o servicios.
- Estudio de Factibilidad: un estudio de factibilidad trata de determinar la rentabilidad de diferentes servicios o productos nuevos para un negocio.
- Capital: El conocimiento, dinero, herramientas y equipo utilizado para proporcionar un servicio o para fabricar un producto.
- Materias Primas: Materiales que se utilizan para producir bienes o servicios.
- Contabilidad: es la disciplina que sirve para proporcionar información útil en la toma de decisiones económicas
- Costos: el dinero que se gasta o usa para mantener una empresa
- Ingresos: es el dinero que se gana después de la venta menos el costo del servicio o producto.
- Socios / Empleados: Todas las personas que trabajan en una empresa y que intercambian sus habilidades, tiempo o energía por dinero
- Director/Gerente General (Presidente): Tiene la responsabilidad de dirigir la empresa en todos los aspectos. Toma las decisiones más importantes de la empresa.
- Director/Gerente de Mercadotecnia (Vice-Presidente): Responsable de las ventas y la publicidad.
- Director/Gerente de Producción (Secretario): Responsable de la elaboración de los productos que vende la empresa.
- Director/Gerente de Finanzas (Tesorero): Lleva un registro de los ingresos o egresos de la empresa.

**Director/Gerente de Recursos Humanos:** Contrata a los empleados y lleva sus expedientes.

## **Contabilidad**

### **Agenda**

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy: Contabilidad
4. Contabilidad (*30 minutos*)
5. Como hacer su registro contable sencillo (*30 minutos*)
6. Punto de Equilibrio (*20 minutos*)
7. Interés (*25 minutos*)
8. Actividad de Evaluación (*45 minutos*)
9. Despedida
10. Material

### **Plan de Trabajo**

#### **Objetivos:**

1. Conocer y entender Contabilidad
2. Conocer y entender Punto de equilibrio y interés
3. Practicar haciendo su propio registro contable

#### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Copias de la información de contabilidad
3. Material para la Dinámica
4. Material para la actividad

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre el análisis de Contabilidad y la importancia para su negocio u organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy: “Contabilidad”**

### **4. Contabilidad**

En el pizarrón, escribe la definición de **Registros Contables**: los datos financieros sobre su negocio.

Pregunte las participantes:

- ¿Qué es la Contabilidad?

Después de algunas ideas, explíquelas que **la contabilidad** es una disciplina que se registra en libros adecuados todas las operaciones económicas que se realizan en una empresa y que permite conocer su situación económica en cualquier momento.

Pregunte a los participantes:

- ¿Por qué es importante tener una contabilidad exacta?

Después de algunas ideas, explique que su registro contable es una manera para:

---

#### **1. Controlar su dinero**

- Su registro sirve para saber cuánto dinero ha entrado (ventas) a la empresa.
- Su registro sirve para saber cuánto dinero ha salido (gastos) de la empresa.
- Su registro sirve para conocer cuánto dinero efectivo tiene el tesorero o ahorros.
- Su registro sirve para tener y saber claramente las aportaciones que los socios han hecho en trabajo y en dinero.
- Su registro sirve para saber si a la empresa le deben dinero y cuando hay que cobrarlo.

---

#### **2. Demostrar la seguridad de su negocio**

- Su registro sirve para saber la situación económica de las empresas en cualquier momento.
- Su registro sirve para realizar informes claros y precisos o balances cuando sea necesario.
- Su registro sirve para conocer si hay pérdidas o ganancias en la empresa.

### 3. Mostrar a otros la seguridad de su negocio

---

- Su registro sirve para tener en las instituciones crediticias y poder realizar préstamos.

### 4. Planificar para el futuro

---

- Su registro sirve para poder realizar planes de explotación de próximas inversiones como crecimiento.

Explique que los empresarios pueden usar sus registros para analizar sus ventas, gastos y ganancias. Por ejemplo: En una panadería, si nota en su registro las ventas cada día, puede averiguar qué día es más activo. Con esta información puede hacer decisiones sobre la cantidad de producto, el tipo de producto, etc.

Pregunta a los participantes:

- ¿Qué problemas ocasionan la falta de un sistema contable en una empresa?

Después de algunas ideas, explíquelas:

- Se producen desconfianzas y dudas entre los socios.
- Pueden tener deudas
- No puede planificar bien para el futuro y crecimiento del negocio
- Los socios no saben cuánto han ganado o cuánto han perdido en su organización y esto hace que se pierda el interés en el trabajo.
- Se abandonan los trabajos y la empresa se debilita y luego muere.

### 5. Cómo hacer su registro contable sencillo.

---

Coloque en el pizarrón el ejemplo de un registro sencillo. Explique que es mejor mantener un registro por un año. Este registro se debe dividir en doce partes, una parte por cada mes.

Explique los cinco títulos de las columnas.

- **Fecha:** Ponga aquí la fecha de la transacción. El primer número es el día, el segundo es el mes y el tercer es el año.
- **Descripción:** Ponga aquí el concepto o detalle de la transacción. Describir exactamente que fue la venta o gasto.
- **Ingreso o crédito:** Ponga aquí la cantidad exacta en quetzales y centavos de su ingreso, puede ser una venta, préstamo etc.
- **Egreso o debito:** Ponga aquí la cantidad exacta en quetzales y centavos de su egreso puede ser compra de nuevos productos, pago de sueldo para empleados etc.
- **Saldo:** Ponga aquí la cantidad exacta en quetzales y centavos del dinero que tiene en la cuenta.

Explique que hay dos diferentes tipos de gastos (costos) de un negocio:

- **Costos Fijos:** Los costos fijos son aquellos que no varían ante cambios en los niveles de producción. Ejemplos son sueldos, salarios, renta etc.
- **Costos Variables:** Los costos variables son los que cambian cuando cambia el nivel de producción. Ejemplos son materias primas, comisiones sobre ventas etc.

Pregunte a los participantes:

- ¿Cómo usar su registro contable?

Cada vez que hay un egreso o ingreso escribealo en su registro contable. Por ejemplo, cada venta debe estar registrada con su fecha y cantidad exacta.

Pregunte a los participantes:

- ¿Cómo calcula ganancia o pérdida?

Explique qué ganancia es: **Ventas - Gastos = Ganancias.**

Para calcular sus ganancias sume todas las ventas (ingresos) del mes y reste la suma de todos los gastos (egresos) por mes. **Si hay un número positivo, tiene una ganancia. Si hay un número negativo tiene una pérdida.**

Es importante explicar que cuando calcula las ganancias todos los gastos deben ser anotados. Gastos en efectivo y también los gastos que no paga en ese momento (gastos reales). Ejemplos de gastos de efectivo para un grupo de tejedoras son hilo, renta, y fundas. Un ejemplo de un gasto que no paga dinero en ese momento es mano de obra.

Muchas veces la gente no incluye este gasto en su registro porque ellos no pagan por la mano de obra directamente. Ellos piensan que a través de sus “ganancias” son pagadas. Pero este método no es correcto. Si una persona o compañía calcula sus ganancias sin el gasto por mano de obra por ejemplo, es una ganancia falsa.

## 6.Punto de Equilibrio

Pregunte a los participantes:

- ¿Cuál es el punto de equilibrio?

El **punto de equilibrio** en una empresa es igual al nivel de ventas mensuales que ésta debe realizar para no obtener ni pérdidas ni ganancias. En otras palabras se denomina Punto de Equilibrio al punto en el cual los ingresos y los egresos del negocio o proyecto son iguales.

Para el negocio es de vital importancia conocer el Punto de Equilibrio porque:

- Le suministra información para controlar los costos.
- Le sirve como referencia para planificar las ventas y las utilidades que se obtienen.
- Le da las bases para fijarle precios a los productos o servicios.
- Con base en los planes de ventas y utilidades que el empresario se fije, se pueden calcular fácilmente las necesidades de dinero para financiar las materias primas, los salarios y otros costos necesarios para la producción de la empresa.

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se utiliza una fórmula especial:

**Punto de Equilibrio =** . **Costos Fijos** .

## **1 - Costos variables**

### **Ventas**

Para un negocio si **el nivel de ventas esta inferior al punto de equilibrio** - significa que la empresa está trabajando a perdida. Las ventas no alcanzan para cubrir los costos totales. De persistir esta situación por algún tiempo, la empresa se quebrará y tendrá que cerrar.

Para un negocio si **el nivel de ventas es igual al punto de equilibrio** – significa que la empresa ni pierde ni gana. Las ventas solas alcanzan a cubrir sus costos totales. Es una situación, común en las pequeñas empresas, que no debe mantenerse por mucho tiempo pues las utilidades son necesarias para el desarrollo de los negocios.

Para un negocio si **el nivel de ventas es superior al punto de equilibrio** –significa que la empresa está generando utilidades. Las ventas cubren los costos totales y además generan un excedente. Es la situación deseable y que deben buscar los buenos empresarios.

---

### **7. Interés**

Pregunte a los participantes:

- ¿Qué es el interés por préstamos?

**El interés** es un porcentaje de la suma solicitada que el deudor debe pagar a quien le presta en el momento de la devolución del préstamo.

- ¿Qué es una Agencia Financiera?

Es una institución que facilita préstamos o créditos en dinero. Ellos cargan interés en el dinero prestado. Hay diferentes Agencias Financieras; Bancos comerciantes, Cooperativas y Bancos Comunales, etc.

- ¿Quién es el Usurero?

Es la persona que facilita préstamos o créditos en dinero a cierto tiempo, y aprovecha cobrando un interés o porcentaje muy alto y exagerado.

- ¿Cómo se representa el porcentaje o tanto por ciento?

El tanto por ciento, se lo representa con un signo % después del número o cantidad que se escriba.

Por ejemplo:      5%      = 5 centavos por cada Q1.00 prestado

                        12%      = 12 centavos por cada Q1.00 prestado

- ¿Cómo se calcula los intereses o porcentajes de un crédito?

Aplicando la Fórmula del **interés simple:  $I = C \times R \times T$**

**I** = interés que pagará durante la vida del préstamo

**C** = Capital (la cantidad de dinero prestado)

**R** = tipo de interés por cobrar o crédito o tanto por ciento

(Nota: 15% = .15, 8% = .08)

**T** = tiempo que dura el crédito en años

(Nota: en años, 1 año = 1 (12/12), 8 meses = 8/12, 1 año y 6 meses = 18/12)

Por ejemplo: Tiene un préstamo por Q100.00, por 2 años, y con 12 % (doce por ciento) de interés.

$$I = C \times R \times T$$

$$I = Q100.00 \times .12 \times 2$$

$$I = Q24.00 \quad (\text{Pagará Q24.00 en interés por su préstamo de Q100.00 por 2 años}).$$

**Actividad:** Pregunte a los participantes:

- ¿Qué cantidad de interés será de pagar por un préstamo de Q278.00 al 6% anual en cuatro meses?

$$C = Q278.00$$

$$R = 6\% (.06)$$

$$T = 4 \text{ meses (} 4/12 \text{)}$$

$$I = Q278.00 \times .06 \times 4/12 = \mathbf{Q5.56}$$

## 8. Actividad de Evaluación

---

Divida a los participantes en dos grupos (pueden ser los mismos grupos de la dinámica). De a cada grupo un paquete de “Registro Contable de mi Negocio”. Explique que cada paquete tiene un registro en blanco y 30 entradas por una semana durante el mes de octubre. Ellos necesitan llenar su registro completo con la fecha, descripción y la cantidad de ingreso (venta) o egreso (gasto). También, cada grupo debe contestar estas cuatro preguntas sobre su negocio:

- ¿Hay ganancias o pérdidas?
- ¿Cuál fue su costo mayor?
- ¿Qué producto vendieron más?
- ¿Cuáles son los costos fijos y cuáles son los costos variables?

Después de 30 minutos dos personas de cada grupo darán cuenta de su registro enfrente de la clase. Verifique los resultados con las hojas de repuestas.

### Respuestas:

Ganancias/Perdidas:

Registro Contable de Negocio 1 Panadería = ganancias de Q 1,290

Registro Contable de Negocio 2 Librería = perdidas de Q 1,870

Costo Mayor:

Negocio 1 Panadería = Sueldos

Negocio 2 Librería = Renta

Producto más vendido:

Negocio 1 Panadería = Pan Francés  
Negocio 2 Librería = Papel

Costos Fijos/Costos Variables:

Negocio 1 Panadería

Costos Fijos: Sueldo, Renta y Publicidad  
Costos Variables: Recibo de Luz, Comprando Productos

Negocio 2 Librería

Costos Fijos: Sueldo, Renta  
Costos Variables: Productos, Taller

9. Despedida:

---

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tenga.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

10. Materiales:

---

Negocio 1: Panadería	
Saldo Inicial:	Q2,000.00
1 de octubre: pagan los sueldos de los 2 empleados	
Horneador	Q1,000.00
Vendedor	Q1,000.00
1 de octubre: compran los ingredientes	
harina	Q150.00
huevos	Q75.00
mantequilla	Q200.00
azúcar	Q175.00
levadura	Q50.00
1 de octubre: ventas	
pan francés	Q200.00
pan de manteca	Q100.00
shecas	Q150.00
2 de octubre: Pagan renta	
	Q1,000.00
2 de octubre: ventas	
pan francés	Q300.00

Negocio 2: Librería	
Saldo Inicial	Q2,500.00
1 de octubre: Pagan sueldos de los 3 empleados	
vendedor	Q500.00
vendedor	Q500.00
gerente	Q1,000.00
1 de octubre: compran productos	
lapiceros	Q200.00
papel	Q250.00
marcadores	Q100.00
1 de octubre: ventas	
fotocopias	Q10.00
lapiceros	Q50.00
marcadores	Q100.00
2 de octubre: ventas	
papel	Q100.00
libros	Q50.00
3 de octubre: pagan de renta	
	Q2,500.00

pan de manteca	Q100.00
shecas	Q50.00
3 de octubre: ventas	
pan francés	Q100.00
pan de manteca	Q50.00
shecas	Q0.00
4 de octubre: ventas	
pan francés	Q500.00
pan de manteca	Q50.00
shecas	Q100.00
5 de octubre: ventas	
pan francés	Q250.00
pan de manteca	Q100.00
shecas	Q30.00
5 de octubre: recibo de Luz	
	Q150.00
6 de octubre: ventas	
pan francés	Q350.00
pan de manteca	Q400.00
shecas	Q200.00
6 de octubre: pagan de publicidad (anuncios en el radio)	
	Q200.00
7 de octubre: ventas	
pan francés	Q200.00
pan de manteca	Q30.00
shecas	Q30.00

3 de octubre: ventas	
lapiceros	Q50.00
papel	Q20.00
fotocopias	Q50.00
4 de octubre: pagan taller de fotocopiadora	
	Q200.00
4 de octubre: ventas	
fotocopias	Q30.00
marcadoras	Q20.00
5 de octubre: ventas	
lapiceros	Q30.00
papel	Q20.00
libros	Q50.00
marcadoras	Q70.00
fotocopias	Q20.00
6 de octubre: ventas	
fotocopias	Q40.00
libros	Q10.00
papel	Q20.00
7 de octubre: ventas	
libros	Q30.00
papel	Q50.00
fotocopias	Q40.00
lapiceros	Q20.00

## Negocio 2

Información:

**Registros Contables:** los datos financieros sobre su negocio

**Contabilidad:** una disciplina que registra en libros adecuados todas las operaciones económicas que se realiza en una empresa y que permite conocer su situación económica en cualquier momento

Razones porque Contabilidad es importante para su negocio:

1. Controlar su dinero

- Su registro sirve para saber cuánto dinero ha entrado (ventas) a la empresa.
- Su registro sirve para saber cuánto dinero ha salido (gastos) a la empresa.
- Su registro sirve para conocer cuánto dinero efectivo tiene el tesorero o ahorros.
- Su registro sirve para tener y saber claramente las aportaciones que los socios han hecho en trabajo y en dinero.
- Su registro sirve para saber si a la empresa le deben dinero y cuando hay que cobrarlo.

2. Demostrar la seguridad de su negocio

- Su registro sirve para saber la situación económica de las empresas en cualquier momento.
- Su registro sirve para realizar informes claros y precisos o balances cuando sea necesario.
- Su registro sirve para conocer si hay pérdidas o ganancias en la empresa.

3. Mostrar a otros la seguridad de su negocio

- Su registro sirve para tener en las instituciones crediticias y poder realizar préstamos.

4. Planificar para el futuro

- Su registro sirve para poder realizar planes de explotación de próximas inversiones como crecimiento.

**Costos Fijos:** Los costos fijos son aquellos que no varían ante cambios en los niveles de producción. Ejemplos son sueldos, salarios, renta etc.

**Costos Variables:** Los costos variables son los que cambian cuando cambia el nivel de producción. Ejemplos son materias primas, comisiones sobre ventas etc.

**Punto de Equilibrio:** es igual al nivel de ventas mensuales que ésta debe realizar para no obtener ni pérdidas ni ganancias. En otras palabras se denomina Punto de Equilibrio al punto en el cual los ingresos y los egresos del negocio o proyecto son iguales.

**Punto de Equilibrio =**  $\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{1} - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$

**1 - Costos variables**

**Ventas**

Para el negocio es de vital importancia conocer el Punto de Equilibrio porque:

- Le suministra información para controlar los costos.
- Le sirve como referencia para planificar las ventas y las utilidades que se obtener.
- Le da las bases para fijarle precios a los productos o servicios.
- Con base en los planes de ventas y utilidades que el empresario se fije, se pueden calcular fácilmente las necesidades de dinero para financiar las materias primas, los salarios y otros costos necesarios para la producción de la empresa.

**Interés:** un porcentaje de la suma solicitada que el deudor debe pagar a quien le presta en el momento de la devolución del préstamo

$$I = C \times R \times T$$

I = interés que pagará durante la vida del préstamo

C = Capital (la cantidad de dinero prestado)

**R** = tipo de interés por cobrar o crédito o tanto por ciento

(Nota: 15% = .15, 8% = .08)

**T** = tiempo que dura el crédito en años

(Nota: en años, 1 año = 1 (12/12), 8 meses = 8/12, 1 año y 6 meses = 18/12)

## Mercadotecnia

### Agenda

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy: Mercadotecnia
4. Mercadotecnia (*10 minutos*)
5. Los 5 Ps de Mercadotecnia (*40 minutos*)
6. Estrategias Mercadotecnia (*15 minutos*)
7. Actividad (*45 minutos*)
8. Despedida
9. Material

### Plan de Trabajo

#### **Objetivos:**

1. Conocer y entender Mercadotecnia
2. Conocer y entender los 5 Ps de Mercadotecnia
3. Conocer las Estrategias de Mercadotecnia
4. Practicar mercadotecnia

#### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Copias de la información de mercadotecnia
3. Material para la Dinámica
4. Material para la actividad

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre La Mercadotecnia y la importancia para su negocio o organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Mercadotecnia**”

### **4. Mercadotecnia**

En el pizarrón, escriba la definición de **Mercadotecnia**: Actividades que se realizan para que un producto llegue al cliente. La esencia de mercadotecnia es para entender las necesidades de sus clientes y diseñar un plan de mercadotecnia que incluya estas necesidades. Una buena mercadotecnia es la más efectiva manera de crecer y expandir su negocio u organización.

La Mercadotecnia va a aumentar sus clientes y se incrementaran sus ventas de siguientes maneras:

- Llamar la atención de compradores potenciales (nuevos y viejos)
- Permitirles saber sobre su producto
- Hacer que el producto esté disponible en lugares adecuados
- Presentar su producto en forma atractiva para el comprador
- Hacer su producto más atractivo o diferente que los productos similares
- Establecer el precio correcto y competitivo para que la gente lo compre
- Determinar el precio correcto para que tenga ganancia.

### **5. 5Ps de Mercadotecnia**

#### **1. Producto:** Artículo o servicio que se compra o se vende.

Pregúntele: ¿Qué producto o servicio van a vender en su tienda?

Para facilitar la discusión pregunte a ellos ¿Qué productos compra esta comunidad? ¿Cuándo van a la tienda, que compran? Ejemplos son: soda, caramelos, galletas, papas, huevos, sal, zapatos, jabón.

Cuando ellos tengan su producto, coloque el dibujo del producto en el pizarrón con su definición. Recuerde a los participantes que es importante que su producto tenga clientes. Sin clientes no tienen ventas. También, los participantes necesitan pensar en el producto con la mente de mercadotecnia. Por ejemplo piensan en las partes físicas del producto o servicio, ¿qué lo hace?, ¿cómo este producto o servicio es diferente al de su competidor?, y ¿qué beneficios da el producto o servicio a sus clientes?.

Pregunte a los participantes:

- ¿Cómo escogen entre dos comedores? ¿Entre dos tiendas que venden el mismo producto?

Enfatice el punto de que cada consumidor tiene que hacer una selección de donde compran. Por lo tanto la **calidad** de su producto o servicio es muy importante.

- 2. Plaza:** Una tienda, fábrica, o incluso la esquina de una calle donde los empleados y vendedores pueden trabajar y vender el producto o servicio. En otras palabras, la plaza es el lugar físico de un negocio o empresa.

Pida a un participante que lea la definición de plaza. Coloque un cartel con el dibujo de una empresa grande en el pizarrón abajo del dibujo del producto.

Pida a las participantes que digan lugares buenos y malos para su negocio u organizaciones.

Ejemplos de Buenas Plazas:

- Cerca a la cancha porque mucha gente está en esta plaza durante los juegos.
- Cerca de la Iglesia durante los domingos.
- Cerca al mercado porque mucha gente visita esta área durante el día del mercado.
- Cerca de la escuela porque los alumnos les gustan comprar durante su descanso.
- Cerca el parque porque mucha gente pasa su tiempo allí.
- Cerca de la parada de los buses porque hay mucha gente en este lugar.
- Cerca de una carretera donde hay mucho tráfico y personas están pasando todo el tiempo

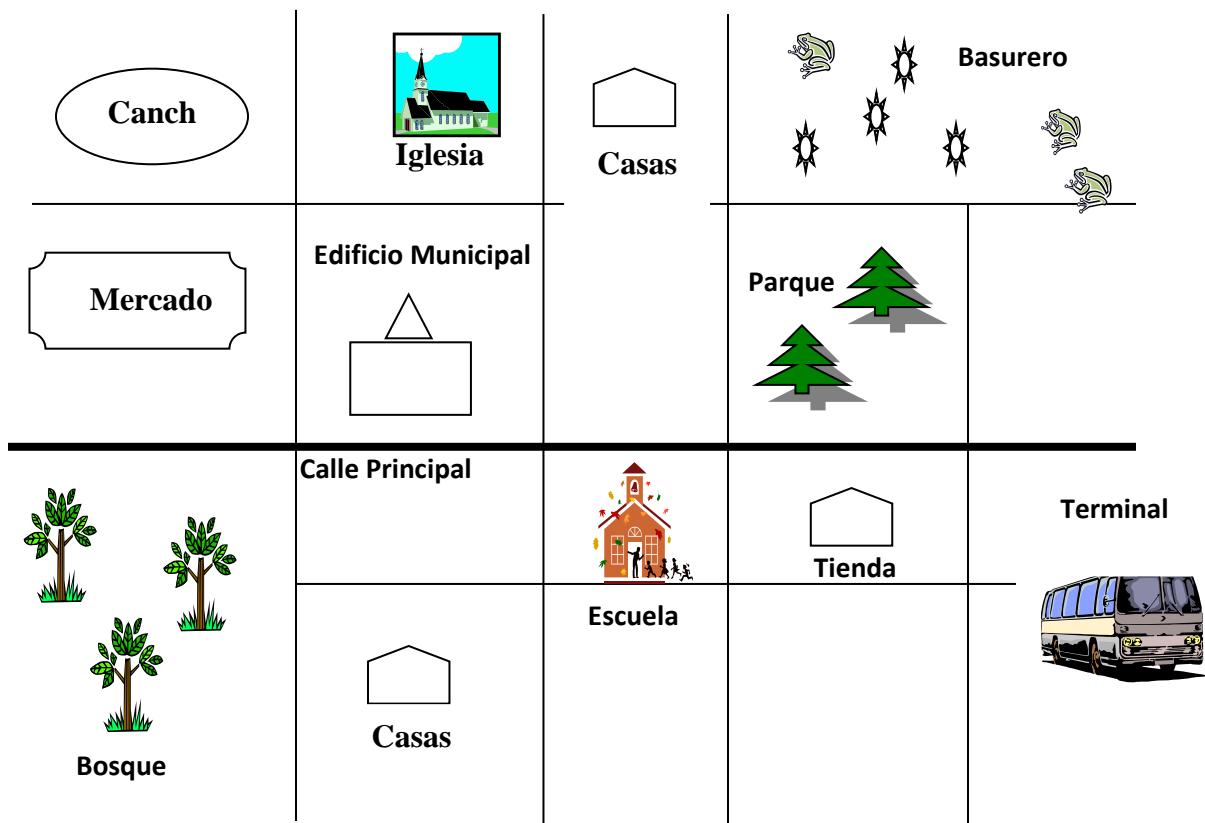
Ejemplos de Malas Plazas

- Cerca de la tienda que tiene un producto o servicio similar al suyo (competencia).
- Cerca del basurero porque está sucio y no hay mucha gente en este lugar.
- Donde no hay mucha gente (en el medio de un campo)
- Donde es peligroso
- Donde no hay camino y la gente tiene dificultad de llegar

Explique a los participantes que a veces depende del producto o servicio lo que va a ayudar a escoger un buen lugar o plaza. Por ejemplo: si tiene su taller de pinchazo, es bueno poner su negocio cerca de una carretera. O, si tiene su tienda de dulces y bocadillos, es bueno poner su negocio cerca de una escuela.

Coloque el dibujo del mapa en el pizarrón, y pida a los participantes que tome el dibujo de la tienda con su producto y recoloque el dibujo en un lugar bueno.

**El Mapa:**



Pregunte a los participantes porque escogieron ese lugar para su plaza (negocio).

**3. Precio:** Lo que se paga por un producto.

Pida a un participante que lea la definición de precio.

Después, explique que hay varios factores que necesita pensar para tener un precio justo para el producto:

- Es muy importante que el precio del producto o servicio sea competitivo (mas bajo o similar al precio de su competencia)
- Es necesario que su negocio pueda tener una buena ganancia
- Finalmente, cuando calcule el precio, es importante pensar en los gastos fijos y variables del producto.

Una manera muy efectiva para encontrar un precio justo que incluye estos factores es un estudio de factibilidad.

Explique nuevamente la importancia de que los precios para nuestros productos o servicios sean adecuados para el vendedor y el comprador.

**4. Promoción (Propaganda):** Es el método de publicidad que se usa para informar a los consumidores sobre el producto. En otras palabras, anunciar el producto o servicio.

Pida a un participante que lea la definición para promoción.

Explique que a los participantes que es importante pensar en las tres siguientes preguntas:

¿Qué tipos de publicidad va a usar?

¿Dónde va a poner su publicidad?

¿Cuántos clientes piensan que va a recibir como resultado de su publicidad?

Pregunte los participantes:

- ¿Qué formas de promoción han visto en su comunidad?

Por Ejemplo: Volantes, Anuncios en el Radio o Periódico, Rotulo, Pruebas, Ofertas, Su Reputación, y Pagina de Web

Pregunte a los participantes:

- ¿Dónde han visto o han escuchado publicidades?

Explique que los mejores lugares para publicidad son donde hay mucha gente o en algo que mucha gente escucha o lea.

Por Ejemplo: un anuncio en el periódico más leído, volantes colgados en los calles más usados o en frente de escuelas, plazas, la municipalidad o iglesias, un anuncio en la radio más escuchada y un rotulo en frente del negocio u organización.

Usando el mapa, pida a un participante que coloque dibujos de publicidades en lugares más apropiados.

Explique a los participantes que entre más publicidad hace un negocio más gente va a saber sobre su producto y ojala ellos van a comprar el producto y va a aumentar sus ventas.

- 5. Persona:** Las personas (empleados) que trabajan en el negocio que va a mostrar a los clientes el nivel del servicio o la calidad del producto. Es importante que un negocio tenga un buen servicio de clientela.

Pregunte a los participantes:

¿Qué características de un vendedor son buenas?

Ejemplos: Amable, Conoce bien el producto, Conoce bien los productos de su competición, Sincero, Conoce bien las ofertas que ofrece, confiado, y motivado a vender.

## **6. Estrategias de Publicidad**

---

Las siguientes son estrategias de publicidad que son muy efectivas:

1. Diseña la publicidad para hacer ventas ahorita incluyendo ofertas. Por ejemplo: Compra 2 del producto y el tercero es a mitad de precio o Durante el mes de octubre todos los productos escolares son a mitad de precio.
2. Ofrecer una versión de su producto barato. A veces la gente quiere comprar un producto más pequeño o un servicio más simple, por eso, ofrece el producto en una versión económica.
3. El opuesto, ofrecer una versión de su producto especial. A veces la gente quiere comprar un producto lujo, por eso, ofrece el producto en una versión lujosa por un precio más caro.
4. Cantidad. Corta el tamaño de la publicidad como los volantes para poder imprimir más y colgar más volantes en la comunidad.
5. Compartir la publicidad con otras tiendas pequeñas (no la competencia). Ofrezca a ellos a publicar sus productos en el negocio si ellos publican los productos suyos en la tienda de ellos.
6. Tomar ventaja de la clientela que ya existe. Ofrece ofertas especiales a los clientes más frecuentes.
7. En la publicidad usa testimonios de clientes. Anuncios que utilizan a "gente que seguramente sabe" vender su producto. Por ejemplo, una ama de casa que recomienda un detergente o un mecánico que recomienda bujías, etc.

## **7. Actividad de Creación de Anuncios o Folletos**

---

Divida a los participantes en dos grupos. Cada grupo va a usar la misma empresa y producto que seleccionaron durante este ejercicio. (O, depende en la situación, puede hacer la actividad sobre el negocio u organización donde está presentando)

Entregue a cada grupo, una hoja de papel. Explique que cada grupo va a promocionar el producto o servicio. Indicar que en cada anuncio o folleto debe incluir:

- El nombre de la empresa – corto y fácil de recordar.
- Un logotipo – muchas veces la gente recuerda su logotipo si es que ellos olvidan su nombre y si la gente no puede leer un logotipo es otra manera de recordar.
- Slogan – corte y descubra su producto o servicio.
- Las 5 Ps de mercadotecnia – producto, precio, plaza, promoción.
- Debe incluir una de las siete estrategias publicitarias discutidas en esta sesión.

Indique que tendrán 30 minutos para completar esta actividad. Al completar la actividad cada grupo presenta su anuncio a la clase.

## **8. Despedida:**

---

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tenga.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

## **9. Materiales:**

### **Información**

**Mercadotecnia:** Actividades que se realizan para que un producto llegue al cliente. La esencia de mercadotecnia es para entender las necesidades de sus clientes y diseñar un plan de mercadotecnia que incluya estas necesidades. Una buena mercadotecnia es la más efectiva manera de crecer y expandir su negocio u organización

### **5Ps de Mercadotecnia:**

**Producto:** Artículo o servicio que se compra o se vende

**Plaza:** Una tienda, fábrica, o incluso la esquina de una calle donde los empleados y vendedores pueden trabajar y vender el producto o servicio. En otras palabras, la plaza es el lugar físico de un negocio o empresa.

**Precio:** Lo que se paga por un producto

**Promoción (Propaganda):** Es el métodos de publicidad que se usa para informar a los consumidores sobre el producto. En otras palabras, anunciar el producto o servicio.

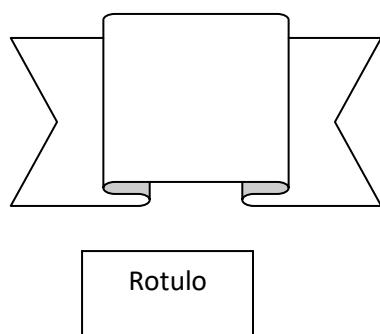
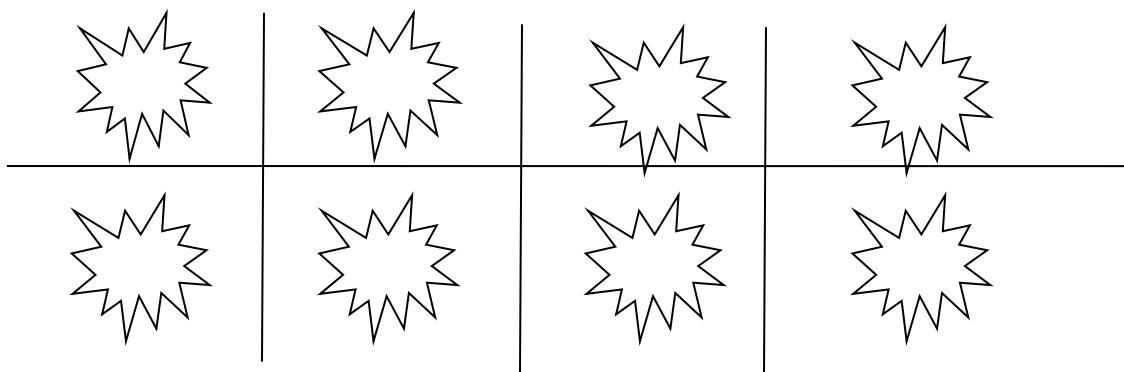
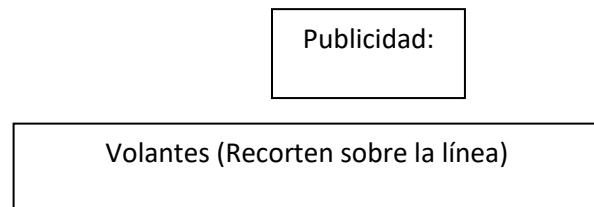
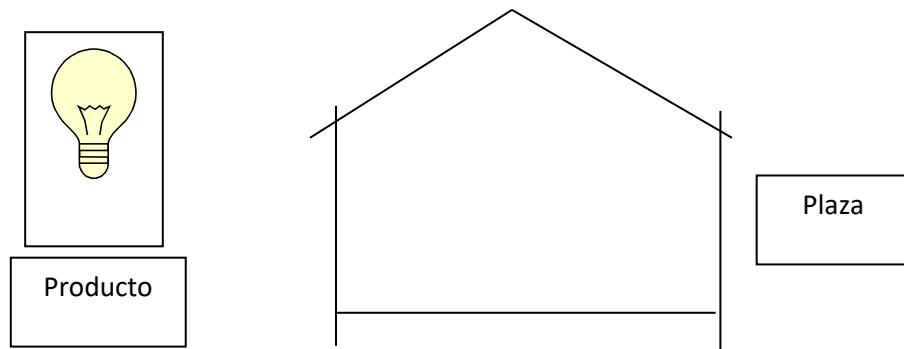
**Persona:** Las personas (empleados) que trabajan en el negocio que van a mostrar a los clientes el nivel del servicio o la calidad del producto. Es importante que un negocio tenga un buen servicio de clientela

## **Estrategias de Publicidad**

---

1. Diseña la publicidad para hacer ventas ahorita incluyendo ofertas. Por ejemplo: Compra 2 del producto y el tercero es a mitad de precio o Durante el mes de octubre todos los productos escolares son a mitad de precio.
2. Ofrecer una versión de su producto barato. A veces la gente quiere comprar un producto más pequeño o un servicio más simple, por eso, ofrece el producto en una versión económica.
3. El opuesto, ofrecer una versión de su producto especial. A veces la gente quiere comprar un producto lujo, por eso, ofrece el producto en una versión lujosa por un precio más caro.
4. Cantidad. Corta el tamaño de la publicidad como los volantes para poder imprimir más y colgar más volantes en la comunidad.
5. Compartir la publicidad con otras tiendas pequeñas (no la competencia). Ofrezca a ellos a publicar sus productos en el negocio si ellos publican los productos suyos en el tienda de ellos.
6. Tomar ventaja de la clientela que ya existe. Ofrece ofertas especiales a los clientes más frecuentes.

7. En la publicidad usa testimonios de clientes. Anuncios que utilizan a "gente que seguramente sabe" vender su producto. Por ejemplo, una ama de casa que recomienda un detergente o un mecánico que recomienda bujías, etc.



## **Control de Calidad e Higiene**

### **(Para la Industria Alimentaria)**

#### **Agenda**

1. Introducción
2. Dinámica
3. Tema de Hoy:              Control de Calidad e Higiene
4. Control de Calidad (*15 minutos*)
5. Conformidad (*10 minutos*)
6. Higiene (*45 minutos*)
7. Dramatización (*30 minutos*)
8. Despedida
9. Material

#### **Plan de Trabajo**

##### **Objetivos:**

1. Conocer y entender el concepto de Control de Calidad
2. Conocer y entender los buenos prácticos de Higiene en la cocina
3. Conocer y entender los buenos prácticos de guardando comida

##### **Materiales:**

1. Copias de la agenda
2. Material para la Dinámica
3. Material para la Dramatización

## **La Presentación**

### **1. Introducciones:**

Preséntense dando sus nombres e informando que ustedes son universitarios de EEUU trabajando para Soluciones Comunitarias y digan lo alegre que son por tener la oportunidad de compartir con ellos.

Explique al grupo que a través de Soluciones Comunitarias van a hablar sobre el Control de calidad e Higiene y la importancia para su negocio o organización.

Pregunte el nombre y posición o trabajo de cada uno en la audiencia.

### **2. Dinámica:**

Selecciona de la “List of Icebreakers”

### **3. Tema de Hoy:**

Anuncie que el tema hoy es “**Control de Calidad e Higiene**”

### **4. Control de Calidad:**

En el pizarrón, escriba la definición de **Control de Calidad**: El Control de la Calidad se posiciona como una estrategia para asegurar el mejoramiento continuo de la calidad. En retorno, la buena calidad del producto va a asegurar la continua satisfacción de los clientes y en retorno su negocio puede ser exitoso y crecer en el futuro.

Explique a los participantes que hay muchas maneras a tener control de calidad.

Pregunte a los participantes:

- ¿Qué maneras hay que puedan asegurar que todos sus productos tengan un nivel alto de calidad?

Unas respuestas pueden ser: trabajar en equipo, tener alguien con la responsabilidad de chequear el producto, averiguar que todos los trabajadores tengan las habilidades necesarias (y si no, que ellos deben recibir una capacitación), que el lugar y los trabajadores mantengan un nivel higiénico, que todos los ingredientes/comida que usan sean frescos, y que cuando hagan la comida usen los ingredientes correctos y con las cantidades adecuadas.

### **5. Conformidad:**

Conformidad es la medida en la que el proceso sea capaz de reproducir consistentemente los requerimientos del usuario. Por ejemplo, en una panadería, cada pan francés que hace debe tener el mismo tamaño, apariencia y sabor.

Pregunte a los participantes:

- Si alguien sabe ¿Cómo pueden asegurar la conformidad?

Espere sus respuestas y después explique:

1. Ingredientes consistentes: es muy importante usar los ingredientes correctos y ser consistente. Por Ejemplo: Para hacer pan francés siempre se usa agua, harina, levadura, azúcar y sal. Nunca debe variar los ingredientes para el mismo tipo de pan.
2. Medidas Exactas: es muy importante usar las medidas exactas. Una taza de harina debe ser una taza de harina exacta.
  - a. Demonstrar como medir una taza de harina y después como medir una taza de agua.
  - b. Explique que si usa medidas exactas no hay una perdida de ingredientes y por eso su negocio puede ahorrar dinero.
  - c. Mantiene el mismo sabor del producto o en otras palabras los clientes saben qué están comprando y si les gusta van a regresar y comprar más.
3. El tamaño o ración de cada producto debe ser igual. Por ejemplo un restaurante que sirve caldo para el almuerzo, debe dar la misma ración de caldo a todos los clientes. Explique que igual que midiendo los ingredientes, si un restaurante esta consistente con las porciones, va a ahorrar dinero.

## 6. Higiene:

Explique a los participantes que la higiene es la parte más importante del control de calidad para la industria alimenticia. Con buena higiene en la cocina y con los trabajadores, asegura comida sana y segura y en retorno clientes felices y frecuentes.

### Higiene de la Comida

---

#### Normas para Comida Sana y Limpia:

- Es importante cocinar la comida apropiadamente para matar las bacterias.
- También es importante guardar la comida cruda y cocida en el refrigerador.
- Verduras, frutas, huevos, carnes, productos de vacas (cruda y cocida) no deben estar fuera del refrigerador por más que 2 horas.
- Siempre debe cubrir o empacar la comida que está fuera del refrigerador para prevenir que el polvo caiga encima y que las moscas lo toquen.
- Comida e ingredientes que no necesitan estar adentro del refrigerador (como pan, harina, aceite, azúcar, etc.) debe estar guardado en un lugar fresco, seco y limpio y donde sea difícil entrar ratas y moscas (no debe estar en el piso).
- Siempre lave sus manos antes y después de tocar y preparar comida con agua y jabón.
- Para verduras y frutas que se comen crudas es importante limpiarlas bien antes de comer o servir. Puede limpiarlas con agua potable y un poco de jabón, pero mejor lavarlas con un litro de agua con una gota de cloro.

#### Las 4 Reglas del Manejo de todos tipos de Carne:

##### 1. Cocina

- a. Necesita cocinar la carne a un temperatura segura para destruir cualquier bacteria que está viviendo en la superficie de la carne. Cuando la carne esta molida como carne molida, la bacteria presente esta mezclada en toda la carne por eso es muy importante cocinar bien la carne molida. La carne de pollo es más propensa a las bacterias por eso es necesario cocinar el pollo muy bien. El pollo cocido no debe tener ni un poco de rosado adentro.
- b. Temperaturas Seguras:
  - i. Carne Molida: 160°-165°F (71°-74°C)
  - ii. Carne: 145°F (63°C)
  - iii. Pollo: 180°F (82°C)
  - iv. Cerdo: 160°F (71°C)

## **2. Separado**

- a. Es importante mantener la comida cocida, comida cruda, comida que se come cruda y la comida que come cocida separadas todo el tiempo. La contaminación pasa cuando carne o huevos crudos tienen contacto con comida que se come cruda. La contaminación es una de las más grandes causas de intoxicación.
- b. Para prevenir la contaminación
  - i. Es importante cubrir la carne cruda y guardarla en una parte del refrigerador donde no hay tipos de comidas crudas y donde los jugos y sangre de la carne no va a gotear encima de otras comidas.
  - ii. Es necesario no usar el plato que tiene la carne cruda para nada mas hasta que el plato esté limpio (con jabón y agua) otra vez. Eso es lo mismo para los cuchillos, tenedores o cualquier cosa que toca la carne cruda.
  - iii. Y, SIEMPRE lave sus manos con jabón y agua antes de tocar cualquier cosa después de tocar la carne cruda.

## **3. Limpie**

- a. Limpiar es una parte crucial para asegurar la sanidad de la comida. Es suficiente limpiar solo con agua y jabón. Si su jabón es anti-bacterial es mejor pero no es necesario.
  - i. Limpiar sus manos con agua y jabón antes de empezar a cocinar o tocar comida.
  - ii. Cuando está preparando comida, límpie sus manos después de un estornudo o una tos, después de tocar carne cruda, después de ir al baño, después de tocar una mascota, animal o su propio pelo, y después de cambiar un pañal, es NECESARIO lavar sus manos.
  - iii. También, es importante mantener la cocina y las mesas limpias. Limpiar las mesas cada rato durante esta cocinando. Es MUY importante limpiar la mesa después de preparar carne cruda encima.
  - iv. Limpia todas las tazas, cuchillos y otras herramientas que usa en la cocina.

## **4. Enfriar**

- a. Es importante enfriar o congelar la comida para prevenir que las bacterias crezcan encima. Un refrigerador debe estar a menos de 40° F (4° C) para prevenir la presencia de bacteria y un congelador deber estar a menos de 0° F (-17°C).
- b. Nunca debe tener comida puesta afuera del refrigerador por más de 2 horas. Use la carne cruda dentro de los siguientes 2 días si está guardada en el refrigerador.
- c. En el refrigerador la carne cruda dura 2 días. En otras palabras, debe cocinar la carne cruda antes de 2 días. Si la carne cruda en guardado en el congelador dura mucho más tiempo.

---

## **Higiene de la Cocina**

### **Normas para una Cocina Limpia y para Prevenir las Bacterias**

- Mantener las mesas limpias. Antes y después de preparar comida, límpie las mesas con agua y cloro o con agua y jabón.
- Limpie el piso frecuentemente con agua y un jabón anti-bacterial
- Limpie el horno, la estufa y el refrigerador frecuentemente
- Ventanas debe estar cerradas o con maya para prevenir que las moscas entren.
- Huecos o espacios entre del techo y pared o la puerta y piso debe ser cubiertos para prevenir que ratas u otros animales entren la cocina.
- Ollas, tazas, sartenes, cuchillos, platos, licuadoras y todas las herramientas de la cocina debe estar limpias y cubiertas o guardadas en un lugar seco donde no puedan entrar moscas y caer polvo. Es importante limpiarlas con agua y jabón antes y después de usarlas para preparar comida
- Animales y mascotas nunca deben estar en la cocina

---

## **Higiene Personal**

### **Normas para Higiene Personal**

- Antes, durante y después de preparar comida SIEMPRE LAVE SUS MANOS con jabón y agua.
- Use una red para su cabello para prevenir que caigan pelos adentro de la comida.
- Su ropa debe estar limpia y no cubierta en comida. Eso es importante por dos razones. 1. No queremos que tierra o comida vieja caiga encima de su ropa caiga adentro de la comida que está preparando. Y 2. Cuando sirve la comida a un cliente quiere dar a el la confianza que su cocina y comida es limpia y sana.

## **7. Dramatización y Actividad:**

### **Mala Cocina:**

*Preparación: Pon tazas y cuchillos e ingredientes no-cubiertos encima de una mesa disponible. Y si puede, espolvorear harina encima de la mesa. No use una red para su pelo.*

1. El cocinero no debe limpiar sus manos, la taza, ni la cuchara.
2. En la taza sin medir eche harina.
3. Tosa o estornude encima de la comida y sus manos. No limpie después.
4. Después agregue agua a la taza (sin medirla) y mezcle.
5. Lama la cuchara para probar la mezcla y siga mesclando.
6. Un “perro” u otro animal (alguien actuando) debe entrar a la cocina y el cocinero debe tocarlo o si prefiere en lugar de un animal entrando solo toque su propio pelo.
7. Luego, pon las bolas de masa de diferentes tamaños en un molde.
8. Últimamente, no lave las tazas, mesa ni sus manos.

### **Actividad:**

Pregunten a los participantes los problemas de la **Mala Cocina**. Espere sus respuestas. Y pida a unos voluntarios que expliquen la buena manera de preparar la masa. Pasó a Paso. Mientras los voluntarios están explicando, el cocinero debe estar siguiendo las instrucciones.

### **Buena Cocina:**

1. Pon un red en su pelo
2. Lave manos
3. Lave la mesa taza y cuchara
4. Mida las dos tazas de harina y agréguelas en la taza  
*-Cocinero debe tosar o estornar-*
5. Lave sus manos otra vez
6. Lave la taza de medida
7. Mida una taza de agua
8. Mezcle los ingredientes
9. Ponga la masa en bolas de tamaños iguales en un molde
10. Lave las tazas, cucharas y mesa
11. Lave sus manos

## **8. Despedida:**

Contestar cualquier duda o pregunta que la audiencia tega.

Agradezca por la oportunidad de estar con ellos y por su participación.

**9. Lista de Materiales Para La Demonstración:**

- Una Mesa
- Esponja (o algo que puede usar para lavar la mesa y taza etc.)
- Harina
- Agua
- Jabón
- 1 Taza
- 1 Cuchara
- 1 Taza de Medir
- 1 Molde