

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
**ESCUELA DE POSTGRADO**



**PROGRAMA DE DESARROLLO DE HABILIDADES  
COMERCIALES PARA LA MEJORA DEL  
EMPREDIMIENTO DE LOS ALUMNOS DEL  
CENTRO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PRODUCTIVO  
VÍCTOR RAÚL HAYA DE LA TORRE. TRUJILLO-  
2015.**

**Tesis para optar el Grado de Doctor en Educación**

**Autora:**

**Mg. Rosario Del Pilar Mestanza de la Cruz.**

**Asesor:**

**Dr. Guillermo Carlos Alfonso Gayoso Bazán**

**Trujillo - Perú**  
**2015**

Nº Registro:

## DEDICATORIA

*A Dios.*

*Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.*

*Para mis padre Norberto y Marina, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.*

*A mi querido esposo Iván y a mis amados hijos: Milagros, Ammy e Iván Alonso, a ellos mi eterno agradecimiento por el apoyo y la comprensión que me brindan haciendo posible el avance de mi carrera profesional y sobre todo por ser la razón de mis ser...*

*Rosario del Pilar*

## AGRADECIMIENTO

*Dedico este trabajo a Dios Todo Poderoso, quien me guía e ilumina a cada instante y me permite ser cada día mejor persona y buen profesional, colmándome de sabiduría e inteligencia; a mis padres: Norberto y Marina por darme la vida y el calor de una familia en las mejores etapas de mi vida, por todo su amor y comprensión, que me fortalece para seguir superándome personal y profesionalmente.*

*A mi asesor de tesis, y Dr. Guillermo Gayoso Bazán por su esfuerzo y dedicación quien con sus conocimientos su experiencia, paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mi tesis con éxito. También me gustaría agradecer a los doctores durante todo mi doctorado, porque todos han aportado un granito de arena a mi formación.*

*Son muchas laso personas que han formado parte de mi vida profesional y es que me encantaría agradecerle su amistad, concejos apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero dar las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado por todas sus bendiciones. Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.*

*Rosario del Pilar*

## RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo Determinar en qué medida el programa “desarrollo de habilidades comerciales” mejorará el emprendimiento en los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo – 2015. La metodología empleada fue experimental, de diseño pre experimental. La muestra estuvo constituida por 35 alumnos de la carrera técnica de manualidades. Como instrumento se utilizó el Test de Evaluación de Emprendedores desarrollado por ILDEFE (Instituto Leonés de Desarrollo Económico, Formación y Empleo), agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León. Resultados: La capacidad emprendedora encontrada en los alumnos fue 49% nula, 43% media y 9% alta. Se aplicó el programa de habilidades comerciales que consistió en 3 fases: 1) aptitudes y conocimientos básicos para la venta 2) Desarrollo de habilidades de venta y 3) desarrollo de competencia de venta. Después de la aplicación del programa de habilidades comerciales la capacidad de emprendimiento fue 63% alta y 37% media. La relación entre el desarrollo de habilidades comerciales y el nivel de emprendimiento fue demostrada estadísticamente con una confiabilidad del 95%. Conclusión: El desarrollo de habilidades comerciales mejora el nivel de emprendimiento.

**Palabras Clave:** Habilidades comerciales, emprendimiento, Educación técnico productiva.

## **ABSTRACT**

This research aims to determine to what extent the "development of commercial skills" will improve entrepreneurship in students of the Center for Productive Technical Education Victor Raul Haya de la Torre. Trujillo - 2015. The methodology was experimental, pre experimental design. The sample consisted of 35 students of the technical course craft. As an instrument Assessment Test developed by Ildefe Entrepreneurs (Leon Institute of Economic Development, Training and Employment), local development agency of the City of Leon was used. Results: The entrepreneurship students was found in 49% no, 43% and 9% average high. 1) basic skills and knowledge for sale 2) Development of sales skills and 3) development of retail competition: business skills program that consisted of 3 phases are applied. After the implementation of the program of business skills entrepreneurial capacity was 63% higher and 37% average. The relationship between the development of business skills and entrepreneurial level was demonstrated statistically with a reliability of 95%. Conclusion: The development of business skills improves the level of entrepreneurship.

**Keywords:** Business skills, entrepreneurship, productive technical education.

## ÍNDICE

### Contenido

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Problema.....	18
1.2 Objetivos: .....	18
1.2.1 Objetivo general:.....	18
1.2.2 Objetivos específicos: .....	18
<b>1.5 Hipótesis:</b> .....	19
II. MARCO TEÓRICO .....	20
2.1 Emprendedor .....	20
2.2 Definición de emprendimiento.....	20
2.3 Tipos de emprendimiento empresarial. ....	23
2.4 Factores que motivan el emprendimiento empresarial.....	24
2.5 Inteligencia emocional y emprendimiento .....	25
2.6 Habilidades comerciales.....	27
2.7 Niveles de habilidades comerciales (IDEPA & Ministerio Industria y Comercio España, 2008) .....	27
2.8 Nuevas habilidades comerciales (Avellon, s/f) .....	30
III. MATERIALES Y MÉTODOS: .....	35

1.	Material .....	35
1.1	Población: .....	35
1.2	Muestra: .....	35
1.3	Unidad de análisis: .....	35
2.	Método .....	36
2.1.	Tipo de investigación .....	36
2.2	Diseño de investigación: .....	36
2.3	Variables y operativización de variables .....	36
	Procedimientos para la recolección de información:.....	37
2.4	Instrumentos de recolección de datos.....	38
2.5	Procedimiento y análisis estadístico de datos.....	39
a)	Estadística Descriptiva: .....	39
III.	RESULTADOS:.....	41
3.1	Con respecto al objetivo específico 1: .....	41
3.2.	Con respecto al objetivo específico 2:.....	43
3.3.	Con respecto al objetivo específico 3:.....	44
3.4.	Con respecto al objetivo específico 4:.....	46
3.5	Con respecto al objetivo específico 5:.....	47
3.3.1	Planteamiento de hipótesis estadística .....	47
3.3.2	Estadístico de contraste. ....	48
IV.	DISCUSIÓN: .....	49
V.	PROPUESTA.....	54
VI.	CONCLUSIONES .....	55
VII.	RECOMENDACIONES .....	56
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	57
	ANEXO 01 TEST DE EMPRENDIMIENTO .....	61

ANEXO 02 TEST DE HABILIDADES COMERCIALES .....	66
Anexo 03: Base de datos .....	70
Anexo 04: Programa “Desarrollo de Habilidades comerciales” .....	74
SESIÓN N° 01.....	81
SESIÓN N° 02.....	87
SESIÓN N° 03.....	90
SESIÓN N° 04.....	93
SESIÓN N° 05.....	97
SESIÓN N° 06.....	100
SESIÓN N° 07.....	103
SESIÓN N° 08.....	106
SESIÓN N° 09.....	109
SESIÓN N° 10.....	112



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población del CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre.....	35
Tabla 2 Muestra seleccionada de la población del CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre .....	35
Tabla 3 Capacidad de emprendimiento antes de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre.....	41
Tabla 4 Capacidad de emprendimiento después de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre .....	44
Tabla 5 Impacto del programa de habilidades comerciales .....	46
Tabla 6 Emprendimiento pretest emprendimiento posttest tabulación cruzada...	48
Tabla 7 Pruebas de chi-cuadrado .....	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Capacidad de emprendimiento antes de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre .....	42
Figura 2 Capacidad de emprendimiento después de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre .....	45
Figura 3 Impacto del programa de habilidades comerciales .....	47

## I. INTRODUCCIÓN

Desde hace algunos años se viene notando que los alumnos egresados de todos los niveles profesionales no se desempeñan en su ocupación o carrera que estudiaron, esto es por diferentes motivos, uno de los principales es que los sueldos no son atractivos, por ejemplo a un egresado le pagarán el sueldo mínimo en promedio S/. 750 nuevos soles y condiciones laborales informales o no adecuadas, el mismo alumno haciendo taxi gana liquido S/. 1500 nuevos soles con la opción de arrendar o comprar su vehículo. En el caso de las carreras ocupacionales difícilmente lograrán un contrato de trabajo estable y sus condiciones laborales son arbitrarias. En todo caso, el sueldo que reciban no permitirá una mínima realización. Las razones de esto es la sobre oferta laboral, y esta situación no tiene visos de solución (MINTRA, 1997).

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, realizó un estudio al año 2014 en donde se concluyó que en el año 2013, el 42,0% de los ocupados con educación superior universitaria se encontraban subutilizados, mientras que el 59,8% de los ocupados con educación superior no universitaria se encontraban inadecuadamente utilizados (donde el 58,6% estaban subutilizados y el 1,2% estaban sobre utilizados). Estos niveles han mostrado una ligera disminución desde el año 2008, aunque no ha sido significativa. El problema de inadecuación ocupacional afecta en mayor proporción a los hombres (51,5%), que a las mujeres (49,5%). Según grupo de edad, este problema es muy recurrente en los jóvenes entre 18 y 29 años de edad, dado que el 57,6% de los jóvenes se encontraron inadecuados ocupacionalmente, donde el 57,2% estaban subutilizados. Asimismo, la inadecuación ocupacional se manifiesta principalmente en las zonas rurales (62,2%), que en las zonas urbanas (49,9%). Específicamente, se concentra en la región de la Sierra con un nivel de desajuste ocupacional del 53,7%.” (MINTRA, 2014).

El mismo Ministerio de Trabajo también muestra desalentadoras cifras de ingresos a los profesionales.

Esta realidad muestra que los egresados en términos económicos su balance educativo es una pérdida de tiempo y dinero en una profesión u ocupación técnica (sobre todo en una institución del Estado) y que no se desempeñe en la profesión u oficio que se capacitó se denomina “Inadecuación Laboral” (MINTRA, 2014).

Alarcón Roberto y Molina David (2005) de la Universidad Austral de Chile, en su tesis de maestría "Análisis de la capacidad emprendedora de los microempresarios del sector turismo: caso Provincia de Coyhaique de la Universidad Austral de Chile" concluye que el perfil emprendedor de la muestra de microempresarios turísticos de la provincia de Coyhaique tiene sus fortalezas en exigir eficiencia, calidad, persuasión y redes de apoyo, cumplimiento, persistencia, autoconfianza e independencia. Estas características vinculadas a la inteligencia emocional se consideraron importantes a la hora de la creación de empresas por que son necesarias en esta región las redes sociales, la persistencia y la confianza que cada empresario deposite sobre sus propias capacidades, especialmente en el caso de las microempresas, las capacidades del microempresario emprendedor serán las necesarias para que el negocio sea sustentable a lo largo del tiempo. En cuanto a la característica de cumplimiento, es vital que el microempresario la posea, debido a que el negocio está bajo su responsabilidad y, el no cumplimiento de actividades puede llevar al fracaso de la microempresa. Por otro lado, según las encuesta dejan en claro, el potencial de las mujeres en relación a los hombres en estos puntos, relacionados a la responsabilidad al emprender en este tipo de actividades, aunque según el estudio las microempresarias poseen en general un nivel educación menor que el de los microempresarios.

Esta tesis es un antecedente de la inteligencia emocional con la capacidad de emprendimiento, y que los componentes del emprendimiento que el autor lo llama fortalezas están vinculados a la inteligencia emocional, lo que nos indica que la hipótesis propuesta es realidad en otros contextos y por lo tanto tiene fundamento no solo teórico sino práctico que la justifica.

Krauss, Catherine (2011) de la Universidad Católica del Uruguay en su artículo académico "Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios" concluye que el caso se trata de un producto de investigación en donde se analiza las actitudes emprendedoras de los estudiantes y su evolución desde que ingresan a la universidad hasta tres años de experiencia académica. Se consideran las actitudes de asunción al riesgo, control interno percibido, necesidad de logro, autoestima e innovación. Su investigación reseña que la educación en emprendimiento debe abarcar la parte cognitiva (información, habilidades), afectiva (emoción, temperamento), y comportamental (motivaciones o deseos), indicados por (Korainen & Ruohotie, 2001).

La presente tesis pone en antecedentes las dimensiones del emprendimiento, y también menciona sobre "educación en emprendimiento" el mismo que servirá para la planeación y confección del programa de inteligencia emocional para desarrollar el emprendimiento.

Cantero Vicente (2012), en su tesis doctoral "Competencias socio-emocionales en la inserción laboral del egresado universitario" de la Universidad de Alicante, concluye a través de los resultados de su investigación que los profesionales demandados en el nuevo mercado no son los títulos universitarios, ni la pericia técnica, ni el alto coeficiente intelectual, sino una serie de competencias emocionales que configuran la inteligencia emocional (como la confianza en sí mismo, el autocontrol, la iniciativa, la motivación de logro, la responsabilidad). Esto también da ventajas para conseguir trabajo mediante el enchufismo (lo que conocemos como vara o influencia).

Cusi Condori (2010) de la Universidad Andina del Cusco en su tesis doctoral "Relación entre inteligencia emocional y desempeño pre profesional de los practicantes de enfermería, en las Instituciones de Salud de Cusco-2010." Concluye que en muchos siglos se pensó que la inteligencia era de un solo tipo, y que se medía a través del coeficiente intelectual; quienes tenían un alto coeficiente intelectual eran capaces de

resolver problemas a través de la lógica, el análisis y la razón; pero desde hace un tiempo la inteligencia emocional se ha insertado en los diferentes aspectos de la vida diaria, así como en el desempeño pre profesional. Hoy en día se cuenta con estudios, que han dado lugar a una gran cantidad de información con respecto al rol que juegan las emociones en nuestro diario vivir y es así como surge al concepto de inteligencia emocional para graficar lo esencial que estas resultan ser. Su estudio es una investigación descriptiva - correlacional de un hecho que se compone de dos aspectos principales: la inteligencia emocional y el desempeño pre-profesional de los practicantes de enfermería de la Universidad Andina de Cusco; que recorre desde los fundamentos y perspectivas teóricas, formación, desarrollo, control de emociones, propiedades psicométricas, llegando hasta las aplicaciones prácticas ocupacionales de la inteligencia emocional. El objetivo fue determinar la relación existente entre inteligencia emocional con el desempeño pre-profesional de los practicantes de enfermería en los hospitales: Antonio Lorena y Regional de la ciudad de Cusco; en razón que hoy en día la inteligencia emocional es sumamente importante para el éxito profesional que se manifiesta con alto nivel de desempeño, haciendo uso de las destrezas, habilidades, capacidades y aspectos emocionales bien desarrollados, alcanzando la capacidad de dar sentimientos, controlar emociones, identificar sentimientos y emociones de los demás; que cada vez se hacen más necesarios en la práctica pre profesional. Se realizó un análisis bibliográfico para obtener la información sobre la inteligencia emocional existente, sobre la aplicación de la inteligencia emocional con respecto al desempeño pre profesional. Se encontró que a pesar de existir mucha información respecto a la inteligencia emocional y sus aplicaciones a diferentes áreas; sin embargo, es relativamente escasa la correlacionada al desempeño profesional de estudiantes que realizan prácticas pre profesionales, las mismas que tienen la responsabilidad de brindar un servicio de salud que sea eficiente y eficaz. Asimismo en la presente investigación se pudo comprobar la relación existente entre la inteligencia emocional y desempeño pre profesional que presentan las practicantes de

enfermería, así como cuando se analiza por componentes; resultados que se da a conocer en el capítulo IV (de resultados) y que han permitido realizar y formular las conclusiones definitivas.

Este trabajo contribuye a demostrar la efectividad de la inteligencia emocional en el éxito profesional, es de recalcar que el emprendimiento requiere también de éxito y en correlación a los anteriores trabajos que ya sustentaron la relación entre la inteligencia emocional y el emprendimiento este amplía el tema de la inteligencia emocional.

Jaramillo, Miguel y Parodi, Sandro (2003), presentaron los resultados ejercicios de evaluación de impacto de dos proyectos de capacitación para jóvenes emprendedores: el proyecto Formación Empresarial de la Juventud (Proyecto JUMP), ejecutado por CARE-Perú entre octubre de 1999 y marzo de 2001 y el Programa de Calificación de Jóvenes Creadores de Microempresas, conducido por el Colectivo Integral de Desarrollo (CID) entre julio de 1999 y noviembre de 2001. Los resultados del estudio muestran que las capacitaciones y financiamiento no es de gran influencia en la actividad emprendedora (estos programas no fueron exitosos en su objetivo de crear emprendedores), se revisó la excelencia de la capacitación, y de las facilidades de financiamiento, descartándose que hubiera sido falla de estos.

La presente tesis fortalece el hecho de que más que dinero se necesita emprendimiento, pues puede haber financiación o personas con dinero. Este trabajo fundamenta un aspecto negativo que se puede plantear ¿De qué vale el emprendimiento si no hay financiamiento? La experiencia demuestra que hubo emprendimientos sin financiamiento y que no hubo emprendimientos a pesar de que hubo financiamiento o que estos fracasaron.

MÁvila, Daniel; Tinoco, Oscar y Campos, Cesar (2009), de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en su tesis “Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, señala que en el contexto de la globalización la necesidad de innovar, generar riqueza y desarrollar el potencial creativo del recurso humano se está enfatizando en el desarrollo del espíritu emprendedor. El

propósito de su investigación fue determinar los posibles factores que explicarían la capacidad de emprendimiento de los alumnos de la UNMSM, y a partir de ello contribuir a la formulación de los lineamientos que permitan a la universidad desarrollar las bases educativas y formativas que fomenten la mentalidad empresarial de sus alumnos. Investigaciones anteriores habían establecido hasta tres factores para explicar la capacidad emprendedora en jóvenes universitarios; tomando como base estos antecedentes, y en la interacción del equipo multidisciplinario que condujo la investigación, se planteó la necesidad de incluir un cuarto factor, todo ello en base a los principios de la psicometría. Los resultados permitieron establecer cuatro factores que explican la capacidad de emprendimiento de jóvenes ingresantes a la UNMSM: capacidad de relacionarse socialmente, creatividad, capacidad de planificación y capacidad de realización personal. El cuarto factor considerado fue el de la creatividad, tanto la capacidad de relacionarse socialmente, la realización personal y la creatividad son parte de la inteligencia emocional. Así tres de los cuatro factores están vinculados al desarrollo emocional.

Esta tesis ratifica las dimensiones de la variable de capacidades emprendedoras y dimensiones de inteligencia emocional las mismas que se consideraran.

La presente investigación se justificó por:

**Conveniencia:** permitió evaluar y mejorar la capacidad de emprendimiento que es una alternativa para el logro de los estudiantes de carreras ocupacionales y para el desarrollo económico de su localidad.

**Relevancia social:** permite conocer las variables investigadas y su realicen en una realidad específica de la sociedad, contribuyendo al conocimiento y difusión de esta realidad.

**Implicancias prácticas:** es de gran importancia práctica, pues dota al alumno de herramientas y capacidades que le permitirán afrontar con éxito nuevas formas de realización profesional, económica y personal a través de la mejora de su capacidad de emprendimiento.



Valor teórico: la presente investigación permitió hacer una revisión del estado de conocimiento de las variables estudiadas, aplicarlas a una realidad y contribuye de esta manera al conocimiento aplicado y a posteriores investigaciones.

Utilidad metodológica: la presente investigación tiene utilidad metodológica, pues permite configurar variables de estudio adaptadas a la realidad investigada, dimensionarlas y adaptar instrumentos de medición y análisis a fin de que estas variables se puedan medir y analizar y de esta manera tener una idea objetiva, científica y técnica sobre la realidad que se investiga.

Para las instituciones de formación profesional es una necesidad que sus alumnos se realicen en la carrera que estudiaron, esto significa que logren con su profesión un estándar de vida decoroso y la satisfacción de dedicarse a lo que ellos estudiaron y se gastó en su formación tanto por parte del Estado en el caso de ser una institución estatal o del alumno si fue una institución particular. Este problema no ha pasado desapercibido por el MINTRA quien en sus instrumentos de política para el empleo adecuado están programas de generación de empleo, empleabilidad y emprendimiento (MINTRA, 2015).

Es importante recalcar que cuando hablamos de emprendimiento, hablamos de una empresa, microempresa formal, dentro de la legalidad tributaria como laboral.

El CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre, no es ajeno a esta problemática, y ha intentado promover el emprendimiento, al igual que muchos programas nacionales, sin embargo los resultados no han sido satisfactorios. Los emprendimientos se dieron en bajo porcentaje y los que se dieron no duraron mucho tiempo, siendo finalmente muy pocos los que lograron sostenerse.

El emprendimiento está ligado a la empresa y la empresa está más allá de todos los factores vinculados a los resultados contables. El análisis de los programas de emprendimiento muestran que las pocas experiencias exitosas tuvieron como factor común la habilidad comercial y factores sociales, más que conocimientos técnicos de empresa y administración (GRADE - APOYO, 2000), (Jaramillo & Arróspide, 2001), (Ñopo & Robles, 2002).

En el CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre, se observa gran entusiasmo por el emprendimiento, pero más allá de los conocimientos empresariales, se nota una total falta de habilidades comerciales, entendidas estas como la motivación de ganar, de encausar las actividades a resultados de beneficio económico lo que nos motiva al planteamiento de la siguiente pregunta de investigación:

## **1.1 Problema**

¿En qué medida un programa de “desarrollo de habilidades comerciales” mejorará el nivel de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015?

## **1.2 Objetivos:**

### **1.2.1 Objetivo general:**

Determinar en qué medida el programa de “desarrollo de habilidades comerciales” mejorará el emprendimiento en los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.

### **1.2.2 Objetivos específicos:**

1. Demostrar la capacidad de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre antes de la aplicación del programa de desarrollo de habilidades comerciales a los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.
2. Ampliar y aplicar el programa de desarrollo de habilidades comerciales a los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.
3. Instituir la capacidad de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015. Después de la aplicación del programa de habilidades comerciales.
4. Determinar el impacto del programa de habilidades comerciales en la capacidad de emprendimiento
5. Validar estadísticamente los resultados.

#### **1.5 Hipótesis:**

Ha: El programa de “Desarrollo de habilidades comerciales” mejorará de manera directa el nivel de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de La Torre. Trujillo - 2015.

H<sub>0</sub>: El programa “Desarrollo de habilidades comerciales” no mejorará de manera directa el nivel de emprendimiento en los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de La Torre. Trujillo - 2015.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Emprendedor

Se llama emprendedor empresarial a la persona que inicia o “emprende” la creación de un negocio, pero, en términos generales, el emprendimiento no solo está asociado a la creación de negocios, sino también a la creación de otros tipos de organización o instituciones no necesariamente comerciales, por ejemplo: organizaciones cívicas, sociales o políticas; es decir, el acto de emprender no sólo es característico del mundo de los negocios o el comercio, sino que es transversal a la sociedad en su conjunto. Un caso "mixto" de emprendimiento, se refiere al emprendimiento social, que consiste no solo en generar beneficios económicos, sino también en una búsqueda de potenciar el bienestar humano o mejora del nivel de vida de las personas.

El turismo, como actividad basada en la expresión natural y cultural de una zona, se distingue de las otras actividades económicas por los productos y servicios a los cuales se circunscribe; pero, al igual que las otras actividades, se pueden establecer negocios directamente relacionados con el turismo y negocios indirectamente relacionados con el turismo; pero en ambos casos, el emprendimiento empresarial es factible de ser realizado.

### 2.2 Definición de emprendimiento.

El término emprendedor deriva de la voz castellana emprender, que proviene del latín in, en, y prenderé, coger o tomar, aplicándose originalmente tanto en España como otros países a lo que ahora serían denominados aventureros, inicialmente referido a militares. Este sentido del término evolucionó posteriormente a tener connotaciones comerciales. La palabra fue definida por primera vez en el diccionario de autoridades de 1732, todavía con esas connotaciones, como: la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua. Ese sentido y su evolución en el tiempo el término están estrechamente relacionados con el vocablo francés entrepreneur, que aparece a principios del siglo XVI. A principios del siglo XVIII los

franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes, caminos y a los arquitectos (Krauss, 2011).

Cuervo (2001), denomina *enterpriser* al empresario que actúa solo y se distingue del corporativo. El emprendedor es una persona con capacidad de innovar; luego, el emprendimiento aparece ligado al concepto de innovación, pero, como paradigma económico - comercial, es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza; es decir, se convierte en una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades. El Centro de Emprendimiento de la Universidad de Miami en Ohio, define este concepto como el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre. Asimismo, se define emprendedor como “aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio. Y las mejores ideas son aquellas que después vuelan solas sin que su inventor tenga que conducir las toda la vida. Por su parte, Comeche (2004) explica que el emprendedor es visto como aquel que percibe una oportunidad y que crea una organización para conseguir dicha oportunidad. Por lo tanto, en este contexto se puede afirmar que perseguir una oportunidad creando una nueva organización está implícito en el acto emprendedor.

En términos de la evolución del concepto a lo largo de la historia, el término *emprender* se remonta a la época de la antigüedad y viene siendo utilizado en las ciencias sociales. Proviene de las palabras latinas “*in*” y “*prenderé*”. Luego los franceses la comenzaron a utilizar como “*entrepeneur*” y posteriormente los ingleses la acuñaron como “*entrepreneurship*” que se refiere a los comportamientos y habilidades (competencias) que requieren los emprendedores con potencial de éxito. *Entrepeneur* ha recibido diferentes tratamientos en la literatura económica. Los clásicos utilizaban en su lugar las palabras *undertaker* y *adventurer*. La palabra emprendimiento viene del francés “*entrepreneur*”, que significa pionero; se refiere a la

capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que se tomó es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más. Una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción, los momentos de rutina, de poco crecimiento personal y laboral para desencadenar situaciones de satisfacciones, nuevos logros.

Una de las grandes características de este tipo de personas es que siempre están en constante búsqueda de cambios, de dar soluciones a los problemas y siempre se les miden a nuevos retos. Hoy, el mundo en que vivimos está lleno de cambios e incertidumbres generados muchas veces por el proceso de globalización, los medios de comunicación y las tendencias modernas (Elizondo, 2000).

En síntesis, aunque para algunas personas el emprendimiento es considerado un concepto nuevo, sin embargo, se tiene que esta característica como tal siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad; y es que el emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas; luego, ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo (Jaramillo y Arrospide, 2001). El término *entrepreneur* se utiliza para designar al empresario y su derivado *entrepreneurship* se utiliza en un sentido más amplio para referirse tanto al empresario, como a la función empresarial y a la creación de empresas, o de desarrollo e implementación de ideas de negocios con el objetivo de aprovechar oportunidades de mercado. Es decir, se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que enfrenta con resolución, con ímpetu y mucha voluntad acciones difíciles en el ámbito personal, profesional y de negocios. En el mundo de la economía, los negocios y las finanzas, tiene el sentido más específico de estar referido a aquel individuo que está dispuesto

a asumir un riesgo económico. Desde este punto de vista de un razonamiento económico, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de mercado, y en consecuencia organiza los recursos necesarios para poner su idea de negocio en marcha o convertirla en realidad. Es habitual emplear este término para designar a una “persona que crea una empresa” o que encuentra una oportunidad de llevar a la práctica su idea de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa y bajo sus propios riesgos.

El ser emprendedor es una de las cualidades o características esenciales y fundamentales de un empresario u hombre de negocios, junto a la de otros factores también considerados importantes como la innovación tecnológica, la organización y gestión empresarial; luego, el carácter empresarial del emprendimiento parece implícito en las definiciones hasta ahora presentados, pero, el emprendimiento no solamente se da en el ámbito empresarial, sino, este cubre otros ámbitos tales como el personal (ámbito individual) y el social (ámbito colectivo).

### **2.3 Tipos de emprendimiento empresarial.**

Una de las razones por las cuales el término emprendimiento se ha vuelto importante en los últimos años es debido a las nuevas formas como se han manejado las situaciones económicas y cómo éstas han sido superadas con nuevas ideas. Desde una perspectiva empresarial, el emprendimiento puede darse en tres dimensiones (Evans, D. y Boyan, J., 1989).

El emprendimiento para la constitución empresarial, es decir, concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios, el cual por lo general queda plasmado en un proyecto de constitución empresarial.

El emprendimiento para el establecimiento empresarial, el cual consiste en ejecutar lo establecido en el proyecto de constitución empresarial con fines de ponerlo en el mercado.

El emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa, es decir, cuando se quiere mejorara el proceso productivo o de prestación

de servicio, de una empresa que ya se encuentra insertado en el mercado de bienes o servicios, según corresponda.

#### **2.4 Factores que motivan el emprendimiento empresarial.**

La motivación es un aspecto estratégico de bastante importancia, a través del cual se logra la mayor voluntad y empeño del personal en la labor que le corresponde, además se genera una mejor predisposición para la realización de sus funciones, que le permite alcanzar mejores índices de productividad, la motivación es acto que debe realizarse en forma permanente, para lograr un desarrollo uniforme y de calidad en la labor académica y administrativa de la institución. La situación anterior nos obliga a ser personas competitivas desde el punto de vista personal y profesional, si es que se quiere tener éxito en el desempeño laboral, familiar y social; luego, la universidad tiene un papel muy importante en proporcionar a sus estudiantes una formación básica e idónea que los capacite para alcanzar estos objetivos. Los emprendedores son personas generadoras de ideas que, al mismo tiempo, desarrollan las competencias necesarias para ser mejores ciudadanos (Care, 2000).

Los factores que motivan el emprendimiento empresarial son variados y de acuerdo al sector económico; pero, en forma general, los principales son (Evans y Leighton, 1989).

Oportunidades de inversión. Las cuales se dan como resultado de la promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de determinados recursos.

Oportunidades de negocios. Existe una diferencia conceptual entre negocio y empresa, y, esta es que el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio. Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas; el negocio sienta sus bases (principalmente) en una oportunidad (coyuntura), y, gira en torno a una



misión que por lo general tiene finalidad económica. Una empresa consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que beneficien a otras personas; la empresa gira en torno al cumplimiento de una misión, pero, a diferencia del negocio, su directriz es la visión. En síntesis, un negocio es algo similar a una empresa, con la diferencia de que un negocio también puede abarcar actividades, sistemas o métodos que permitan obtener dinero a cambio de ofrecer algún beneficio; luego, el negocio se constituye por la oportunidad (principalmente) mientras que la empresa es una entidad constituida para realizar un determinado tipo de negocio.

Las demandas insatisfechas. Es otro factor que motiva el emprendimiento empresarial debido a que el emprendedor forma parte de la sociedad y no puede aislarse de ella, luego, ante una demanda en la población aun no cubierta, el emprendedor busca cubrir dicha demanda mediante la constitución de una empresa orientada a cubrir la demanda en cuestión.

El desarrollo profesional. Es un factor que motiva el emprendimiento empresarial, ya que por lo general los futuros profesionales mediante cursos de formación básica, general o profesional, dependiendo de la profesión, desarrollan competencias de empresario; y debido a dicha formación, el profesional considera como parte de su pleno desarrollo profesional, el aspecto empresarial.

Aumento en la aceptación de un bien o servicio. El cual genera actividades y acciones orientadas a sacar el máximo provecho de una determinada coyuntura; por ejemplo, la aceptación de la comida peruana es un factor importante para el emprendimiento empresarial en ese rubro.

## **2.5 Inteligencia emocional y emprendimiento**

Un emprendedor es aquel que tiene visión, energía, y fuerza. Transforma problemas en oportunidades. Se guía por la intuición y la confianza. Lleva sus sueños a la acción. La mayoría de los elementos presentes en esta pequeña definición tienen que ver con la “Inteligencia Emocional”,

entendiendo por ésta nuestra capacidad para administrar eficientemente el contenido que proviene de nuestras emociones. Tener visión, ver más allá de lo contingente y pragmático, tiene que ver con las nuestras capacidad creadora, innovadora e intuitiva, como también con nuestro derecho a soñar. Construir nuevas realidades y hacerlas posibles, que es lo que hace un emprendedor, sin duda requiere de energía y fuerza, debe tener pasión en lo que cree. La energía y fuerza están dadas también por la confianza que nos tenemos, el optimismo y fe respecto al entorno. Incluye también el empeño en llegar al objetivo que nos proponemos focalizando nuestra energía y siendo muy perseverantes en el camino. Un emprendedor, transforma problemas en oportunidades, siendo sin duda ésta una de la principales características de la inteligencia emocional, tal y como hemos anotado anteriormente. Esta característica se denomina “resiliencia”, que consiste en la capacidad de sobre sobreponerse a la adversidad, creciendo a partir de ella. Enfrentar cambios y sobresaltos de una manera contractiva no dejándose abatir por la frustración. Lo empuja la intuición y la confianza. Las personas eminentemente racionales que no dan cabida, a la información que proviene de otras fuentes, que necesitan la lógica y lo empírico para entender la realidad, difícilmente serán grandes emprendedores. En el emprender hay mucho de intangible, de apuesta y de riesgo, y de intuitivo (Villaran, F., 1998).

El emprendedor debe ser un sujeto positivo, optimista y confiado. Esta confianza en sí mismo, en los otros; es la fuerza de las creencias y al empuje. Este empuje no está dado por un referente externo, sino más bien por el referente interno que sirve de motor de partida para la concreción de sus ideas. El buen emprendedor seguro que tendrá una adecuada evaluación de la realidad, como gran referente externo, pero serán más bien sus propias ideas, creencias y confianzas las que lo impulsaran. Un emprendedor siempre está enfrentando el riesgo cara a cara y dibujando realidades que previamente no existían, de ahí la importancia de su fuerza, confianza y convicción. Para aquellos que gozan con cifras y estadísticas, investigaciones señalan que sólo el 7% de las habilidades para liderar tiene

que ver con el coeficiente intelectual. Son la gran mayoría (93%), habilidades de inteligencia emocional. Por lo tanto hemos de tenerlo en consideración. El coeficiente intelectual junto al desarrollo y aplicación de las funciones netamente cognitivas y racionales, son muy necesarios, pero en el mundo de hoy son insuficientes tanto para desenvolverse como ejecutivo empleado y con mayor razón para atreverse a emprender (Villaran, F., 1998).

## **2.6 Habilidades comerciales**

Es la habilidad para establecer relaciones con redes complejas de personas cuya cooperación es necesaria para el éxito del negocio, desde los propios colaboradores hasta clientes, proveedores, grupos de interés y otros. Se refiere también a la capacidad de comunicar claramente al cliente y los grupos de interés el valor del negocio y sus beneficios, identificando las características de la audiencia y adaptando el lenguaje a sus intereses y formación con el objetivo de lograr un alto impacto. (Diccionario de Competencias, 2014).

El Servicio Andaluz del Empleo, (s/f) señala que las habilidades comerciales clave son:

Capacidad de establecer contacto. Ser capaces de, partiendo desde cero, conseguir una entrevista con nuestro potencial cliente.

Capacidad de crear sintonía. De estar alineados con nuestros clientes, de generar un sentimiento de compenetración a través del cual se genere confianza.

Capacidad de detectar intereses. A través de una entrevista de ventas con poderosas preguntas, y con una escucha muy afinada, escuchando no sólo lo que se dice sino también lo que se omite.

## **2.7 Niveles de habilidades comerciales (IDEPA & Ministerio Industria y Comercio España, 2008)**

### **2.7.1 Nivel mínimo**

Sus presentaciones de los servicios o productos de la empresa son insuficientes para entusiasmar a los clientes.

Tiene poca habilidad verbal o escrita de realizar presentaciones altamente atractivas para clientes y/o público de interés.

No conoce profundamente los productos o servicios que ofrece la empresa y los beneficios en comparación con la competencia.

Tiene dificultades para dar manejo adecuado a las objeciones de los clientes.

No tiene agrado o interés por desarrollar actividades comerciales, que impliquen alto contacto y aperturas de mercado, prefiere el trabajo de oficina u operativo.

### **2.7.2 Nivel inferior**

Comunica claramente beneficios de los productos y servicios de la empresa.

Utiliza métodos de comunicación apropiados que pueden llegar a ser convincentes y persuasivos.

Maneja relativamente bien las objeciones de los clientes, las resuelve y puede llegar a convencer.

Puede desempeñarse en ambientes solitarios y concentrados aunque no le disgusta o puede realizar trabajo comercialmente orientado con seguridad y extroversión.

En contextos favorables puede realizar efectivas formas de comunicación y establecimiento de lazos y vínculos comerciales.

### **2.7.3 Nivel medio**

Logra cooperación de las personas necesarias para manejar su influencia sobre los principales actores en los ámbitos de su interés.

Tiene tenacidad y no se rinde a los primeros obstáculos, cuando de tareas comerciales se trata. Se distingue por su persistencia y análisis de estrategias para alcanzar sus metas.

Conoce bien y aplica las diferentes fases de la venta, desde la prospección de clientes, contacto inicial, hasta cierre y postventa.

Le agrada el trabajo que involucra el manejo de relaciones sociales, lo cual usa además para establecer vínculos de interés para la compañía.

Sabe crear, administrar y corregir un método estratégico comercial, de tal manera que puede ponerlo en práctica y lograr resultados efectivos en el ámbito de las ventas y las relaciones sociales con los grupos de interés para la compañía.

Es visto como un referente en habilidades comerciales dentro de la compañía.

Normalmente conoce hasta qué punto se puede comprometer y la mayoría de las ocasiones cumple las metas con las que se compromete, especialmente cuando estas son de tipo comercial.

### **2.7.3 Nivel alto**

Tiene una personalidad carismática, que genera agrado y confianza entre sus interlocutores.

Establece rápida y efectivamente relaciones con redes complejas de personas de alto interés para el negocio.

Genera vínculos positivos orientados a imponer la imagen positiva de la compañía y lograr los resultados que se esperan para la misma.

Tiene alta habilidad verbal o escrita de realizar presentaciones altamente atractivas para clientes y/o público de interés.

Se siente muy motivado por el trabajo que implica establecer nuevas relaciones. Se siente a gusto con ello y lo hace bien.

Manejo excelente de las objeciones del cliente, pudiendo incluso volver ventajas competitivas las críticas al producto o servicio que recibe de su auditorio o interlocutor.

Conoce y maneja las diferentes técnicas de venta, desde el contacto inicial hasta el cierre y las postventa.

Su personalidad y conocimientos le permiten dirigir a su gente o grupo a realizar y cumplir metas comerciales, entrenándolo y motivándolo por el logro de metas en este sentido.

## **2.8 Nuevas habilidades comerciales (Avellon, s/f)**

### **2.8.1 Preguntar**

Durante una conversación comercial con el cliente es fundamental recabar información sobre su empresa o su negocio para conocer de primera mano cuáles son sus problemas y sus necesidades. Nunca debes dar por hecho que tu producto va a solucionar la vida a tu cliente sin antes saber cuál es la verdadera cuestión a resolver.

Y para documentarse nada mejor que formular preguntas.

Las preguntas sirven para:

Identificar y cualificar al interlocutor.

Favorecer la fluidez y el control de la conversación.

Conocer la situación del cliente, problemas, necesidades y motivos de compra.

Averiguar nuestra posición frente a los competidores.

Ayudar a motivar al cliente hacia actitudes favorables a nuestros propósitos.

Extraer conclusiones sobre los avances de la negociación y la venta.

Pero ¡cuidado! no se trata de hacer un interrogatorio sino de informarse al tiempo que mantenemos una conversación dinámica con el cliente.

Formula preguntas abiertas para que el cliente pueda extenderse en sus respuestas. Recuerda que las preguntas cerradas se contestan con un sencillo monosílabo sí o no con lo que se dificulta la investigación.

### **2.8.2 Escuchar**

De nada sirve preguntar si no escuchamos la respuesta.

Es muy importante prestar la máxima atención a la información que el cliente nos facilita como respuesta a las preguntas que le formulamos.

Debes practicar la escucha activa y demostrar interés por lo que te dice el cliente. Debes mirarle a la cara cuando habla y asentir con lenguaje gestual para que él perciba que le estás escuchando o de lo contrario perderá interés y no se esforzará en responder con rigor a tus preguntas.

Ten paciencia a la hora de escuchar las respuestas del cliente y procura estar receptivo. Respeta sus silencios y no le interrumpas. Usa la paráfrasis para aclarar algo que haya dicho y no has entendido bien.

Procura ser respetuoso con los contenidos de las respuestas, si no responde a lo que esperabas vuelve a preguntarle cambiando los términos de la frase.

Debes estar atento al lenguaje corporal del cliente para ver si en algún momento se incomoda o se evade de la conversación.

### **2.8.3 Empatizar**

Otro aspecto muy significativo es entender al cliente.

Debes saber interpretar sus palabras y comprender lo que trata de decirte. Para ello, es primordial que te pongas en su lugar, que veas las cosas desde su lado, que empatices con él.

La empatía es la capacidad de percibir las cosas como las siente otro. Si consigues entender las necesidades del cliente desde su punto de vista, habrás andado gran parte del camino hacia la venta.

El cliente quiere ser entendido y comprendido, no apabullado con prestaciones y características del magnífico producto que llevas en tu cartera. Ponte en su lugar.

#### **2.8.4 Estimular**

Una vez que conoces su problema, que lo has interpretado desde el punto de vista del cliente, estarás en condiciones de estimular sus deseos para encontrar la solución a sus necesidades.

Para ello debes explicitar sus carencias, exponer sobre la mesa los perjuicios que le ocasiona mantener su problema sin solucionar. Hacerle ver con claridad que tiene una necesidad y que debe poner remedio para corregir el agravio.

Activa sus deseos de compra basándote sus propias palabras, en lo que te ha descrito durante la conversación. Será difícil errar. ¿Cómo va a contradecirse él mismo?, caería en lo absurdo ¿no crees?.

#### **2.8.5 Convencer**

Ahora es el momento de exponer las razones por las cuales el cliente debe comprar tu producto.



Expón las prestaciones de tu producto en forma de beneficios para el cliente, de manera tal que vayas solucionando cada uno de los problemas o necesidades que te haya planteado durante vuestra conversación.

Saca a relucir las características más determinantes y diferenciales de tu producto con respecto a otros de la competencia, de modo que sean incontestables por el cliente.

Debes invitarle a adquirir el producto razonando con él sobre los beneficios que obtendrá a cambio de solucionar su necesidad. Si lo implicas en los razonamientos le harás evidente la solución.

El cliente debe entrar en un auto-convencimiento llevado por la evidencia de todo lo que le has expuesto.

El ADN del comercial actual está basado en unas competencias diferentes a las que tradicionalmente se le venían exigiendo. En otro tiempo las aptitudes y capacidades que se le demandaban a un vendedor estaban directamente relacionadas con la transacción comercial, conocer su empresa, su producto y su mercado, en dos palabras ¡saber vender!

Hoy además de eso el personal de ventas debe saber tratar con personas, relacionarse con los clientes, debe aprender a crear y mantener una relación comercial estable. Son las nuevas habilidades comerciales.

La relación entre personas

Las técnicas de venta enfocadas únicamente a la transacción comercial pertenecen al siglo pasado y ya no son eficaces ni en su forma y algunas ni en su fondo. Hoy el vendedor requiere de un método más humano para vender, una manera más natural de ejercer la venta, un sistema basado en la comunicación y la relación entre personas.

Al mismo tiempo, deberá completar su porfolio de destrezas con una habilidad más para aplicarla sobre sí mismo. Deberá ser emocionalmente inteligente para gestionar sus impulsos anímicos de manera eficaz y

reaccionar adecuadamente en situaciones adversas o de conflicto que se pudieran producir en el transcurso de su relación con el cliente.

Por último, deberá tener una visión estratégica de su negocio y lo que es más importante, del negocio de su cliente para poder plantear propuestas de valor bajo la premisa “win-win” (ganar yo – ganar tú).

### III. MATERIALES Y MÉTODOS:

#### 1. Material

##### 1.1 Población:

*Tabla 1 población del CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre*

<b>Carrera Técnica</b>	<b>Alumnos(as)</b>
Industria del vestido	35
Manualidades	35
Cosmetología	35
Panadería y pastelería	35
Total	140

Fuente: Nóminas CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - año 2015

Por lo que la población estimada fue de 140 alumnos

##### 1.2 Muestra:

Para la determinación del tamaño de muestra se aplicó el criterio de no probabilístico por conveniencia tomando al grupo de alumnos que corresponden a la especialidad de manualidades.

Tabla 2 muestra seleccionada de la población del CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre

<b>Carrera Técnica</b>	<b>Alumnos(as)</b>
Manualidades	35

Fuente: Nóminas CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - año 2015

##### 1.3 Unidad de análisis:

Alumno participante del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.

## 2. Método

### 2.1. Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo experimental de diseño pre experimental de pre test- pos test.

### 2.2 Diseño de investigación:

El diseño de investigación utilizado para esta investigación es preexperimental, el cual utilizara un grupo único para la aplicación del pretest y posttest. Hernández et al (2010).

El diseño de investigación a utilizar es el Preexperimental

**G                    O<sub>1</sub>   -   X   -   O<sub>2</sub>**

Dónde:

G: Muestra

O<sub>1</sub>: Es la primera observación que se hace a la muestra (pretest)

X: Programa de desarrollo de habilidades comerciales

O<sub>2</sub>: es la segunda observación (posttest)

### 2.3 Variables y operativización de variables

**Variable dependiente:** Capacidades de emprendimiento

- **Definición conceptual:** Es la capacidad de aprovechar el patrón una posibilidad técnica no probada, hacerse cargo de algo es difícil porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden”. Consta de las siguientes capacidades específicas:
  - Necesidad de logro
  - Control de locus
  - Propensión al riesgo
  - Satisfacción en el trabajo
  - Necesidad de nueva experiencia

- **Definición operacional:** Nivel de puntaje alcanzado en test de emprendimiento.

Dimensiones	Ítems	Puntaje	Categoría
Necesidad de logro	6	18	Nulo <= 050% Medio +50% - <= 75% Alto +75% - 100%
Control de locus	5	15	
Propensión al riesgo	6	18	
Satisfacción en el trabajo	2	6	
Necesidad de nueva experiencia	6	18	

#### Categorías de la variable

Nula: <= 30

Media + 30 - <= 50

Alta +50 - 75

#### **Variable independiente:** Programa de habilidades comerciales

Programa destinado a desarrollar las habilidades comerciales, entendiendo por estas la habilidad para establecer relaciones con redes complejas de personas cuya cooperación es necesaria para el éxito del negocio, desde los propios colaboradores hasta clientes, proveedores, grupos de interés y otros. Se refiere también a la capacidad de comunicar claramente al cliente y los grupos de interés el valor del negocio y sus beneficios, identificando las características de la audiencia y adaptando el lenguaje a sus intereses y formación con el objetivo de lograr un alto impacto. (Diccionario de Competencias, 2014).

#### **Procedimientos para la recolección de información:**

Se procedió a solicitar permiso a la dirección del CETPRO

Se coordinó la disponibilidad de tiempo y recursos necesarios.

Se comunicó a los alumnos participantes la naturaleza del programa, objetivos y dinámica, los mismos que aceptaran participar.

Se aplicó el pretest de emprendimiento.

Se procedió a realizar los 12 talleres que conforman el programa de desarrollo de habilidades comerciales.

En nueva sesión se procedió a aplicar el Post test de emprendimiento.

Los datos se consolidaron en una base de datos para su procesamiento.

## **2.4 Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento de recolección de datos fue la encuesta, aplicado antes y después del programa de desarrollo de habilidades comerciales.

Test de Evaluación de Emprendedores desarrollado por ILDEFE (Instituto Leonés de Desarrollo Económico, Formación y Empleo), agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León, promueve desde hace más de una década -con carácter estable- la actividad empresarial y comercial, y favorece la empleabilidad de quienes buscan activamente empleo en León

El test mide el emprendimiento en 5 dimensiones:

- Necesidad de logro
- Control de locus
- Propensión a la toma de riesgo
- Satisfacción en el trabajo
- Necesidad de experiencia.

Los parámetros de medición del test se han señalado en el apartado 2.3.

Ámbito de estudio:

Esta investigación se realizó en el servicio Centro Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.

### **2.4.1 Validación de los instrumentos.**

La validación del test de habilidades comerciales fue validado mediante una encuesta piloto aplicada a 20 alumnos del CETPRO Gran Chimú, los

resultados se sometieron a evaluación mediante el coeficiente Alfa de Crombach, obteniendo un alfa = 0.907, el mismo que se detalla en el anexo 05.

El test de emprendimiento es un test validado publicado por Instituto Leonés de Desarrollo Económico, Formación y Empleo, agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León. Secretaria de empleo. España.

## **2.5 Procedimiento y análisis estadístico de datos**

Para procesar, presentar y analizar pertinente se aplicó un pretest y posttest que acopia los datos relacionados con las capacidades de emprendimiento y determinar las características de la variable estudiada antes y después del experimento. Este proceso consta de dos partes:

Representación estadística y gráfica de los datos.

Prueba de hipótesis de correlación.

Descripción y representación de datos.

En el procesamiento de los datos se utilizará las técnicas estadísticas tanto la descriptiva con la inferencial.

### **a) Estadística descriptiva:**

Permite describir los datos, los valores o las puntuaciones representativas de la población en el pre test como en el posttest visualizando el efecto de la variable independiente.

Hemos considerado la distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central, así tenemos:

#### **Media aritmética:**

Nos dió a conocer el puntaje promedio de los estudiantes del grupo experimental y de control obtenidos en el pre y posttest, esto después de aplicar el taller.

#### **Desviación estándar:**

Permitió determinar la representación de la media

#### **Coefficiente de variación:**

Permite describir en forma rápida y sencilla a la representatividad de la media.

**Prueba de hipótesis de correlación.**

Dado que las escalas son ordinales, se aplicó la prueba de chi cuadrado para la determinación de la asociación entre el pretest y posttest,

El cálculo de esta prueba se hará usando el software estadístico SPSS.



### III. RESULTADOS:

**3.1 Con respecto al objetivo específico 1:** Demostrar la capacidad de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre antes de la aplicación del programa de desarrollo de habilidades comerciales a los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.

*Tabla 3 Capacidad de emprendimiento antes de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre*

	Necesidad de logro		Control de locus		Propensión a riesgo		Satisfacción en el trabajo		Necesidad de experiencia		EMPRENDIMIENTO	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Nula	29	83%	27	77%	26	74%	24	69%	26	74%	17	49%
Media	4	11%	5	14%	7	20%	11	31%	7	20%	15	43%
Alta	2	6%	3	9%	2	6%	0	0%	2	6%	3	9%
		100		100		100						
Total	35	%	35	%	35	%	35	100%	35	100%	35	100%

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la variable emprendimiento, se aprecia que 49% (17 participantes) tuvieron la categoría nula; 43% (15 participantes) tuvieron la categoría media y 9% (3 participantes) tuvieron la categoría alta.

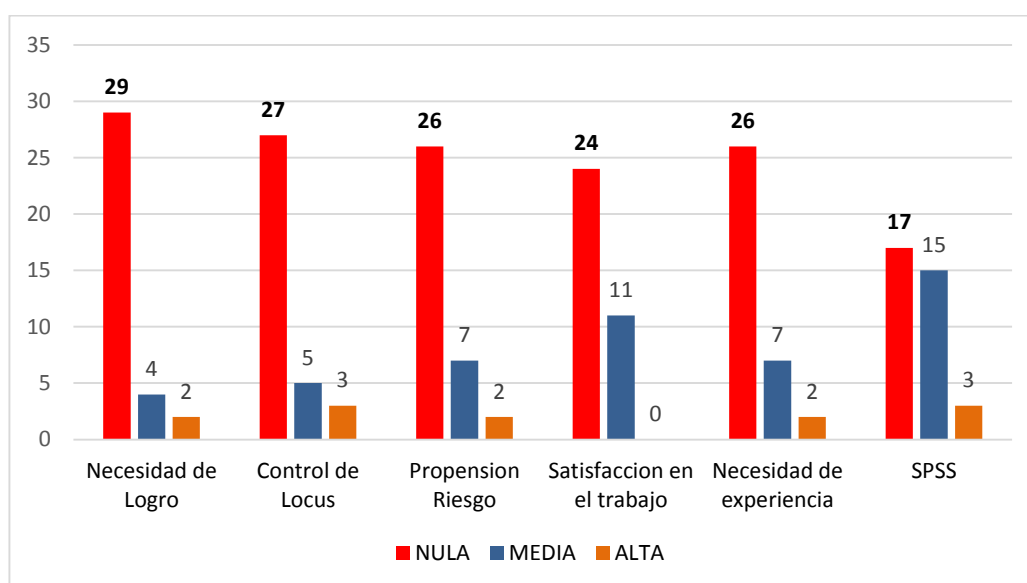
Con respecto a la dimensión necesidad de logro se aprecia que 83% (29 participantes) tuvieron la categoría nula, 11% (4 participantes) tuvieron la categoría media y 6% (2 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión control de locus, se aprecia que 77% (27 participantes) tuvieron la categoría nula, 14% (5 participantes) tuvieron la categoría media y 9% (3 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión propensión riesgo, se aprecia que 74% (26 participantes) tuvieron la categoría nula, 20% (7 participantes) tuvieron la categoría media y 6% (2 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión satisfacción en el trabajo, se aprecia que 69% (24 participantes) tuvieron la categoría nula, 31% (11 participantes) tuvieron la categoría media y 0% (0 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión necesidad de experiencia, se aprecia que 74% (26 participantes) tuvieron la categoría nula, 20% (7 participantes) tuvieron la categoría media y 6% (2 participantes) tuvieron la categoría alta. Los resultados se aprecian en la figura 1.



*Figura 1 Capacidad de emprendimiento antes de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre  
Fuente: Elaboración propia*

**3.2. Con respecto al objetivo específico 2:** Desarrollar y aplicar el programa de desarrollo de habilidades comerciales a los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.

Se aplicó el programa de desarrollo de habilidades comerciales, se basó en 12 sesiones, divididas en 3 fases como sigue:

**Primera fase:**

La primera fase estuvo orientada a la motivación del emprendimiento y las razones por que no se emprende.

Se aborda la habilidad comercial como una de las razones fundamentales, y los componentes de esa habilidad comercial. Consistió de los siguientes talleres:

Taller 01: Introducción

Taller 02: La autoestima y la emoción

Taller 03: Psicología de la venta.

Taller 04: La comunicación

Taller 05: La venta y la negociación

Taller 06: Práctica

Taller 07: Señales y signos personales y sociales

**Segunda fase:**

La segunda fase estuvo orientada al desarrollo de las habilidades comerciales en sí. Y constó de los siguientes talleres:

Taller 08: Prospectos y su gestión

Taller 09: Técnica de venta

Taller 10: Cierre de ventas

### Tercera fase:

La tercera fase estuvo orientada a la competencia de las habilidades comerciales que consisten en la formación de un estilo y plan de vida, una forma de ser, constó de los siguientes talleres:

Taller 11: Venta y estilo de vida

Taller 12: Plan de vida

- 3.3. **Con respecto al objetivo específico 3:** Establecer la capacidad de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015. Después de la aplicación del taller de habilidades comerciales.

*Tabla 4 Capacidad de emprendimiento después de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre*

	Necesidad de logro		Control de locus		Propensión riesgo		Satisfacción en el trabajo		Necesidad de experiencia		EMPRENDIMIENTO	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Nula	0	0%	0	0%	0	0%	24	69%	12	34%	0	0%
Media	22	63%	22	63%	23	66%	11	31%	20	57%	13	37%
Alta	13	37%	13	37%	12	34%	0	0%	3	9%	22	63%
				100								
Total	35	100%	35	%	35	100%	35	100%	35	100%	35	100%

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la variable emprendimiento, se aprecia que 0% (0 participantes) tuvieron la categoría nula; 37% (13 participantes) tuvieron la categoría media y 63% (22 participantes) tuvieron la categoría alta.

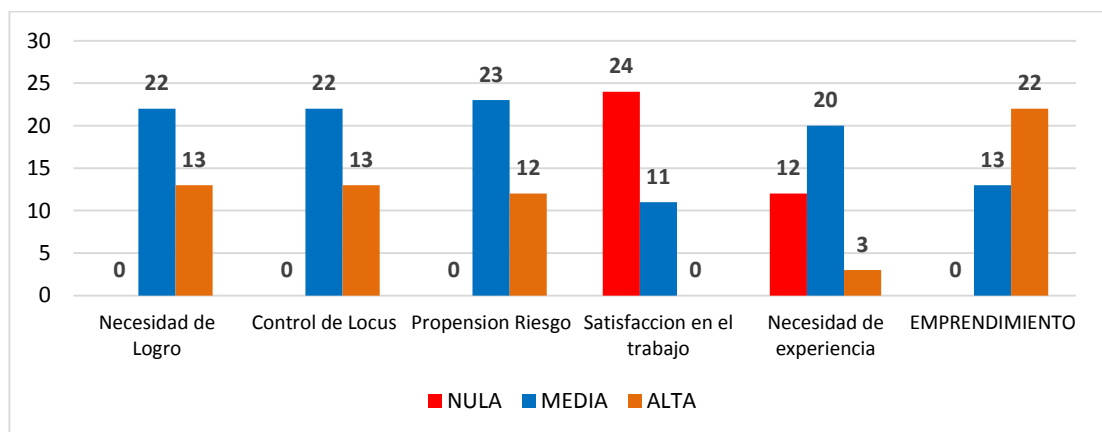
Con respecto a la dimensión necesidad de logro se aprecia que 0% (0 participantes) tuvieron la categoría nula, 63% (22 participantes) tuvieron la categoría media y 37% (13 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión control de locus, se aprecia que 0% (0 participantes) tuvieron la categoría nula, 63% (22 participantes) tuvieron la categoría media y 37% (13 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión propensión riesgo, se aprecia que 0% (0 participantes) tuvieron la categoría nula, 66% (23 participantes) tuvieron la categoría media y 34% (12 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión satisfacción en el trabajo, se aprecia que 69% (24 participantes) tuvieron la categoría nula, 31% (11 participantes) tuvieron la categoría media y 0% (0 participantes) tuvieron la categoría alta.

Con respecto a la dimensión necesidad de experiencia, se aprecia que 34% (12 participantes) tuvieron la categoría nula, 57% (20 participantes) tuvieron la categoría media y 9% (3 participantes) tuvieron la categoría alta. Los resultados se aprecian en la figura 2.



*Figura 2 Capacidad de emprendimiento después de la aplicación del programa a los alumnos de CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre*  
Fuente: Elaboración propia

**3.4. Con respecto al objetivo específico 4:** Determinar el impacto del programa de Habilidades Comerciales en la capacidad de emprendimiento.

*Tabla 5 Impacto del programa de habilidades comerciales*

	Necesidad de logro		Control de locus		Propensión riesgo		Satisfacción en el trabajo		Necesidad de experiencia		EMPRENDIMIENTO	
	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post
Nula	29	0	27	0	26	0	24	24	26	12	17	0
Media	4	22	5	22	7	23	11	11	7	20	15	13
Alta	2	13	3	13	2	12	0	0	2	3	3	22
Total	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Fuente: Impacto del programa de habilidades comerciales

Con respecto a la variable emprendimiento, se puede apreciar que en la categoría nula en el pre test hubieron 17 participantes, en el post test no hubo ningún participante, en la categoría media en el pre test hubo 15 participantes, en el post test hubo 13 participantes y en la categoría alta en el pre test hubo 3 participantes y en el post test hubo 22 participantes.

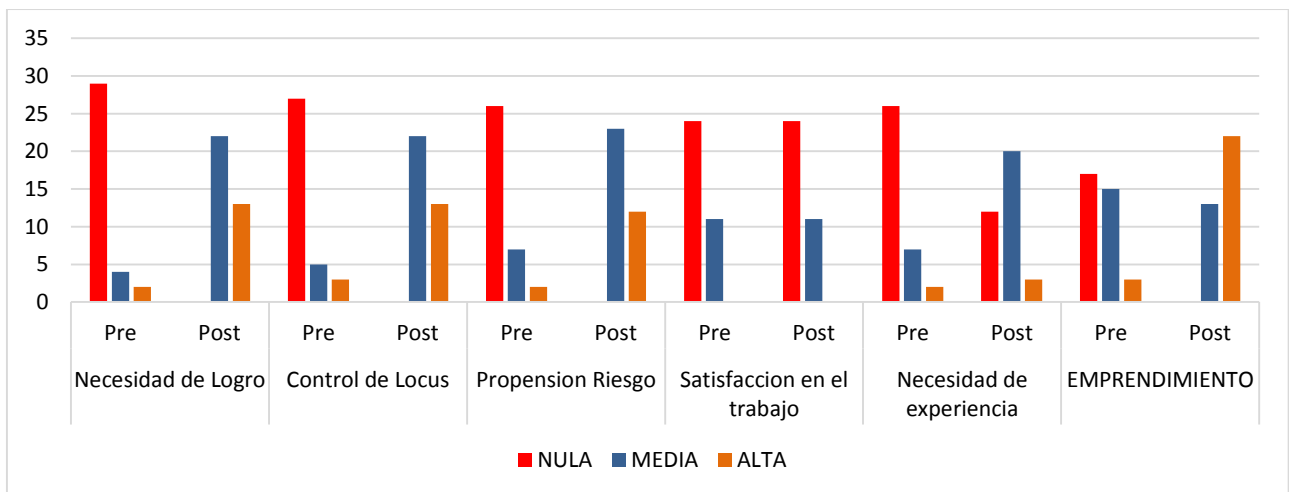
Con respecto a la dimensión control de locus se puede apreciar en la categoría nula en el pre test hubieron 27 participantes y en el post test no hubo ningún participante, en la categoría media en el pre test hubieron 5 participantes y en el post test hubieron 22 participantes y en la categoría alta en el pre test hubieron 3 participantes y en el post test hubieron 13 participantes.

Con respecto a la dimensión propensión riesgo se puede apreciar en la categoría nula en el pre test hubieron 26 participantes y en el post test no hubo ningún participante, en la categoría media en el pre test hubieron 7 participantes y en el post test hubieron 23 participantes y en la categoría alta en el pre test hubieron 2 participantes y en el post test hubieron 12 participantes.

Con respecto a la dimensión satisfacción en el trabajo se puede apreciar en la categoría nula en el pre test hubieron 24 participantes y en el post test hubieron 24 participantes, en la categoría media en el pre test hubieron 11 participantes y en el

post test hubieron 11 participantes y en la categoría alta se aprecia que no hubo ningún participante.

Con respecto a la dimensión necesidad de experiencia se puede apreciar en la categoría nula en el pre test hubieron 26 participantes y en el post test hubieron 12 participantes, en la categoría media en el pre test hubieron 7 participantes y en el post test hubieron 20 participantes y en la categoría alta en el pre test hubieron 2 participantes y en el post test hubieron 3 participantes. Los resultados se muestran en la figura 3.



*Figura 3 Impacto del programa de habilidades comerciales*

Fuente: Elaboración propia

**3.5 Con respecto al objetivo específico 5:** Validar estadísticamente los resultados

### 3.3.1 Planteamiento de hipótesis estadística

H<sub>0</sub>: El programa “desarrollo de habilidades comerciales” no mejora de manera directa el nivel de emprendimiento en los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.

H<sub>1</sub>: El programa de “desarrollo de habilidades comerciales” mejora de manera directa el nivel de emprendimiento de los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo - 2015.

### 3.3.2 Estadístico de contraste.

#### Prueba de chi cuadrado para muestras relacionadas

Tabla 6 Emprendimiento pretest emprendimiento posttest tabulación cruzada

		Emprendimiento posttest		Total
		Medio	Alto	
Emprendimiento pretest	Nulo	13	4	17
	Medio	0	15	15
	Alto	0	3	3
Total		13	22	35

Tabla 7 Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 carcas)
Chi-cuadrado de Pearson	21,898 <sup>a</sup>	2	,000
Razón de verosimilitud	27,630	2	,000
Asociación lineal por lineal	17,580	1	,000
N de casos válidos	35		

Estos resultados estadísticos rechazan la hipótesis nula y aceptan la hipótesis alternativa.



#### IV. DISCUSIÓN:

Los resultados muestran que inicialmente su capacidad de emprendimiento de los alumnos era nula en un 49%, media en un 43% y alta solo en un 9%. Con respecto a las dimensiones, en la dimensión “necesidad de logro” un 83% la tenía nula, lo que significa que no tienen ambición de lograr algo o superarse e implica que buscan un ingreso fijo y estable. Con respecto a la dimensión control de locus (término psicológico que hace referencia a la percepción que tiene una persona acerca de dónde se localiza el agente causal de los acontecimientos de su vida cotidiana), un 77% tiene un nivel nulo, es decir, toda su vida depende de las circunstancias, ellos se sienten incapaces de cambiar su vida y su entorno. En cuanto a la dimensión Propensión al riesgo 74% mostro propensión nula, en la dimensión satisfacción en el trabajo un 69% también mostro satisfacción y necesidad de experiencia un 74% mostro nivel nulo.

Todos estos resultados muestran que la mitad de los alumnos carecen de las dimensiones de emprendimiento y habilidades para ello. Teniendo en cuenta a Krauss (2011) quienes desde la definición del concepto se refiere a una actitud que deriva de la necesidad de logro (de ahí el término emprender hasta conseguir lograr), la percepción de su posición, no afectarse por el riesgo y el deseo de una nueva experiencia. El emprendimiento deriva de hacer algo diferente, innovador, no ser copiar una actividad que ya existe Cuervo (2001). Y siguiendo a la Universidad de Miami señala que es una forma de vida “el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre. Asimismo, se define emprendedor como “aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad e ingenio”. Nosotros tomamos la propaganda del Banco de Crédito que la usamos en el curso de habilidades comerciales y que a la letra dice:

*Las ideas, las locuras, los sueños;  
muchos no pasan nunca de no ser un garabato en una servilleta,*

*un soplido de velas  
y otros terminan por hacer grandes cosas de pequeñas cosas,  
los cambian la vida de una persona,  
de un pueblo,  
la del mundo  
¿POR QUÉ SERÁ?,*

*¿POR QUÉ SERÁ QUE HAY IDEAS QUE FLORECEN Y OTRAS QUE  
SE QUEDAN?,*

*¿Porque hay personas que SUEÑAN Y HACEN?,  
y otras que SOLO SUEÑAN,*

*hace 125 años un puñado de hombres tuvo una idea, una  
locura un sueño.*

*Fundar un banco en un país devastado por la guerra,  
lo imaginaron, lo dibujaron, lo soñaron, y al final lo hicieron.*

*La pregunta ahora es*

*¿Cómo cruzaron esos hombres la línea que les separa de los hacedores?*

*¿Cómo consiguieron que su idea no se marchitara en una servilleta?,*

*a respuesta a esa pregunta es otra pregunta,*

*la misma que se hizo en un grupo de estudiantes que se le dio por  
construir un satélite y terminó lanzándolo al espacio,*

*y la misma que se hizo la pareja de esposos que no podían tener hijos y  
acabo teniendo cuatro*

***¿POR QUÉ NO?***

Y encontramos las respuestas a la pregunta ¿Cuál es la línea que separa los  
soñadores de los hacedores? Y la respuesta a la pregunta ¿Por qué no?

Y la respuesta al porque no es:

- No tengo necesidad de logro
- No tengo control de locus
- No tengo propensión al riesgo
- No tengo satisfacción en el trabajo
- No tengo necesidad de experiencia
- En resumen no tengo habilidades de emprendimiento

Seguimos preguntando ¿Por qué?

La respuesta a la segunda pregunta en muy gran parte está en nuestra  
segunda variable. La habilidad de vender.

Todo emprendimiento termina en el comercio, en que hacemos algo para venderlo, venderlo no solo a los que lo necesitan, sino crear la necesidad y felicidad en aquellos que no lo necesitan. Y esto lleva otras habilidades: que sostienen esta habilidad: autoconfianza, autoestima, habilidades sociales y finalmente solas desarrolladas estas, desarrollar la habilidad de vender.

Uno de los principales factores es la motivación, sin embargo en amplios sectores de la población que provienen de niveles socioeconómicos bajos, y que su experiencia de vida ha sido la desmotivación.

Los antecedentes como el de Alarcón y Molina (2005) muestran que el perfil del emprendedor “tiene sus fortalezas en exigir eficiencia y calidad, persuasión y redes de apoyo, cumplimiento, persistencia, autoconfianza e independencia. Estas características vinculadas a la inteligencia emocional se consideraron importantes a la hora de la creación de empresas”, como se puede apreciar, el emprendimiento va más allá de conocimientos sobre administración de empresas, se requiere el desarrollo de habilidades personales.

En esta misma línea de ideas Krauss (2011) señala “que la educación en emprendimiento debe abarcar la parte cognitiva (información, habilidades), afectiva (emoción, temperamento), y comportamental (motivaciones o deseos), indicados por (Korainen & Ruohotie, 2001).

En este panorama, pensar en enseñar empresas y aspectos cognoscitivos antes que los afectivos y comportamentales es infructuoso.

Con respecto al desarrollo del programa de emprendimiento, ya descrito en el anexo correspondiente. El primer paso es desarrollar las aptitudes y conocimientos básicos, aquellos que los chicos no saben ni entienden. Mencionados en el video introductorio del comercial de BCP. Y esto es la habilidad de vender un sueño (Diccionario de Competencias, 2014).

Una persona puede tener el mejor producto pero su valor está en venderlo, si no tiene la habilidad comercial todo está perdido, la derrota llegó antes de iniciar la batalla (Servicio Andaluz de Empleo, s/f).

Sin embargo reconocido la importancia de la venta es necesario antes de ocuparse de ésta, desarrollar una serie de actividades que se vieron en los

talleres de esta fase adaptadas del Servicio Andaluz del Empleo (s/f) que tiene que ver con la capacidad de hacer contacto, capacidad de crear sintonía, detectar intereses, conocerse a sí mismo, autoestimarse, mantener autoconfianza, y muchos fundamentos de inteligencia emocional.

La segunda fase, comprendidas y desarrolladas las habilidades, abordo la técnica de ventas y finalmente la tercera fase, la más importante pero que solo se llega atravesando las anteriores fue la de desarrollo de competencia, que significa que tienen que convertir lo aprendido en un estilo de vida, de no ser así, la venta sería un teatro y no tendría fruto, todo aprendizaje culmina trasformando a la persona y cambiando su modo de vida.

El nivel de emprendimiento después de la aplicación del programa de habilidades comerciales, mostró que los participantes en un 63% tuvieron un alto nivel de emprendimiento, un 37% un nivel medio y ninguno quedó en el nivel nulo de emprendimiento.

Las dimensiones que los participantes desarrollaron en forma destacada fueron necesidad de logro (37% alta y 63% media), control de locus (37% alta, 64% media), necesidad de experiencia (9% alta y 57% media)). La que menos destacó fue satisfacción en el trabajo (31% media y 69% nula). Estos resultados se explican en la medida que la habilidad de vender requiere de muchas características del emprendimiento, sobre todo cuando se inicia, cada venta es un emprendimiento que busca un logro y requiere de todas las competencias psicológicas, emocionales y finalmente las cognitivas.

Estos resultados ratifican los de Krauss (2011) ya mencionado, Alarcón y Molina (2005) y sobre todo lo de Cantero y Vicente. (2012), también ratifican los antecedentes nacionales como los de Cusi Condori (2010).

Es importante destacar también que la enseñanza de habilidades comerciales y el fin de emprender tiene mucho que ver con la motivación, con los sueños, no es algo cognitivo, en este sentido, el taller que desarrollamos fue muy emocional a manera de ejemplo cantamos la canción a partir del taller 2 antes de empezar “color de esperanza” resumimos una parte:

(...)  
... que estás CANSADO DE ANDAR Y DE ANDAR  
y caminar, GIRANDO SIEMPRE EN UN LUGAR

(...)  
Saber que se puede, querer que se pueda  
Quitarse los miedos, sacarlos afuera  
pintarse la cara color esperanza  
tentar al futuro con el corazón

(...)  
Es MEJOR PERDERSE que nunca embarcar  
MEJOR TENTARSE a dejar de intentar  
aunque ya ves que no es tan fácil empezar  
Se que lo IMPOSIBLE SE PUEDE LOGRAR

(...)  
VALE MÁS PODER BRILLAR  
Que solo buscar ver el sol

Pintarse la cara color esperanza  
tentar al futuro con el corazón

Saber que se puede querer que se pueda  
quitarse los miedos, sacarlos afuera  
pintarse la cara color esperanza  
tentar al futuro con el corazón

Este criterio también es corroborado con Cantero (2012) quien concluye “a través de los resultados de su investigación que los profesionales demandados en el nuevo mercado no son los títulos universitarios, ni la pericia técnica, ni el alto coeficiente intelectual, sino una serie de competencias emocionales que configuran la inteligencia emocional (como la confianza en sí mismo, el autocontrol, la iniciativa, la motivación de logro, la responsabilidad)”.

Tanto la venta como el emprendimiento son aspectos que tienen que trabajarse no a nivel cognoscitivo sino a nivel emocional, previo a ello hay que desarrollar en este nivel. La venta es un ejercicio que abarca muchos de estos aspectos de ahí los significativos frutos en sus logros.

## V. PROPUESTA

La propuesta que emerge del presente estudio es que se debe incluir en la formación curricular o en forma complementaria el desarrollo de habilidades humanas necesarias para el emprendimiento entre estas tenemos: desarrollo social e inteligencia emocional, proponer una asignatura de ventas en todas las actividades productivas e incluir como formación curricular elementos de educación y marketing.

También se propone tomar conciencia a los alumnos a que todos los actos humanos son una venta que peyorativa y equivocadamente se entiende como que uno gane a costa del otro. No es así. La venta es una relación mutua entre dos personas donde ambos satisfacen sus necesidades. Y eso sucede en toda parte de nuestra vida. Un bebe llora por la necesidad de atención, su madre lo atiende por la necesidad de cuidarlo. La venta debe ser entendida como la mutua satisfacción de las necesidades de dos individuos, que obedecen a sus motivaciones internas. El adecuado cumplimiento de la venta (la contraprestación mutua) desarrolla confianza y hace que los emprendimientos progresen, como es el caso de una pequeña empresa que abre, vende pero necesita clientes satisfechos que confíen en ellos y lo recomienden.

Más específicamente, el emprendimiento tiene una necesidad inmediata para despegar y es vender, por lo que se propone incluirla en todas las capacitaciones sobre emprendimiento.

La habilidad de vender y su enseñanza requiere a la vez de habilidades muy necesarias en todas las áreas del emprendimiento como son: autoconfianza, inteligencia emocional, inteligencia social, aprendizaje cooperativo y liderazgo. En este sentido la capacitación en habilidad comercial es muy enriquecedora para el emprendimiento.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 1) El nivel de emprendimiento de los alumnos participantes fue nulo en un 49%, (17 participantes), medio en un 43% (15 participantes) y alto en un 9% (3 participantes).
- 2) El nivel de emprendimiento después de aplicar el post test fue que el 63% de los participantes tuvo un nivel de emprendimiento alto, un 37% un nivel medio no hubo ninguno que mostrara ningún nivel de emprendimiento. Estos resultados fueron validados estadísticamente con un nivel de significancia del 95%.
- 3) Finalmente se puede concluir que el desarrollo de habilidades comerciales mejora el nivel de emprendimiento.

## VII. RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda en los currículos de las profesiones ocupacionales, o como adicionales el desarrollo no solo de la carrera u ocupación específica, sino a las habilidades que conduzca al éxito económico del estudiante.
- 2) Se persuade al alumno sobre el hecho que la forma de realizarse profesional, económica y personal es el emprendimiento, para lo cual debe capacitarse desde el inicio de su carrera.
- 3) Se invita a los alumnos (pues ellos son al final los actores) que el emprendimiento requiere del desarrollo de habilidades diferentes a la actividad productiva, como son la habilidad comercial, liderazgo, social y emocional.
- 4) A nivel de política educativa, específicamente a los actores de políticas educativas, que son abundantes los estudios que sostienen que la nueva formación empresarial y profesional tiene componentes emocionales y sociales por lo que es conveniente incluirlas en la currícula.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

### LIBROS

- CARE Perú (2000). “Estudio de Línea de Base del Proyecto de Formación Empresarial de la Juventud”. Mimeo. Lima
- Elizondo, Ruben (2000) La empresa viviente 01 ene 2000. Biblioteca Empresarial IDEPA, & Ministerio Industria y Comercio España. (2008). Manual de Técnicas Comerciales. Barcelona: Ministerio Industria y Comercio, España.
- IDEPA, & Ministerio Industria y Comercio España. (2008). Manual de Técnicas
- Jaramillo, M., & Arróspide, M. (2001). Evaluación de Impacto del Proyecto: Bonos de Capacitación Laboral y Empresarial. Lima. BONOPYME.
- Jaramillo, Miguel; Parodi, Sandro. (2003). Jóvenes emprendedores. Lima. Instituto APOYO.
- MINTRA. (1997). Desempleo Regional y Remuneraciones en el Perú. Lima. MINTRA.
- MINTRA. (2014). La inadecuación ocupacional de los profesionales con educación superior en Perú. Lima. Boletín de economía laboral N°42.
- MINTRA. (2015). Empleo, crecimiento económico sostenido e inclusión social. Lima: Ministerio de Trabajo.
- Ñopo, H., Robles, M., y Saavedra, J. (2002). Una medición del Impacto del Programa de Capacitación Laboral Juvenil PROJoven. Lima.
- Servicio Andaluz de Empleo. (s/f). Habilidades Comerciales: Guía docente. . Madrid: Mediafora.
- Villarán, Fernando. 1998 Riqueza popular: pasión y gloria de la pequeña empresa. Lima: Ediciones del Congreso de la República. 2001 Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú. Lima: MECEPI (Mejoramiento de la Calidad de la Educación Peruana, Ministerio de Educación Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación).

## **TESIS**

- Buitrago Martha, Gómez Jefferson y Noguera Andrés. (2014). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario proyecto de investigación. Bogotá. Tesis Universidad del Rosario.
- Cantero Vicente, P. (2012). Competencias socioemocionales en la inserción laboral del egresado universitario. Alicante-España: Tesis Universidad de Alicante.
- Comeche, J.M (2004). Significación y grado de influencia del estilo de liderazgo en la transmisión del espíritu emprendedor al equipo de trabajo. Valencia: Universidad de Valencia.
- Cusi Condori, E. (2010). Relación entre inteligencia emocional y desempeño pre profesional de los practicantes de enfermería de la Universidad Andina del Cusco, en las Instituciones de Salud de Cusco-2010. Cusco. Tesis Universidad Andina del Cusco.
- Krauss, Catherine. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios. El caso de la Universidad Católica de Uruguay. *Dimens empres*, 9(1), 28-40.
- MÁvila, Daniel, Tinoco, Oscar & Campos, Cesar (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marco. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial* Vol. 12(2), pp 32-39.

## **REVISTAS**

- Alarcón Roberto & Molina David (2005). *Análisis de la capacidad emprendedora de los microempresarios del sector turismo*. Valdivia - Chile: Universidad Austral de Chile.
- Evans, D.S. y Leighton, L. (1990): *Small Business Formation by Unemployed and Employed Workers*. *Small Business Economics*, vol. 2, n° 4, pp. 319-330.

Evans, David y Jovanovic, BOYAN (1989). “*Un modelo de elección de emprendimiento bajo restricciones de liquidez*”. *Journal of Political Economy*, Vol 97 (4) pp. 808-27.

EVANS, David y Linda LEIGHTON (1989). “*Algunos aspectos empíricos del emprendimiento*” *The American Economic Review*, Vol. 79 (3) pp. 519-35.

Korainen, M., & Ruohotie, P. (2001). *In the Pursuit of Conative Constructs into Entrepreneurship Education. Journal of Entrepreneurship Education*, 3, pp. 9-22.

## **INTERNET**

Abellon, J. (s/f). Como Vender Hoy. Obtenido de <http://comovenderhoy.com/>.

Diccionario de Competencias. (2014). Habilidades comerciales. Obtenido de <http://ramonchaux.wix.com/competencias#!habilidad-comercial/c19ak>.

Grade - Apoyo. (2000). Jóvenes Emprendedores. Obtenido de GRADE Grupo Análisis para el Desarrollo: (consultado el 22de mayo de 2015).

[http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/MJ\\_SP\\_Jovenesemprendedores.pdf](http://www.grade.org.pe/upload/publicaciones/archivo/download/pubs/MJ_SP_Jovenesemprendedores.pdf).

# **ANEXOS**



## ANEXO 01

### ANEXO 01 TEST DE EMPRENDIMIENTO

Estimado alumno te presentamos la siguiente test con la finalidad de medir el emprendimiento en el desarrollo de tu carrera. Este test no te tomará más de 3 minutos.

Dimensión	ÍTEM
Necesidad de logro	1. Un buen negociador solo tiene en cuenta sus intereses a) De acuerdo b) A veces c) En desacuerdo
	2. Me entusiasma la idea de desarrollar un nuevo proyecto aunque ello suponga más trabajo a) De acuerdo b) A veces c) En desacuerdo
	3. Mis amigos me ven como a una persona con éxito a) De acuerdo b) A veces c) En desacuerdo
	4. Cuando me comprometo con algo no escatimo ni esfuerzos ni tiempo para realizarlo a) A veces b) De acuerdo c) En desacuerdo

	<p>5. En una negociación exitosa siempre hay una parte ganadora y otra perdedora</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) En desacuerdo</li> <li>b) A veces</li> <li>c) De acuerdo</li> </ul>
	<p>6. En una empresa hay que estar atento, siempre se están presentando nuevas oportunidades de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) A veces</li> <li>b) De acuerdo</li> <li>c) En desacuerdo</li> </ul>
Control de locus	<p>7. Con la frase "El 90% del éxito se basa simplemente en insistir". Estoy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) A veces de acuerdo y a veces en desacuerdo</li> <li>b) De acuerdo</li> <li>c) En desacuerdo</li> </ul>
	<p>8. La toma de decisiones es un acto exclusivamente racional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) En desacuerdo</li> <li>b) A veces</li> <li>c) De acuerdo</li> </ul>
	<p>9. A menudo tengo la sensación de que lo que digo no se tiene mucho en cuenta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) En desacuerdo</li> <li>b) A veces</li> <li>c) De acuerdo</li> </ul>
	<p>10. Lo que llevo francamente mal, es tener que dedicar parte de mi tiempo libre a asuntos de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) En desacuerdo</li> <li>b) A veces</li> </ul>

	<p>c) De acuerdo</p>
	<p>11. Prefiero actuar según el momento que invertir tiempo en planificar</p> <p>a) En desacuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) De acuerdo</p>
Propensión a la toma de riesgo	<p>12. Me suelen decir que "ponga los pies en el suelo", tengo mucha imaginación</p> <p>a) A veces</p> <p>b) De acuerdo</p> <p>c) En desacuerdo</p>
	<p>13. Después de tomar una decisión, me preocupa mucho que ésta no sea la mejor</p> <p>a) En desacuerdo</p> <p>b) De acuerdo</p> <p>c) A veces</p>
	<p>14. Soy de los que piensan que los pequeños fracasos son peldaños hacia el éxito</p> <p>a) De acuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) En desacuerdo</p>
	<p>15. Si un método funciona no merece la pena cambiarlo</p> <p>a) A veces</p> <p>b) De acuerdo</p> <p>c) En desacuerdo</p>
	<p>16. Ante una situación tensa con un colaborador tiendo a resolverla cuanto antes</p> <p>a) De acuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) En desacuerdo</p>

	<p>17. Antes de tomar una decisión, me gusta analizar la información y prever las consecuencias</p> <p>a) En desacuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) De acuerdo</p>
Satisfacción en el trabajo	<p>19. Me concentro con facilidad, y no me cuesta pasar de una tarea a otra</p> <p>a) De acuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) En desacuerdo</p>
	<p>20. No me resulta fácil ponerme en el lugar de la otra persona</p> <p>a) En desacuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) De acuerdo</p>
Necesidad de experiencia	<p>21. No me gustan los imprevistos, prefiero saber cada día con qué me voy a encontrar</p> <p>a) A veces</p> <p>b) De acuerdo</p> <p>c) En desacuerdo</p>
	<p>22. Tiendo a disfrutar con las personas y las situaciones nuevas</p> <p>a) De acuerdo</p> <p>b) A veces</p> <p>c) En desacuerdo</p>
	<p>23. En ocasiones sin saber por qué me siento tenso/a</p> <p>a) En desacuerdo</p> <p>b) De acuerdo</p> <p>c) A veces</p>
	<p>24. Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas. No soporto la rutina</p> <p>a) De acuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) A veces</p>



	<p>25. Soporto mal los cambios, me siento cómodo/a con lo establecido</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) De acuerdo</li><li>b) A veces</li><li>c) En desacuerdo</li></ul>
	<p>26. Me gusta trabajar sobre seguro y no correr riesgos por pequeños que éstos sean</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) A veces</li><li>b) De acuerdo</li><li>c) En desacuerdo</li></ul>
	<p>27. Considero que los problemas solo tienen una solución posible</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) De acuerdo</li><li>b) En desacuerdo</li><li>c) A veces</li></ul>

## ANEXO 02 TEST DE HABILIDADES COMERCIALES

Estimado alumno te presentamos el siguiente test para conocer las habilidades comerciales. Te pedimos responder de acuerdo a tu creatividad.

N°	TEST DE HABILIDADES COMERCIALES	Nunca	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre
1	Hago un plan de ventas antes de contactar a un nuevo prospecto.	1	2	3	4
2	Desarrollo estrategias de ventas y reviso las actividades contra un plan maestro.	1	2	3	4
3	Aprendo sistemáticamente nuevas habilidades y técnicas de ventas.	1	2	3	4
4	Uso la tecnología de la información para ayudar a organizarme y facilitarme mi proceso de ventas.	1	2	3	4
5	Mantengo datos de cómo utilizo mi tiempo de trabajo, para mejorar su uso.	1	2	3	4
6	Identifico las necesidades de los clientes, y varío mi estrategia de ventas de acuerdo con ellas.	1	2	3	4
7	Me preparo cuidadosamente antes de ir a una reunión de ventas o a una visita de mantenimiento a un cliente.	1	2	3	4
8	Contacto a las empresas sabiendo ya quién es la persona correcta ante quien debo hacer la presentación.	1	2	3	4
9	Investigo y recopilo información para estar al tanto de la industria dentro de la cual trabajo, y de su mercado consumidor en general.	1	2	3	4
10	Las reuniones con mis clientes las mantengo amistosas, ágiles y enfocadas.	1	2	3	4
11	Conozco y uso las mejores técnicas para conseguir ventas por medio del teléfono (telemarketing).	1	2	3	4
12	Cuido mucho la redacción y ortografía de los mensajes y cartas que envío a mis clientes e intento aprender sobre habilidades de comunicación escrita.	1	2	3	4

13	Me pongo "en los zapatos" del cliente cuando me preparo para negociar.	1	2	3	4
14	Finalizo mis presentaciones de ventas con una nota positiva, invitando al cliente a tomar una acción definida.	1	2	3	4
15	Solicito al cliente retroalimentación sobre mis presentaciones, de tal manera que pueda mejorar mi efectividad.	1	2	3	4
16	Adapto mis estrategias de ventas de tal forma que éstas coincidan con el tipo de cliente ante quien hago la presentación y su situación particular.	1	2	3	4
17	Digo la verdad, aunque la verdad no sea lo que yo quisiera que el cliente escuchara.	1	2	3	4
18	Busco el punto clave de ventas que persuadirá al cliente a comprar.	1	2	3	4
19	Intento siempre que mi cliente mencione sus objeciones desde el principio.	1	2	3	4
20	Durante la negociación enfatizo el aspecto de "valor", en lugar del precio por sí solo.	1	2	3	4
21	Cuando completo una venta ambas partes quedan satisfechas por el trato.	1	2	3	4
22	Trato de anticipar cualquier objeción que el cliente podría plantearme.	1	2	3	4
23	Respondo rápidamente a las preguntas o quejas de cualquier cliente.	1	2	3	4
24	Solicito retroalimentación para asegurarme de que mis clientes hayan quedado satisfechos con la compra.	1	2	3	4
25	Intento pasar por lo menos un 75% de mi tiempo laboral frente a frente con el cliente.	1	2	3	4
26	Cuando realizó una visita de ventas, intento ir por un cliente no por una venta.	1	2	3	4

27	Trato de que quienes menos saben de técnicas de ventas, aprendan de mí aquello en lo que me considero bueno o más experimentado.	1	2	3	4
28	Si me hago acompañar por un vendedor principiante a una visita de ventas, le permito desarrollar su presentación ante el cliente.	1	2	3	4
29	Reviso mis metas de ventas regularmente, para asegurarme de que las voy a cumplir.	1	2	3	4
30	Cuando asisto a capacitaciones, de inmediato intento poner el nuevo conocimiento en práctica.	1	2	3	4
31	Intento trabajar con mis compañeros vendedores y con mi jefe bajo la filosofía del trabajo en equipo.	1	2	3	4

Análisis:

Una vez completada la auto-evaluación, sume su puntuación total y revise su desempeño a base de los siguientes comentarios.

**Puntuación 32-63:** Su falta de habilidades comerciales y de buenas prácticas probadas, debe estar afectando a sus resultados como vendedor y, posiblemente, poniendo en riesgo su trabajo.

**Puntuación 64-95:** Usted ha logrado un progreso considerable y seguro que se está desarrollando bien, pero aún no ha elevado su visión de éxito lo suficiente. Haga renovados esfuerzos para mejorar en las áreas más débiles que revela su evaluación, y continúe haciéndolo hasta que su puntuación lo lleve al siguiente nivel.

**96-128:** Usted es un vendedor con habilidades y muy efectivo. Continúe trabajando para mejorar sus habilidades, para mantenerse siempre en la cima.

Como ya se ha dicho, no debemos ver en esta herramienta sólo la validez para aquellos que desempeñan estrictamente una labor de ventas en la organización. Todas las personas que integran la empresa desarrollan en algún momento su rol de vendedores, bien ante el cliente externo o bien ante su correspondiente cliente interno, es decir, el resto de los empleados. Intentemos "ponernos en los zapatos del otro" para saber si con nuestras prácticas y actitudes de venta actuales estamos consiguiendo nuestros objetivos. Si no es así, revise sus debilidades y ponga en marcha un plan de mejora inmediato. ¡Los resultados no se harán esperar!.

**Anexo 03: Base de datos**

**PRE TEST**

CASO	Necesidad de Logro							Control de Locus					Propensión Riesgo						Satisfacción en el trabajo			Necesidad de experiencia							Total Var		Cat		
	1	2	3	4	5	6	ST	1	2	3	4	5	ST	1	2	3	4	5	6	ST	1	2	ST	1	2	3	4	5	6	ST			
1	1	2	2	2	1	1	50%	2	1	1	2	2	53%	1	1	1	2	1	1	39%	1	1	33%	2	1	2	2	2	2	61%	37	MEDIA	2
2	2	2	2	1	1	1	50%	2	1	1	1	1	40%	2	1	1	2	1	1	44%	1	1	33%	1	2	2	2	1	2	56%	35	MEDIA	2
3	2	2	2	1	1	1	50%	2	2	2	1	1	53%	1	2	2	1	2	2	56%	1	1	33%	1	2	2	2	1	2	56%	39	MEDIA	2
4	1	1	2	2	1	1	44%	1	1	2	2	2	53%	2	1	2	1	2	2	56%	2	2	67%	2	1	2	1	1	1	44%	38	MEDIA	2
5	2	1	1	2	2	2	56%	2	2	2	2	2	67%	2	1	1	2	1	1	44%	1	2	50%	2	2	1	2	2	2	61%	42	MEDIA	2
6	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	2	2	67%	1	1	1	1	1	1	33%	27	NULA	1
7	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
8	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
9	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
10	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	2	2	67%	1	1	2	1	1	1	39%	31	MEDIA	2
11	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	1	1	33%	1	1	2	1	1	1	39%	29	NULA	1
12	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	2	2	67%	1	1	2	1	1	1	39%	31	MEDIA	2
13	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	2	2	67%	1	1	2	1	1	1	39%	31	MEDIA	2
14	3	3	3	3	3	3	100%	3	3	3	3	3	100%	3	3	3	3	3	1	89%	2	2	67%	3	3	3	3	3	1	89%	69	ALTA	3
15	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	50%	1	1	2	1	1	1	39%	30	NULA	1
16	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	50%	1	1	2	1	1	1	39%	30	NULA	1

CASO	Necesidad de Logro							Control de Locus					Propensión Riesgo							Satisfacción en el trabajo			Necesidad de experiencia							Total Var		Cat	
	1	2	3	4	5	6	ST	1	2	3	4	5	ST	1	2	3	4	5	6	ST	1	2	ST	1	2	3	4	5	6	ST			
17	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	50%	1	1	2	1	1	1	39%	30	NULA	1
18	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	50%	1	1	2	1	1	1	39%	30	NULA	1
19	1	1	2	1	1	1	39%	1	2	1	1	1	40%	1	1	2	1	1	1	39%	2	2	67%	1	1	2	1	1	1	39%	31	MEDIA	2
20	2	1	2	2	1	1	50%	2	1	2	1	1	47%	1	1	1	1	2	2	44%	1	2	50%	2	2	2	2	2	3	72%	40	MEDIA	2
21	2	1	2	2	1	1	50%	1	1	1	2	2	47%	1	1	1	2	1	1	39%	2	2	67%	1	1	1	2	1	2	44%	35	MEDIA	2
22	2	2	1	1	1	1	44%	2	1	1	2	1	47%	2	1	2	1	2	2	56%	1	1	33%	2	1	2	2	1	1	50%	36	MEDIA	2
23	1	1	1	2	1	1	39%	2	2	1	1	2	53%	1	2	1	2	2	2	56%	2	2	67%	1	2	1	1	1	1	39%	36	MEDIA	2
24	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	2	39%	26	NULA	1
25	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
26	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
27	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
28	2	3	3	2	2	1	72%	2	3	3	2	2	80%	1	2	3	3	2	2	72%	1	1	33%	2	3	3	2	2	1	72%	53	ALTA	3
29	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	2	1	1	40%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	26	NULA	1
30	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	2	1	1	40%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	26	NULA	1
31	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
32	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	1	1	33%	1	1	1	1	1	1	33%	25	NULA	1
33	1	2	2	1	2	2	56%	1	2	2	1	1	47%	2	2	1	2	2	2	61%	1	1	33%	2	1	1	2	2	2	56%	40	MEDIA	2
34	3	3	3	3	3	2	94%	2	2	2	3	3	80%	3	2	2	3	3	3	89%	2	2	67%	2	2	3	3	3	3	89%	65	ALTA	3
35	2	2	2	1	2	2	61%	1	2	2	1	1	47%	2	1	1	2	2	2	56%	2	2	67%	2	1	1	1	2	1	44%	40	MEDIA	2

POST TEST  
CAPACIDAD EMPRENDEDORA

	Necesidad de Logro							Control de Locus					Propensión Riesgo				Satisfacción en el trabajo			Necesidad de experiencia						TOTAL VAR	emprendimiento						
	1	2	3	4	5	6	ST	1	2	3	4	5	ST	1	2	3	4	5	6	ST	1	2	ST	1	2			3	4	5	6	ST	
<b>CASO</b>																																	
1	2	3	3	3	2	2	83%	3	2	2	3	3	87%	2	2	2	3	2	2	72%	1	1	33%	2	1	2	2	3	2	67%	55	ALTA	3
2	3	3	3	2	2	2	83%	3	2	2	2	2	73%	3	2	2	3	2	2	78%	1	1	33%	1	2	2	2	3	2	67%	54	ALTA	3
3	3	3	3	2	2	2	83%	3	3	3	2	2	87%	2	3	3	2	3	3	89%	1	1	33%	1	2	2	3	2	3	72%	59	ALTA	3
4	2	2	3	3	2	2	78%	2	2	3	3	3	87%	3	2	3	2	3	3	89%	2	2	67%	2	1	2	3	2	3	72%	60	ALTA	3
5	3	2	2	3	3	3	89%	3	3	3	3	3	100%	3	2	2	3	2	2	78%	1	2	50%	2	2	1	2	3	2	67%	60	ALTA	3
6	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	67%	1	1	1	2	2	2	50%	47	MEDIA	2
7	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
8	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
9	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
10	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	2	2	67%	1	1	2	3	2	2	61%	52	ALTA	3
11	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	1	1	33%	1	1	2	3	2	2	61%	50	MEDIA	2
12	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	2	2	67%	1	1	2	3	2	2	61%	52	ALTA	3
13	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	2	2	67%	1	1	2	3	2	2	61%	52	ALTA	3
14	3	3	3	3	3	3	100%	3	3	3	3	3	100%	3	3	3	3	3	2	94%	2	2	67%	3	3	3	3	3	3	###	72	ALTA	3
15	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	1	2	50%	1	1	2	3	2	2	61%	51	ALTA	3
16	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	1	2	50%	1	1	2	3	2	2	61%	51	ALTA	3
17	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	1	2	50%	1	1	2	3	2	2	61%	51	ALTA	3
18	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	1	2	50%	1	1	2	3	2	2	61%	51	ALTA	3
19	2	2	3	2	2	2	72%	2	3	2	2	2	73%	2	2	3	2	2	2	72%	2	2	67%	1	1	2	3	2	2	61%	52	ALTA	3
20	3	2	3	3	2	2	83%	3	2	3	2	2	80%	2	2	2	2	3	3	78%	1	2	50%	2	2	2	2	2	3	72%	57	ALTA	3



21	3	2	3	3	2	2	83%	2	2	2	3	3	80%	2	2	2	3	2	2	72%	2	2	67%	1	1	1	2	3	2	56%	54	ALTA	3
22	3	3	2	2	2	2	78%	3	2	2	3	2	80%	3	2	3	2	3	3	89%	1	1	33%	2	1	2	3	2	3	72%	57	ALTA	3
23	2	2	2	3	2	2	72%	3	3	2	2	3	87%	2	3	2	3	3	3	89%	2	2	67%	1	2	1	2	3	3	67%	58	ALTA	3
24	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
25	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
26	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
27	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
28	3	3	3	3	3	2	94%	3	3	3	3	3	100%	2	3	3	3	3	3	94%	1	1	33%	2	3	3	3	3	3	94%	68	ALTA	3
29	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	3	2	2	73%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	46	MEDIA	2
30	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	3	2	2	73%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	46	MEDIA	2
31	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
32	2	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	67%	2	2	2	2	2	2	67%	1	1	33%	1	1	1	2	2	2	50%	45	MEDIA	2
33	2	3	3	2	3	3	89%	2	3	3	2	2	80%	3	3	2	3	3	3	94%	1	1	33%	2	1	1	2	3	3	67%	59	ALTA	3
34	3	3	3	3	3	3	100%	3	3	3	3	3	100%	3	3	3	3	3	3	100%	2	2	67%	2	2	3	3	3	3	89%	71	ALTA	3
35	3	3	3	2	3	3	94%	2	3	3	2	2	80%	3	2	2	3	3	3	89%	2	2	67%	2	1	1	2	3	3	67%	61	ALTA	3

## **Anexo 04: Programa “Desarrollo de Habilidades comerciales”**

### **PROGRAMA DE DESARROLLO DE HABILIDADES COMERCIALES**

#### **I. DENOMINACIÓN**

Taller de desarrollo de habilidades comerciales

#### **DATOS GENERALES**

**2.1. Gerencia Regional de Educación** : La Libertad

**2.2. Institución Educativa** : CETPRO: Víctor Raúl Haya de La Torre

**2.3. Directora** : Vicky Reyes Salazar

**2.4. Nivel educativo** : Técnico Productivo

**2.5. Distrito** : Trujillo

**2.6. Provincia** : Trujillo

**2.7. Duración de la Aplicación** : De 08-09-2015 al 28-09-2015

**2.8. Maestría** : Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz

#### **II. JUSTIFICACIÓN**

El presente programa de “Desarrollo de habilidades comerciales” ha tenido diferentes criterios para su justificación. En primer lugar, el comercio y la habilidad para este, responde a una habilidad humana indispensable para la persona individual, para las agrupaciones (sociales, comerciales, empresariales) y es indispensable para su desempeño tanto en su vida privada como económica y social. Típicamente se la estigmatiza ligada al negocio, pero

toda nuestra vida en todas sus dimensiones es un comercio de intercambiar todo tipo de necesidades y satisfacerlas, la habilidad para desarrollar esto es la habilidad comercial.

Para el emprendimiento, la habilidad comercial es lo mismo que las habilidades sociales para el empleo y desempeño laboral, si no se las tiene, por más conocimiento técnico que se tenga se fracasara.

Todo emprendimiento es la interacción de este en forma de negocio con el entorno, su interacción constante a través de las ventas que no es más que el intercambio de necesidades (comercio) es el alimento y la sangre que determinara que el emprendimiento viva en el tiempo y crezca.

Por todas las razones mencionadas, el desarrollo de las habilidades comerciales es fundamental para el emprendimiento.

### **III. FUNDAMENTACIÓN**

El presente programa tiene como fundamento dotar al alumno de habilidades que le permitan en su campo profesional desarrollar su habilidad de ventas, de tal forma que su producción artesanal pueda ser comercializada fácilmente por él. De esta forma el alumno además de la alternativa de buscar trabajo, tiene la alternativa de trabajar independientemente o emprender un negocio. Estas dos últimas alternativas requieren la habilidad de vender para sostenerse y crecer.

### **IV. OBJETIVOS**

#### **5.1. Objetivo General:**

Desarrollar las habilidades comerciales en los alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre. Trujillo 2015.

### 5.2. Objetivos Específicos:

- Enseñanza y aprendizaje de aptitudes y conocimientos básicos requeridos para la venta En la muestra de alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.
- Desarrollar la habilidad de venta En la muestra de alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.
- Desarrollar la competencia de venta En la muestra de alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.

## V. BASES DE PROGRAMA DE DESARROLLO DE HABILIDADES COMERCIALES

- Teoría de la motivación Abraham Maslow
- Teoría de inteligencia emocional Daniel Goleman
- Teoría del desarrollo social
- Teoría del aprendizaje social
- Teoría del aprendizaje cooperativo
- Teoría de Marketing y Ventas

## VI. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

	Taller
Aptitudes y conocimientos básicos	TALLER 01: Introducción
	TALLER 02: La autoestima y la emoción
	TALLER 03: Psicología de la venta.
	TALLER 04: La Comunicación
	TALLER 05: La venta y la negociación

	<b>TALLER 06: Señales y signos personales y sociales</b>
	<b>TALLER 07: Práctica</b>
<b>Desarrollo de habilidad</b>	<b>TALLER 08: Prospectos y su gestión</b>
	<b>TALLER 09: Técnica de venta</b>
	<b>TALLER 10: Cierre de ventas</b>
<b>Desarrollo de competencia</b>	<b>TALLER 11: Venta y estilo de vida</b>
	<b>VIVENCIA 12: Plan de vida</b>

## VII. METODOLOGÍA

Los talleres de habilidades comerciales, se trabaja en el marco del desarrollo de habilidades para emprendimiento que se basa en dos pilares: conocimiento y desarrollo de habilidades personales.

La metodología de trabajo a seguir en cada sesión de aprendizaje se desarrolla en los siguientes pasos:

### **1º Presentación y expectativas de los talleres:**

Este primer momento lo realizará el facilitador, para introducir a los alumnos en el tema, recuperar algunas experiencias y recabar y registrar el interés y/o expectativas con respecto a los contenidos a trabajar y presentar los propósitos de los talleres.

### **2º Realización del taller:**

**Teóricas:** Consiste en la exposición de los temas a tratar donde se comienza por su enunciado, su importancia, su aplicación práctica y luego sus fundamentos teórico práctico.

**Prácticas:** consiste en practicar a aprender a leer los signos y señales y aprender a manejarlas, poder manejar las situaciones en tiempo real.

### **3º Realización de una actividad de cierre:**

Los participantes harán una práctica basada en tres tiempos: como lo hacían antes y donde estuvo su error o acierto. Como lo han hecho ahora y como lo harían mañana.

### **4º Realización de la evaluación de las sesiones de taller:**

El docente en ficha de observación evaluará su desempeño durante el taller y su actividad de cierre.

## **VIII. EVALUACIÓN**

El docente en ficha de observación evaluará su desempeño durante el taller y su actividad de cierre.

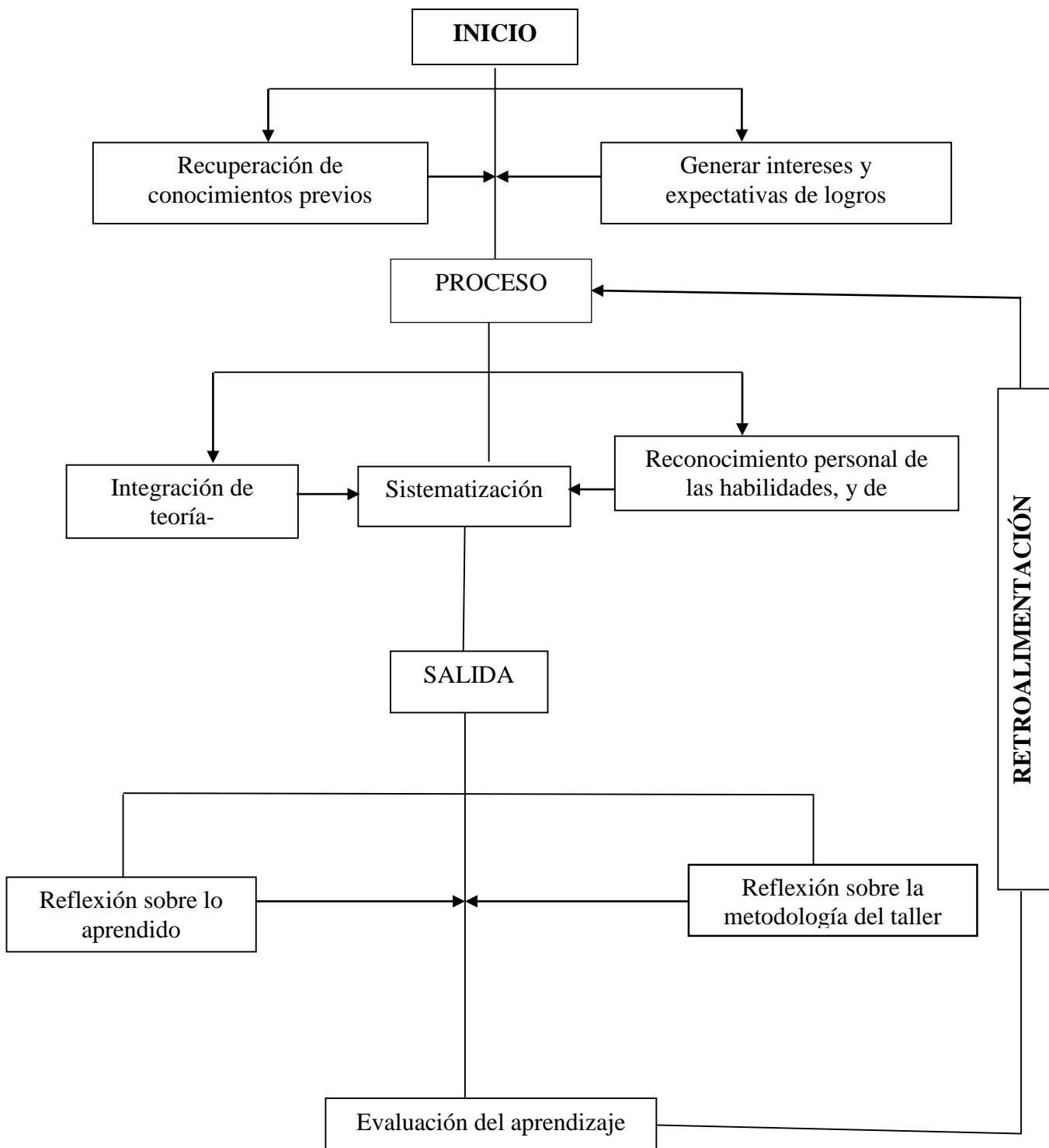
## **IX. MEDIOS Y MATERIALES**

- Proyector
- Laptop
- Equipo de audio
- Material impreso
- Papel
- Lapiceros
- Aula

## X. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	<b>Vivencia</b>	<b>Fecha</b>
<b>Aptitudes y conocimientos básicos</b>	<b>TALLER 02: La autoestima y la emoción</b>	<b>07-09-15</b>
	<b>TALLER 03: Psicología de la venta.</b>	<b>09-09-15</b>
	<b>TALLER 04: La Comunicación</b>	<b>12-09-15</b>
	<b>TALLER 05: La venta y la negociación</b>	<b>14-09-15</b>
	<b>TALLER 06: Señales y signos personales y sociales</b>	<b>16-09-15</b>
	<b>TALLER 07 Práctica</b>	<b>18-09-15</b>
<b>Desarrollo de habilidad</b>	<b>TALLER 08: Prospectos y su gestión</b>	<b>21-09-15</b>
	<b>TALLER 09: Técnica de venta</b>	<b>23-09-15</b>
	<b>TALLER 10: Cierre de ventas</b>	<b>25-09-15</b>
<b>Desarrollo de competencia</b>	<b>TALLER 11: Venta y estilo de vida</b>	<b>26-09-15</b>
	<b>VIVENCIA 12: Plan de vida</b>	<b>28-09-15</b>

**FLUJOGRAMA DE ORGANIZACIÓN DEL PROCESO PARA  
DESARROLLAR EL JORNADA**





## 1º. FASE APTITUDES Y CONOCIMIENTOS BÁSICOS:

Esta fase consiste en aplicar estrategias para mejorar la comunicación, debilitada por algunos malos entendidos entre una o más personas de la comunidad educativa, para llegar a un buen entendimiento. En esta fase el desarrollo de las tres vivencias tendrá como indicadores: “expresa sus sentimientos con confianza, se expresa sinceramente.

### SESIÓN N° 01

#### “TALLER 01: INTRODUCCIÓN

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| 1.1. Institución Educativa | : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre |
| 1.2. Lugar                 | : Trujillo  |
| 1.3. Docente Aplicador     | : Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz                               |
| 1.4. Duración              | : 90 minutos  |
| 1.5. Fecha                 | : 05-09-2015 al 26-09-15  |

#### I. Objetivo

Introducir al tema, importancia, y objetivos.  
El comercio o satisfacción de necesidades entre vendedor y cliente.  
Todo acto de vida es un comercio.  
La venta como proceso social la necesidad de vender  
Las habilidades sociales  
Las habilidades personales  
La autoestima, autoconfianza  
La inteligencia emocional  
Tomar conciencia de que todo es posible, solo se necesita desarrollar habilidades que no son de naturaleza cognoscitiva.

#### II. Metodología

1. Exploración de saberes previos: Conozco y analizo.
2. Motivación, presentación del taller y sus objetivos
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a su interpretación.

#### III. Participantes

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.

#### Docentes:

01

#### **IV. Duración**

##### **Inicio (20 min):**

- Saludo de cada participante mediante una dinámica de presentación.
- Presentación del video: “ porque no se pasa del suelo a las cosas”
- Análisis del video: la respuesta ¿Por qué no?
- Listado de ¿Porque No?
- La habilidad de vender en la lista del ¿Por qué no?

#### **V. Desarrollo (50 minutos)**

1. A través del video “**Línea entre soñadores y hacedores BCP**”
2. los participantes hacen su sueño de emprendimiento.
3. Analizan las situaciones sus sueños en base a preguntas
  - ¿Por qué no lo hago?
  - Listan las cualidades
  - Ubican en ellas
  - Habilidad de vender ¿Por qué no?
  - La autoconfianza
  - La autoestima
  - Las motivaciones
  - Las habilidades sociales
  - La técnica de vender
  - “en cada momento de nuestra vida vendemos” ¿Por qué no vendemos nuestro sueño?
  - Convirtiendo lo No en Si

##### **Cierre general (20 min):**

1. Nos autoevaluamos, a partir de los ejercicios desarrollados y respondemos a las preguntas:
  - ¿Porque no?
  - Cantamos la canción (video karaoke) color de esperanza
2. Convirtiendo los no en Sí.

#### **VI. Recursos**

- Participantes.
- Equipo de Sonido.
- Material impreso.

**VII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Mis sueños	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mis habilidades personales</li><li>• Mi inteligencia emocional</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo
Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"><li>• La venta como proceso social la necesidad de vender.</li></ul>	
Porque no	<ul style="list-style-type: none"><li>• Muestra su seguridad en sí mismo</li></ul>	
Convirtiendo el No en Si Saber que se puede	<ul style="list-style-type: none"><li>• Muestra las habilidades sociales</li></ul>	

## LOGROS DE SESIÓN N° 1 – INTRODUCCIÓN

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Díaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	López Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	López Rodríguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Lííibeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodríguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar Ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

# FICHA DE TRABAJO

## ACTIVIDAD

Nombre y apellidos:

---

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Responde las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son tus sueños?

---

---

---

---

2. ¿El emprendimiento puede lograr tus sueños?

---

---

---

---

3.1 ¿Por qué NO?

---

---

---

---

3.2. Sabemos que se puede, convirtiendo los no en sí.

---

---

---

---

## SESIÓN N° 02

### TALLER 02: PSICOLOGÍA DE LA VENTA

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : CETPRO Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 09-09-2015

#### II. Objetivo

1. Entender porque compran los clientes
2. entender las diferentes s motivaciones humanas
3. Determinar las motivaciones del cliente
4. Desarrollar Rapport con el cliente
5. Determinar las necesidades emocionales
6. sintonizar el producto a las motivaciones y armónica con las emociones del cliente
7. Creando necesidades

#### III. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### IV. Duración

##### INICIO (15 min):

- Catamos la canción color de esperanza
- Presentación del taller  
El realismo mágico de las ventas, lo emocional a pesar de lo cognoscitiva

#### V. DESARROLLO (50 min):

- Motivos de compra, necesidades e importancia de las compras. Las otras necesidades por las que se paga más. Necesidades que se regatean y las que no se regatean
- Motivos que pagan y motivos que no pagan. ¿Por qué la diferencia de precios?
- El estado emocional en la venta. Primero el estado emocional y después la venta
- Que es el Rapport y cómo se desarrolla
- Determinar las necesidades emocionales
- Sintonizar el producto a las motivaciones y armónica con las emociones del cliente
- Creando necesidades

##### CIERRE GENERAL (25 min):

1. Ejercicios de rapport

**VI. Recursos**

Proyector  
Laptop  
Material impreso

**VII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Aplicación en la actividad diaria	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiene en cuenta los motivos</li><li>• Tuvo en cuenta las necesidades emocionales</li><li>• Aplico rapport.</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo
El control emocional en las ventas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tiene en cuenta el nivel emocional</li><li>• Resuelve las necesidades del cliente.</li></ul>	



## LOGROS DE SESIÓN N° 1 – PSICOLOGÍA DE LA VENTA

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayán Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Díaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros		0	1	0	1	0	1	0	1	0	4
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Líífbeth	1	0	1	0	1	0	1	0		0	4
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0		0	1	0	1	0	4
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0		0	1	0	1	0	1	0	4
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodríguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar Ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0		0	4
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 03

### TALLER 03: LA COMUNICACIÓN

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 14-09-2015

#### II. Objetivo

La comunicación.  
Tipos de comunicación  
Comunicación no verbal  
Comunicación emocional  
La apariencia

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: conozco y analizo.
2. Motivación, presentación de la vivencia, objetivo
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### INICIO (15 min):

- **Cantamos canción “color de esperanza”**
- Comunicación: Se dialoga sobre la importancia de la comunicación para poder resolver nuestros problemas de manera eficaz, dialogando con los demás.  
¿Qué tanto está seguro que la gente le ha entendido?  
¿Las vías de comunicación: visual, auditiva, sensorial?  
Los estados personales: padre, adulto, niño.

#### VI. DESARROLLO (50 min):

- El lenguaje: 5% cognoscitivo 95% emocional
- Los canales del lenguaje emocional: visual, auditivo, sensorial /practica, video demostrativo
- Los niveles transaccionales: padre, adulto, niño
- Practica /análisis de situaciones

**CIERRE GENERAL (25 min):**

1. Nos autoevaluamos, evaluando nuestras acciones pasadas desde la comunicación emocional, como las hubiéramos hecho con los conocimientos actuales, como haremos en el futuro.

**VII. Recursos**

Proyector  
Laptop  
Material impreso

**VIII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
La comunicación con el cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>• El cliente entiende la forma de comunicación</li><li>• Motiva al cliente para convencer</li><li>• El cliente entiende de manera asertiva</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo

### LOGROS DE SESIÓN N° 03 – LA COMUNICACIÓN

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayán Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0		0	1	0	4
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Lífíbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0		0	1	0	4
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodríguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar Ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 04

### TALLER 04: RECONOCIMIENTO DE SEÑALES Y SIGNOS PERSONALES Y SOCIALES

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 16-09-2015

#### II. Objetivo

En esta vivencia titulada una actividad individual/grupal: “Reconociendo las cualidades de mis compañeros de trabajo”, con el objetivo de que los participantes reconozcan y valoren las cualidades y capacidades de los demás y demuestren respeto por los demás escuchándoles y teniendo en cuenta sus opiniones. Los indicadores para esta sesión: Expresa sus sentimientos con confianza, Inspiro confianza.

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: importancia de desarrollar sentimientos de reconocimiento y de valoración a los demás
2. Motivación,
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### INICIO (15 min):

- Cantamos la canción color de esperanza
- Presentación de los objetivos de la sesión.
- Explicación de Reconocimiento de señales y signos personales y sociales

#### VI. DESARROLLO (50 min):

1. Ley universal: “la emoción y su fisiología”
2. A: Señales y signos del lenguaje emocional : fisiológicos
3. A: Señales y signos del lenguaje emocional : No verbal
4. Reconocimiento facial corporal de los sentimientos

**CIERRE GENERAL (25 min):**

1. Reflexionamos con los conocimientos que tenemos a nuestros clientes y nuestra técnica de ventas.
2. Como lo haríamos ahora
3. Como lo haremos

**VII. Recursos**

Proyector  
Participantes.  
Material impreso

**VIII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Las emociones en las ventas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utiliza diferentes formas de comunicación</li><li>• Se siente convencido el cliente</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo
Nivel de relación	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se interrelaciona con seguridad</li><li>• Maneja sus sentimientos ante los demás</li></ul>	

**LOGROS DE SESIÓN N° 04 – RECONOCIMIENTO DE SEÑALES Y  
SIGNOS PERSONALES Y SOCIALES**

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel		0	1	0	1	0	1	0	1	0	4
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0		0	1	0	1	0	4
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0		0	4
17	20110429	Masías Metendez Angela Líífbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0		0	1	0	4
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodriguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

<b>34</b>	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
<b>35</b>	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>



## SESIÓN N° 05

### TALLER 05: PRÁCTICA

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 18-09-2015

#### II. Objetivo

- Preparar la venta con nuestros clientes y prospectos de acuerdo a los conocimientos impartidos.

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: conozco y analizo.
2. Motivación,
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### **INICIO (15 min):**

- Presentación de los objetivos de la sesión.
- Explicación de la dinámica de trabajo.

#### VI. DESARROLLO (50 min):

- Lista de chequeo:
  - Mide estado emocional
  - Mi autoestima
  - Mi autoconfianza
  - Mi capacidad de Rapport: debo enfocarme en:
    - El canal de comunicación de mi cliente: visual, sensitivo, auditivo
    - El estado transaccional: Padre, adulto, niño
  - Mi lista de reconocimiento de signos:
    - Lenguaje corporal
    - Signos y señales.

- Práctica.

#### **VII. Recursos**

Proyector  
Laptop  
Material impreso

#### **VIII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Capacidad de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acepta la comunicación en la manera que el cliente se exprese</li> <li>• Atiende a los clientes de acuerdo a niveles</li> </ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo
Recepción de la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene la habilidad para entender el lenguaje</li> <li>• Se comunica a través de diferentes medios</li> </ul>	

#### **FASE Desarrollo de Habilidad:**

Esta fase tiene como objetivo específico aplicar los conocimientos de comunicación no verbal emocional e inteligencia emocional a las técnicas de ventas.

### LOGROS DE SESIÓN N° 05 – PRÁCTICA

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Líífbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodriguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 06

### TALLER 06: PROSPECTOS Y SU GESTIÓN

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 21-09-2015

#### II. Objetivo

- Evaluar emocionalmente a los prospecto, clientes
- Determinar su fuente de signos y señales
- Preparar los marcos de comunicación

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: conozco y analizo.
2. Motivación
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### INICIO (15 min):

- Presentación de los objetivos de la vivencia.
  - Se dialoga sobre la importancia de desarrollar conceptos positivos de sí mismos para poder resolver problemas de manera eficaz
  - Presentación del taller desarrollo conceptos positivos de mí mismo  
¿Cuáles son las causas ¿Cuáles son las consecuencias
1. Desarrollamos la caracterización emocional de nuestros clientes: seleccionamos 2 prospectos y dos y lo hacemos en unas tablas
  2. Identificamos en ellos sus signos y señales
  3. Repasamos las veces que nos hemos comunicado con ellos
  4. Determinamos sus canales y estados (PAN)
  5. Preparamos los marcos de comunicación.

##### CIERRE GENERAL (20 min):

1. Reflexionan la nueva manera de ver a sus clientes

## **VI. Recursos**

- Proyector
- Participantes
- Material impreso

## **VII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Características del cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificación de características</li><li>• Identificación de señales</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo
Método para comunicarnos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se determinó los canales de comunicación</li><li>• Métodos para comunicarnos</li></ul>	

## LOGROS DE SESIÓN N° 06 – PROSPECTOS Y SU GESTIÓN

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayán Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Díaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Lúíbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodríguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar Ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 07

### TALLER 07: TÉCNICA DE VENTA

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 23-09-2015

#### II. Objetivo

La comunicación es la herramienta básica que utilizamos los seres humanos para comunicarnos y entendernos.

Utilizar las técnicas emocionales en las técnicas de venta

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: conozco y analizo.
2. Motivación,
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### INICIO (15 min):

- Cantamos la canción color de esperanza
- Introducción al taller

## VI. DESARROLLO (50 min):

- La selección del cliente
- La configuración de este
- Lista de chequeo
- Análisis del entrono
- Abordaje
- Determinación del estado de animo
- Cambio de estado de animo
- Raport
- Introducción emocional del producto
- Sintonización emocional del producto a la necesidad emocional del cliente
- “justificación racional de nuestro producto”
- Aceptación emocional
- Vivencia emocional
- Aceptación racional
- Acuerdo de pago
- Transacción

## **CIERRE GENERAL (25 min):**

Reflexión sobre la dinámica.

## VII. Recursos

- Proyector
- Participantes
- Laptop
- Material impreso
- .

## VIII. Evaluación

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Técnicas emocionales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Motivo al cliente</li><li>• Desarrollo de las habilidades y analisis</li><li>• Organización de espacios participativos</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo
Evaluación de participantes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad del participante en base a vivencia</li><li>• Resultados positivos en la participación</li></ul>	



**LOGROS DE SESIÓN N° 07 - TÉCNICA DE VENTA**

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayán Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Líífbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodríguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 08

### TALLER 08: "CIERRE DE VENTAS"

#### I. Datos Generales:

1.1. Institución Educativa	: Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre
1.2. Lugar	: Trujillo
1.3. Docente Aplicador	: Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz
1.4. Duración	: 90 minutos
1.5. Fecha	: 25-09-2015

#### II. Objetivo

- Determinar la importancia de conocer el producto
- Determinar la importancia de su uso y su función para el cliente
- La función emocional del producto
- La presentación
- La presentación del producto
- La generación de compromiso
- Técnicas de cierre de venta

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: Conozco y analizo.
2. Motivación, presentación de la vivencia, objetivo
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarios.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre.

#### V. Duración

##### **INICIO (20 min):**

- Presentación de los objetivos de la sesión.
- Explicación del taller del trabajo:

## VI. DESARROLLO (50 min):

Realizamos una vivencia grupal, desarrollada de la siguiente manera; en la que tendremos en cuenta que somos capaces de dar y recibir afecto entre compañeros de trabajo.

1. ¿Ha tenido éxito la visita?
2. ¿Ha fallado la presentación?
3. ¿Qué aspecto ha fallado?
4. ¿Ha fallado la determinación de necesidades?
5. ¿Ha fallado la argumentación?
6. ¿Ha fallado el tratamiento de las objeciones?
7. ¿Ha fallado el cierre?
8. Determinar la importancia de conocer el producto
9. Determinar la importancia de su uso y su función para el cliente
10. La función emocional del producto
11. La presentación
12. La presentación del producto
13. La generación de compromiso
14. Técnicas de cierre de venta

## CIERRE GENERAL (20 min):

1. Nos autoevaluamos
2. Se realiza una reflexión sobre lo vivido.

## VII. Recursos

Proyector  
Participantes.  
Laptop  
Material impreso

## VIII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
Resultados finales de la venta	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizó una análisis de resultados</li><li>• Determina la importancia del producto</li><li>• Ventajas del producto</li><li>• Caracterización de aspectos positivos o negativos</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo

**LOGROS DE SESIÓN N° 8- "CIERRE DE VENTAS"**

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes ...	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Líífbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodriguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 09

### TALLER 09: VENTA Y ESTILO DE VIDA

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 25-03-2015

#### II. Objetivo

- Incorporar las habilidades emocionales al estilo de vida
- Incorporar el lenguaje verbal y emocional al estilo de vida

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: conozco y analizo.
2. Motivación, presentación de la vivencia, objetivo
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### INICIO (20 min):

- Cantamos la canción color de esperanza
- Explicación de la dinámica del taller.

#### VI. DESARROLLO (50 min):

- Nuestras actividades diarias
- Nuestras actividades importantes (relaciones con nuestras parejas e hijos, nuestros compañeros de trabajo)
- Consideramos en las anteriores el lenguaje emocional, no verbal
- Leemos los signos y señales de las personas de nuestra vida personal
- Consideramos sus necesidades emocionales

##### CIERRE GENERAL (20 min):

- Nos autoevaluamos, a partir de la comprensión de los procesos claves que hemos desarrollado durante la sesión.
- Se brinda orientaciones generales que se deben asumir para desarrollar las actividades que consoliden la afirmación de nuestro yo.

**VII. Recursos**

Proyector  
Participantes.  
Laptop  
Material impreso

**VIII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Evaluación de la comunicación a utilizar	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evaluamos la comunicación que utilizaremos en nuestra vida diaria</li><li>• Reconocemos la forma de comunicación de nuestro entorno</li><li>• Nivel de relación con nuestro entorno</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo

## LOGROS DE SESIÓN N° 9– VENTA Y ESTILO DE VIDA

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Líífbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodriguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar Ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

## SESIÓN N° 10

### TALLER 10: “PLAN DE VIDA”

#### I. Datos Generales:

- 1.1. Institución Educativa : Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre  
1.2. Lugar : Trujillo  
1.3. Docente Aplicador : Mg. Rosario del Pilar Mestanza de la Cruz  
1.4. Duración : 90 minutos  
1.5. Fecha : 26-03-2015

#### II. Objetivo

- Vivir un nuevo mundo, el mundo de las emociones y del lenguaje no verbal

#### III. Metodología

1. Exploración de saberes previos: conozco y analizo.
2. Motivación, presentación de la vivencia, objetivo
3. Constitución de espacios de carácter reflexivo y participativo, con formas de organización.
4. Evaluación a cada participante en relación a las vivencias realizadas.
5. Consensos en plenarias.

#### IV. Participantes

##### A nivel de Institución Educativa:

35 Alumnos del Centro de Educación Técnico Productivo Víctor Raúl Haya de la Torre

#### V. Duración

##### INICIO (20 min):

- Presentación de los objetivos de la sesión.
- Identificación de normas grupales de trabajo.

#### VI. DESARROLLO (50 min):

- Recocemos un mundo no cognoscitivo, sino emocional
- Todo lo que se mueve y se impulsa no es racional, es emocional
- Sincronizando nuestra vida en la dimensión emocional y no verbal
- Un nuevo día de vida, como nos desarrollamos en nuestro nuevo día emocional.

##### CIERRE GENERAL (20 min):

Cierre de curso.

#### VII. Recursos

Proyector  
Participantes  
Laptop  
Material impreso



**VIII. Evaluación**

<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS</b>
Capacidad de hacer tomar conciencia a sus padres	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es capaz de entender las motivaciones de otras personas</li><li>• Es capaz de expresar los puntos errados de otros sin ofender y respetando su dignidad</li><li>• Es capaz de hacer que los demás lleguen a puntos de consenso</li></ul>	Observación sistemática/ Lista de cotejo

**LOGROS DE SESIÓN N° 10 – “PLAN DE VIDA”**

N°	CÓDIGO	ALUMNOS	INDICADOR										Total
			1		2		3		4		5		
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
7	20110643	Diaz Torres Piero	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
17	20110429	Masías Metendez Angela Lííbeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
31	20099043	Sánchez Rodríguez Janina	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
32	20099041	Susanibar Bazalar ítalo Alfonso	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	5

**RESULTADOS DEL DESARROLLO DE LAS HABILIDADES  
COMERCIALES**

Nº	CÓDIGO	ALUMNOS	SESIÓN 1	SESIÓN 2	SESIÓN 3	SESIÓN 4	SESIÓN 5	SESIÓN 6	SESIÓN 7	SESIÓN 8	SESIÓN 9	SESIÓN 10	TOTAL
1	20111238	Alberca Peña Paola Carolina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	20110893	Ávila Ramírez Mary Leydy	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	20110864	Barbaran Torres Mercedes	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	20110857	Barboza Vargas Ksenia Llojani	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	20110647	Benel Palomino Hared Adein	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	20110645	Capuñay Flores Brayan Mishel	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
7	20110643	Diaz Torres Piero	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	20110642	Flores Pérez Karen Banesa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	20110642	Gómez López Pamela Milagros	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
10	20110543	Gonzales Galan Greisy	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	20110489	Ihuaraqui Pacaya Darwis	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	20110477	López Ahuanari Carla Gioana	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
13	20110470	Lopez Chistama Luis Daniels	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	20110451	Lopez Rodriguez Iliana Josefa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	20110436	Lozano Griffa Alvaro	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	20110430	Macedo Pipa Mauro Rolando	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
17	20110429	Masías Metendez Angela Lííbeth	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
18	20110418	Meza Aliaga Rosa Maritza	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	20110417	Mozombite Azaña Michael Alexander	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
20	20110379	Mozombite Ruiz Alida Victoria	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	20110322	Navarro Rojas Iris Janeth	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	20110287	Rengifo Marina Roy Roger	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
23	20110235	Reyes Cori Jacqueline Milagros	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	20110137	Rodríguez Oxolon Yamilca Amarish	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	20110127	Rojas Ruiz Alinson Mishel	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	20110125	Ruiz Vargas Raquel Delicia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	20110110	Saavedra Zuta Luis Miguel	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
28	20099101	Saldaña Salazar Helly	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	20099100	Salvador Salazar Liz Kelly	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	20099099	Sánchez Huamash Nicanor	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	20099043	Sánchez Rodriguez Janina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

32	20099041	Susanibar Bazalar ítalo Alfonso	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	20092067	Tanchiva Murayari Paola Lizeth	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
34	20081111	Upiachihua Shapiama Juanita Liliana	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	20081006	Vara Mendoza Rafael Reynaldo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50