

Institución:	Manpower Group SA de CV	Sede:	
Nombre del curso	CIMA, Capacitación Integral para Mujeres en Acción	Nombre del instructor:	
Fecha/Periodo	/Julio/2022	Horario:	09:00 a 13:00
Duración:	17 horas		
Características del aula:	Aula con sillas y mesas o pupitres, luz eléctrica, internet, iluminación, ventilación, proyector		
No de participantes:	15	Características de Las participantes:	Mujeres que sepan leer y escribir mayores de edad, desempleadas o que busquen mejorar el empleo actual.
Objetivo General:	Al finalizar la capacitación las participantes tendrán los conocimientos necesarios para desempeñarse en puestos básicos de la Industria de la Hotelera.		
REQUERIMIENTOS			
Humanos: El curso es vivencial, es necesaria la asistencia de las participantes durante el total de horas programadas para el curso.	Técnicos: Laptop, cañón, bocina, una extensión, internet.	Materiales para el instructor: Pizarrón blanco, marcadores, hojas blancas, gel antibacterial, cubre bocas, listas de asistencia, presentación PPT CIMA, materiales para cada dinámica del curso	Materiales para la participante: Infografía

Proyecto CIMA

- **Introducción al Sector de Hospitalidad & Turismo**

Sesión 1
BIENVENIDA

Objetivo particular: Al finalizar la formación del grupo de trabajo, se habrá generado un ambiente de confianza y respeto entre las participantes y la instructora con el fin de facilitar el proceso de capacitación y aprendizaje.

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
	Apertura del curso	La persona facilitadora introducirá a las participantes en los temas del curso	<p>La persona facilitadora (a) introducirá a las participantes al proyecto y les explicara qué es Proyecto CIMA.</p> <p>La persona facilitadora puede mencionar “CIMA, Capacitación Integral a Mujeres en Acción, es una iniciativa de The Trust for the Americas una organización afiliada a la OEA. Cuyo objetivo es capacitar a mujeres de la CDMX y área metropolitana en temas de Hospitalidad para que puedan mejorar sus oportunidades laborales y con ello su calidad de vida”</p>	Técnica expositiva	Carta descriptiva	10 min.
Bienvenida	Presentación del instructor y de las participantes (Integración grupal)	Que las participantes y la facilitadora recuerden el nombre de sus compañeras y con ello puedan lograr mayor confianza y apoyo en el grupo.	<p>Lámina 2 y 3</p> <p>La persona facilitadora (a) dará la bienvenida a las participantes. Les proporcionará las instrucciones para llevar a cabo la dinámica de integración y por último se presentará formalmente.</p> <p>“Hola sean bienvenidas a esta capacitación CIMA, a continuación, les pediré que para realizar nuestra actividad de presentación no anoten nada y solo escuchen con mucha atención.</p> <p>Vamos a simular que iremos a una fiesta y cada una de ustedes debe llevar algo para compartir en la fiesta, pongan mucha atención porque pueden llevar lo que quieran a la fiesta, pero no cualquier cosa. La persona facilitadora es la primera en presentarse y debe decir su nombre y qué cosa llevará a la fiesta ejemplo: (Mi nombre es Laura y llevaré a la fiesta, leones) debe decir su nombre y alguna cosa que inicie con la inicial de su nombre. La persona que se presenta después, repite el nombre de su antecesora y lo que esta llevará a la fiesta y después se presenta de la misma forma que la persona anterior.</p> <p>Ejemplo: Persona 2: Su nombre es Laura y va a llevar a la fiesta leones mi nombre es Brenda y llevaré a la fiesta Brochetas.</p>	Técnica rompe hielo	Instrucciones de la dinámica “La fiesta” Etiquetas para escribir nombres Marcadores	15 minutos

			<p><i>Persona 3: Su nombre es Laura y va a llevar a la fiesta Leones, su nombre es Brenda y va a llevar a la fiesta Broquetas, mi nombre es Karen y voy a llevar a la fiesta licuados. (esta participante, por ejemplo, no va a la fiesta)</i></p> <p><i>Si la persona dice correctamente lo que llevará a la fiesta, es decir menciona una cosa con la inicial de su nombre la facilitadora dirá “muy bien si vas a la fiesta”, pero en caso de no decir algo con la inicial de su nombre entonces le dirá que “desafortunadamente no podrá asistir a la fiesta”. Continuarán la dinámica hasta que la última persona se presente y diga el nombre de cada una de las participantes y las cosas que llevarán cada uno a la fiesta.”</i></p>			
Reglas del curso	Las participantes se comprometerán al cumplimiento de estas a fin de generar mayor participación y un excelente ambiente dentro del grupo.	Lámina 4 La persona facilitadora pedirá a las participantes que agreguen más reglas a la lista, las que estén dispuestas a cumplir <i>“Piensen en reglas que estén dispuestas a cumplir y que también permitan su desarrollo durante la capacitación, puede ser respetar la opinión de las demás etc.”</i>	Técnica discusión	Presentación Laptop Proyector	15 minutos	
Presentación del evento y revisión del objetivo, contenido temático y mecánica de evaluación.	Las participantes conocerán el objetivo general del curso, contenido temático y la metodología de evaluación.	Lámina 5 La persona facilitadora (a) explicará el objetivo de la capacitación y también que se les aplicaran el proceso de evaluación. <i>“A lo largo de la capacitación se desarrollarán algunas actividades que pueden parecer evaluaciones, pero solo cuentan como actividades para reforzar su aprendizaje y que las evaluaciones finales son 3 y se les presentarán en un formulario de google al final de cada Bloque y están nombradas así:</i>	Técnica expositiva		10 minutos	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Evaluación final Introducción al Sector Hospitalidad y Turismo</i> 2. <i>Evaluación final Industria Hotelera</i> 3. <i>Evaluación final Industria Restaurantera “</i> 				

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
	Planteamiento de expectativas	Que las participantes y la facilitadora recuerden el nombre de sus compañeras y con ello puedan lograr mayor confianza y apoyo en el grupo.	<p>Lámina 6 y 7</p> <p>La persona facilitadora (a) pedirá a cada participante que anote qué es lo que esperan del curso y pedirá que de manera voluntaria lo repitan en voz alta al grupo.</p> <p><i>“ahora que ya saben en que consiste esta capacitación por favor anoten sus expectativas o qué es lo que esperan del curso al finalizarlo”</i></p> <p>Se aplicará evaluación diagnóstica de 5 preguntas, con ayuda de google Forms</p>	Técnica expositiva Técnica discusión	Presentación Hojas blancas Plumas o lápices Formulario	10 minutos
Evaluación diagnóstica		Detectar el nivel de conocimiento en los temas a evaluar	<p>La persona facilitadora (a) explica a las participantes que antes de iniciar con el curso deberán responder una pequeña evaluación,</p> <p><i>“Esta evaluación no tiene calificación ya que solo servirá para detectar su nivel de conocimientos respecto a los temas que abordaremos así que no deben preocuparse por las respuestas, solo deben contestar lo que les venga a la mente”</i></p>		Formulario Google Forms	10 minutos

Bloque 1 Introducción al Sector de Hospitalidad & Turismo

Objetivo específico: Al finalizar el bloque las participantes tendrán las herramientas necesarias para reconocer los procesos de un excelente servicio y atención al huésped o comensal.

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
Introducción al Turismo	Servicios turísticos	Las participantes conocerán los inicios del turismo	<p>Lámina 8 y 9 Con ayuda de la presentación La persona facilitadora explicara a las participantes qué es el turismo, dando un panorama histórico en el cuál puede explicar que <i>“La historia es la herramienta intelectual más poderosa que posee la humanidad, porque a lo largo del tiempo define a cada sociedad en particular, crea una identidad y diferencia. Estas diferencias prosperan en el intercambio.”</i></p> <p>Lámina 10 se puede complementar con la siguiente información <i>“Había Coacallis que recibían al pueblo en general y otros que estaban reservados para clases superiores. La diferencia consistía en el tipo de material de su construcción, sus acabados, así como los baños de agua fría. Los Coacallis eran propiedad del Estado quien proporcionaba alojamiento gratuito, la alimentación corría por cuenta del viajero.”</i></p> <p>Lámina 11 La persona facilitadora <i>“puede agregar que En el siglo XVII, el europeo ilustrado Gemelli Careri fue el primer turista en hacer un viaje de placer alrededor del mundo y cuando pasó por México narró su sorpresa por estar frente a las ruinas de Teotihuacán.”</i></p> <p>Lámina 12 La persona facilitadora deberá hacer un análisis de la tabla que se muestra</p> <p>Lámina 13 La persona facilitadora puede <i>“agregar que Su oferta de atractivos va desde los naturales como increíbles paisajes y lugares conformados por lagos, ríos, cascadas, mares, playas, bosques, selvas, desiertos, planicies, montañas, volcanes, cavernas, grutas, flora, fauna, entre otros; hasta la riqueza de un acervo cultural, gastronómico e histórico</i></p>	Técnica expositiva	Presentación Laptop Proyector	50 min.

			<i>privilegiado con impresionantes culturas prehispánicas que embelesan a propios y extraños, a las que se han sumado a lo largo del tiempo otras culturas como la española y francesa por citar algunas.”</i>			
Dinámica “Cuáles son los sitios más visitados en México?”	Fomentar en las participantes la reflexión de los factores que influyen en el turismo de algunos estados de nuestro país.	Lámina 14 La persona facilitadora instara a la discusión en el grupo a fin de que las participantes indiquen cuáles son los lugares que ellas creen son los más visitados por los turistas en nuestro país, a continuación, se muestran: Ciudad de México, Riviera Maya, Cancún, Los Cabos, Guadalajara, Oaxaca, Chiapas, Mérida, Puebla y Guanajuato	Técnica de discusión	Presentación Laptop Proyector	10 minutos	
5 minutos						
Hoteles	La persona facilitadora ofrece una introducción general de la industria hotelera.	Lámina 15-20 La persona facilitadora ofrece una exposición clara y sencilla de los elementos que conforman la industria hotelera abarcando los siguientes temas: -Qué la comprende -Hoteles como parte fundamental de la economía del turismo -Tendencias -Clasificación Lámina 21 – 22 “El tener determinada cantidad de estrellas depende de los siguiente” “1 Estrella: Es un hotel normal, económico, limpio, básico, con pocas o ningunas instalaciones. 2 Estrellas: Es un hotel bueno, limpio, básico con acceso a Internet que cuenta con habitaciones con baño privado y televisión. 3 Estrellas: Es un hotel muy bueno que ofrece comodidad, estilo y un nivel bastante elevado, con servicio de habitación, restaurante, piscina, centro de entretenimiento y sala de reuniones. 4 Estrellas: Es un hotel excelente que ofrece un servicio personalizado de alta calidad, cuenta con varios restaurantes, bares y piscinas, ofrece el servicio de cuarto, valet parking, centro de	Técnica expositiva, equipos de discusión	Presentación en PowerPoint, Laptop, proyector	25 minutos	

			<p>conferencias y servicios de negocios.</p> <p>5 Estrellas: Es un hotel muy sofisticado, exclusivo y con un servicio de muy alta calidad con atención personalizada VIP. Tiene varios restaurantes especializados y gourmet, bares, servicio a cuarto las 24 horas, piscinas, canchas de tenis, campos de golf, spa, gimnasio, entre otras comodidades y atracciones.”</p>			
Dinámica	Verificar el entendimiento en la clasificación de hoteles		<p>Lámina 23 La persona facilitadora explicará a las participantes que deben observar las imágenes de la lámina y clasificar los hoteles de acuerdo a la explicación previa.</p>		Revisar Anexo de dinámicas	10 minutos
Restaurantes	La persona facilitadora introduce a Las participantes en la industria restaurantera. Las participantes comienzan a familiarizarse con términos del medio.	<p>Lámina 24-25 La persona facilitadora presenta mediante una exposición breve y contundente los principios generales de la industria restaurantera, abarca los temas: -Gastronomía</p> <p>Lámina 26 - 32 El producto es el elemento fundamental de la gastronomía. La oferta gastronómica se tiene que basar en productos locales de alta calidad y en el patrimonio cultural y culinario de un destino. El turismo gastronómico permite a los turistas conectar con la cultura local de una forma más experiencial y participativa. -Turista gastronómico -Gastronomía Mexicana -Restaurantes -clasificación de estrellas</p>	Técnica expositiva	Presentación en PowerPoint, Laptop, proyector	25 minutos	

Sesión 2

Objetivo particular: Las participantes conocerán y emplearán estrategias para brindar un servicio y atención a clientes 5 estrellas

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
Servicio y atención a clientes 5 estrellas	La atención y servicio a clientes	Las participantes conocerán los principios básicos para llevar a cabo una excelente atención a clientes	<p>Lámina 33-34 La persona facilitadora pedirá a alguna de las participables que lea la lámina y deberá hacer un análisis de la importancia de este en cualquier lugar que se brinde un servicio El servicio al cliente es la asistencia brindada a tus consumidores antes, durante y después de una compra. <i>“Si no atiendes a los deseos y expectativas de los clientes, lo más probable es que ellos desistan de los productos y servicios de tu empresa y encuentren otra que ofrezca una relación más cercana, inteligente y humana.”</i></p> <p>Lámina 35 La persona facilitadora explicara la lámina mencionando <i>“que la actitud es algo que como individuos debemos mostrar todos los días y se ve reflejado no solo en lo que decimos sino en lo que hacemos influye nuestra comunicación verbal y no verbal”</i></p> <p>Lámina 36 Se pide a otra de las participantes que lea la diapositiva y la persona facilitadora agrega que: <i>“en el mercado actual, las empresas deben ofrecer al menos un nivel competente de servicio al cliente si desean seguir en el negocio. Pero las empresas centradas en el cliente van más allá, colocando al cliente en el centro de todo lo que hacen y todas las decisiones que toman”</i></p> <p>Lámina 37 La persona facilitadora explica la importancia de este método <i>“escucho, pienso, realizo”</i> <i>“y agrega que este es un método eficaz para ponerse en los zapatos del cliente y saber su perspectiva es trazar el mapa del recorrido del cliente y encontrar los</i></p>	Técnica expositiva	Presentación en Power point Laptop Proyector	40 minutos

		<p><i>momentos del proceso que afectan su experiencia general, ya sea de forma positiva como negativa”</i></p> <p>Lámina 38</p> <p><i>La persona facilitadora explicara una por una las cualidades del prestador de servicios poniendo ejemplos de la vida cotidiana para una aplicación más práctica</i></p>			
<p>Importancia de la percepción del cliente</p>	<p>Las participantes reconocerán las actividades importantes para generar una percepción positiva en el cliente sobre el servicio.</p>	<p>Lámina 39</p> <p>La persona facilitadora pedirá a alguna de las participantes lea la lámina y en conjunto explicaran porque es importante este punto</p> <p>Lámina 40 y 41</p> <p>La persona facilitadora explica uno por uno los elementos que alteran la precepción del cliente utilizando ejemplos de la vida cotidiana.</p> <p><i>“La percepción y aprendizaje del consumidor están influenciados por la experiencia personal que tuvo un cliente al comprar y usar un producto o servicio en particular.”</i></p> <p>Lámina 42</p> <p>La persona facilitadora explica cada uno de los puntos mencionados utilizando un ejemplo</p> <p>1. Comunicación clara y directa. Se debe establecer una sana comunicación con nuestros clientes, donde se tome en cuenta las fortalezas de la empresa y los beneficios que se puede ofrecer en cada caso.</p> <p>2.Honestidad. Nunca debemos engañar a un cliente, recuerda siempre que la expectativa que le vendes debe ser cumplida a cabalidad. Un cliente decepcionado es un cliente perdido.</p> <p>3.Conocimiento del cliente. Conoce a tu cliente, mantente informado sobre sus actividades y gustos. Anticiparse a lo que quiere el cliente y ser proactivo puede darte una ventaja frente a otras empresas que ofrezcan el mismo servicio.</p> <p>4.Saber escuchar. Es sumamente importante que estemos atentos, el cliente será el termómetro que mide la excelencia de nuestro servicio y, en consecuencia, la salud de nuestra empresa. Asegúrate de siempre escuchar sus sugerencias y quejas.</p> <p>5.Se creativo y efectivo. Preséntale a tu cliente soluciones novedosas y de una manera rápida y</p>	<p>Técnica expositiva Técnica de discusión</p>	<p>Presentación en Power point Laptop Proyector</p>	<p>30 minutos</p>

			<p>efectiva. Hazle sentir que la satisfacción de sus necesidades es tu prioridad.</p> <p>6. Busca las respuestas. Además de saber escuchar muchas veces tendremos que salir a buscar las respuestas que necesitamos de nuestros clientes para el mejoramiento del servicio. Muchas veces el cliente no sabe bien lo que quiere, así que investiga y</p> <p>7. ofrécele soluciones a inquietudes que ni él sabe que tiene.</p> <p>Lámina 43 La persona facilitadora explica la lámina diferenciando las expectativas y las percepciones del cliente. Expectativas • Puntos de referencia obtenidas previamente por: • Experiencias con los servicios • Lo que el cliente cree que debería suceder. Percepciones • Evaluaciones subjetivas sobre la experiencia con el servicio</p> <p>Lámina 44 La persona facilitadora explica las brechas Brecha 1: La brecha del conocimiento • «Diferencia entre las expectativas del cliente del servicio y la comprensión de la compañía de estas expectativas» Brecha 3: La brecha del desempeño del servicio • «Supone una diferencia entre el desarrollo de los estándares de servicio orientados al cliente y el desempeño real del servicio por parte de los empleados de la compañía». Brecha 4: La brecha de la comunicación • «Ilustra la diferencia entre la entrega del servicio y las comunicaciones externas del proveedor de éste».</p> <p>Lámina 45 La persona facilitadora explica la lámina con un ejemplo de la vida cotidiana <i>“cuando vamos a comprar a tiendas de autoservicio al llegar la caja la persona siempre nos pregunta ¿Encontró todo lo que buscaba? Y lo hace justo porque es la forma de saber si tu como cliente estas satisfecho con lo que ahí ofrecen.”</i></p>			
	Dinámica		<p>Lámina 46 La persona facilitadora pedirá a las participantes que:</p>	Técnica de reflexión	Hojas blancas Lápices o plumas	20 minutos

		<p>1.- Piensa y escribe alguna expectativa que hayas tenido como cliente y que no fue cumplida por lo que tu percepción de calidad cambió.</p> <p>2.- Ahora ponte del lado del vendedor o la empresa que no cumplió tus expectativas, ahora que conoces los elementos que alteran la percepción de calidad, ¿qué les falló? ¿podían hacer algo diferente? O ¿estaba todo en la visión del cliente?</p> <p><i>“Haremos una reflexión sobre sus respuestas”</i></p>			
RECESO 10 MINUTOS					
Calidad en el servicio	Las participantes comprenderán la importancia de brindar calidad en el servicio para lograr mayor número de clientes	<p>Lámina 47-49</p> <p>La persona facilitadora pide a alguna de las participantes que lean la lámina y para dar más claridad pone ejemplos de la vida cotidiana y pide a las participantes que mencionen algún ejemplo</p>	Técnica expositiva Técnica discusión	Presentación en Power point Lap top Proyector	10 minutos
La fidelización del cliente	Las participantes conocerán las diferentes formas de fidelizar a un cliente	<p>Lámina 50</p> <p>La persona facilitadora explica la lámina y complementa con la siguiente información</p> <p><i>“De esta forma, se consigue que los clientes que ya han comprado o consumido en dicha empresa vuelvan a hacerlo, tanto si se trata de productos como de servicios. Además de este consumo recurrente, los clientes fidelizados prefieren esta marca sobre el resto en todo momento y proceso de compra.”</i></p> <p>Lámina 51</p> <p>La persona facilitadora pide a alguna de las asistentes que lea la lámina y le pregunta si ella se considera fiel a alguna empresa o servicio</p> <p><i>“Algunas personas somos fieles a una marca o a algún lugar yo por ejemplo soy fiel a Starbucks me gusta el ambiente y la atención que me brindan y que personalizan mi producto es decir ponen mi nombre en el vaso ahora díganme a qué producto o servicio se han vuelto fieles”</i></p> <p>Lámina 52</p> <p>La persona facilitadora pide que cuente alguna experiencia o momento que demuestre su fidelidad</p> <p>Lámina 53</p> <p>Una vez revisadas cada una de las estrategias de fidelización La persona facilitadora también debe explicar que:</p> <p><i>“El proceso de fidelización del cliente es un fenómeno natural que muchos clientes avanzan por sí solos. Sin embargo, se pueden desarrollar diferentes estrategias</i></p>	Técnica expositiva Técnica discusión	Presentación en Power point Lap top Proyector	20 minutos

			<i>de fidelización del cliente que ayuden a que dicho proceso se realice de forma más ágil y efectiva.”</i>			
Perfiles psicológicos de los clientes	Las participantes reconocerán los perfiles psicológicos de los clientes que les facilitaran la interacción con estos	<p>Lámina 54 La persona facilitadora explica la Lámina</p> <p>Lámina 55 - 57 La persona facilitadora leerá cada uno de los perfiles psicológicos de los clientes y pondrá ejemplos de cada uno de ellos para su mejor comprensión</p> <p>-Amistoso: Es una persona que acepta sugerencias y da la razón al vendedor. -Indeciso: Es una persona que no sabe con exactitud que quiere, por ello es importante brindarle la información necesaria para que pueda decidir -Tímido: Evita mirar a los ojos y trata de mantener cierta distancia física. -Polémico: Se siente superior al personal de ventas y presenta deseos de contradecir. -Escéptico: Destaca los aspectos negativos de productos o servicios y se mantiene a la defensiva. -Ocupado: No tiene tiempo o está apresurado y suele estar haciendo operaciones de forma simultánea por tal motivo pueden ser desorganizados</p>	Técnica expositiva	Presentación Power point Laptop Proyector	20 minutos	
Dinámica	Ponerse en el lugar del cliente y reflexionar sobre las expectativas de satisfacción	<p>Lámina 58 La persona facilitadora explica que cada participante deberá elegir un objeto y asignarle ciertas características para después responder que tipo de cliente sería de acuerdo a las características que le ha asignado, después harán una discusión sobre sus respuestas.</p>	Técnica expositiva Técnica interactiva	Hojas blancas Lápices o plumas Revisar dinámica “El cliente” y ¿Qué tipo de cliente es?	20 minutos	
Objeciones durante el procesos de atención	Las participantes reconocerán la importancia de brindar alternativas de solución a los requerimientos de los clientes	<p>Lámina 59 La persona facilitadora explica con ayuda de la presentación <i>“Como prestadoras de servicios o proveedoras de un producto debemos estar conscientes de que en algún momento del día algún cliente estará inconforme o tendrá alguna objeción sobre nuestro producto o servicio y es aquí en donde aplicaremos también otro de los temas que hemos visto y ese es la amabilidad ya que pese a que e cliente no tenga razón en lo que nos dice nosotras debemos siempre de tener buena</i></p>	Técnica expositiva Técnica interactiva	Presentación Power point Laptop Proyector	25 minutos	

			<p><i>cara, ya que nunca debemos olvidar que nosotras somos la cara de la empresa”</i></p> <p>Lámina 60</p> <p>La persona facilitadora explica los puntos con ayuda de ejemplos de la vida cotidiana y pregunta a las participantes si tienen algún otro ejemplo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El precio no le parece el adecuado: Se le puede explicar que es debido a los materiales de elaboración del producto o la zona en la que se encuentra el servicio. • No necesita lo que estás ofreciendo: A todas nos ha pasado que nos ofrezcan algo que en el momento no necesitamos, pero si el vendedor nos explica paso a paso los componentes del producto o del servicio muchos hemos comprado ese producto o servicio. • No te conoce o no confía lo suficiente: por eso es muy importante el cómo nos acercamos a las personas, recuerda siempre presentarte, ojo hay momentos en los que no aplica ejemplo: cuando vas a la tiendita de la esquina el tendero no se presenta porque no es necesario • No es el momento apropiado para el cliente: Por eso es importante observar todo lo que ocurre alrededor del cliente • Una característica concreta del producto no le gusta: • No le convence el servicio. 			
<p>Reclamaciones y resoluciones</p>	<p>Las participantes comprenderán la importancia de mantener una actitud de servicio ante diferentes escenarios de reclamación y resolución</p>	<p>Lámina 61</p> <p>La persona facilitadora explica la lámina con apoyo de algún ejemplo particular</p> <p><i>“hace poco una persona hizo viral la queja que había mandado a una marca de papas fritas y describió como la marca una vez que recibió su queja de inmediato la compenso enviándole un paquete con productos como compensación, la marca quedo bien ante miles de personas que nos enteramos de lo que había sucedido y también fidelizo a un cliente que recibió respuesta a su reclamación”</i></p> <p>Lámina 62</p>	<p>Técnica expositiva Técnica discusión</p>	<p>Presentación Power point Laptop Projector</p>		<p>45 minutos</p>

			<p>La persona facilitadora explicará cada uno de los puntos y agregar lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- <i>realizar promesas que no sabemos si podremos cumplir es un hábito frecuentemente utilizado para evadir un problema o quitarnos de encima a un cliente pesado.</i> 2.- <i>Aquellas empresas que quieran dar valor a su servicio deberán saber gestionar el tiempo de sus clientes.</i> 3.- <i>Tenemos que intentar emocionar a nuestros clientes mediante la gestión continua de pequeños detalles.</i> 4.- <i>Los elementos de comunicación verbal, y especialmente no verbal (una sonrisa, la mirada, los gestos, etc.) tienen una gran importancia en este sentido.</i> 5. <i>Se tiene que intentar dar el mejor servicio posible a todos los clientes y todos los días. Para esto es importante que todo el mundo sepa lo que tiene que hacer y cuáles son los niveles de calidad esperados. Los clientes quieren ser atendidos con los cinco sentidos, y solo la profesionalidad nos da garantías de que los vamos a utilizar.</i> 6. <i>Esto pasa por no engañar nunca al cliente, lo que puede obligarnos a renunciar a la venta de algún servicio en un momento determinado. Es más prioritario conseguir clientes que conseguir ventas.</i> 7. <i>Respetar la confidencialidad: Recordar los avisos de privacidad de datos</i> 8.- <i>le acompaña con la mirada ofreciéndose a ayudarlo en lo que necesita e invitándole a que le comenté cualquier cosa.</i> 9. <i>Uno de los principales motivos por los que los clientes abandonan una empresa es por falta de comunicación.</i> 10. <i>Reaccionar frente al error: En esta área el cliente analiza qué tipo de actitud toma la empresa cuando comete un error. Si se reacciona bien, podemos hacer que el error sea un elemento que ayuda a aumentar aún más la satisfacción de los clientes.</i> <p>Lámina 63</p> <p>La persona facilitadora además de explicar la lámina explicará el concepto de queja.</p> <p><i>El concepto de “queja” tiene una connotación negativa para la mayoría de nosotros, ya que a nadie le gusta</i></p>			
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

oír lo que hacemos mal. Lo primero que hay que hacer para aplicar una política de gestión de las quejas, es crear una actitud positiva hacia las mismas.

El objetivo es establecer un canal de comunicación directo que vaya desde la mente del cliente a los oídos de la empresa.

Lámina 64

La persona facilitadora explica la lámina con algún ejemplo de la vida cotidiana y agrega:

3. Somos conscientes de que hay reclamaciones que no pueden ser resueltas, pero a pesar de esto, el cliente quiere ser escuchado y que se sepan sus sentimientos.

- *Dar las "gracias" al cliente por comunicarnos el problema ya que esto nos permitirá ayudarlo y dar un mejor servicio a todos los clientes.*

- *Disculparse por el error y transmitirle que nos ponemos en su lugar y entendemos su enojo y el inconveniente causado.*

- *Hacer algo con respecto al problema.*

- *Solicitar del cliente la información necesaria para poder solucionar el problema (condiciones en las que ha ocurrido, horario, lugar, personas involucradas, etc.)*

- *Corregir el error si se puede o delegarlo a las personas que tienen capacidad para solucionarlo.*

- *Comprobar posteriormente si el cliente está satisfecho con la solución.*

Puede utilizar el ejemplo anterior.

Lámina 65

La persona facilitadora deberá hacer énfasis en los tres puntos mencionados ya que esta información les servirá en cualquier momento que se encuentren brindando algún servicio

Sesión 3

Objetivo particular: Las participantes reconocerán los diferentes medios de comunicación para brindar un excelente servicio

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
Comunicación	La comunicación verbal: mensajes facilitadores	Las participantes podrán identificar los diferentes tipos de comunicación que existen y por medio de los cuales ellas podrán ofrecer un servicio o producto.	<p>La persona facilitadora ofrece un recorrido desde la lámina 66 y hasta la 67 pero significativo por los principales temas que se abarcaran dentro de la comunicación.</p> <p>Lámina 68 La persona facilitadora explicará con apoyo de la siguiente información los elementos de la comunicación: <ul style="list-style-type: none"> •EMISOR: persona que emite la información. •RECEPTOR: persona que recibe la información. •MENSAJE: contenido de la comunicación. •CÓDIGO: lenguaje determinado; palabras, signos escritos, gestos.... •CANAL: vehículo que transporta el mensaje entre el emisor y el receptor. •BARRERAS: actitudes personales, prejuicios, ruidos, no ser el momento adecuado...que dificultan la comunicación. •FEED-BACK: mensaje de vuelta para confirmar que la comunicación va bien. </p>	Técnica expositiva	Presentación power point Laptop Proyector	50 minutos
	Comunicación verbal		<p>Lámina 69 y 74 La persona facilitadora explica con claridad el tema Puede pedir apoyo del grupo para leer alguna lámina y en conjunto hacer la reflexión. Explicar la importancia de El tono: Un tono brusco o tenue Volumen: La fuerza con la que decimos las palabras para que el receptor pueda escuchar con claridad, gritar, hablar con un volumen muy bajo. Ritmo: La velocidad con la que digo las frases, poner un ejemplo Modulación: Saber en qué momentos aumentar o bajar la voz</p>			30 minutos
	Comunicación no verbal		<p>Lámina 75 y hasta 78</p>			15 minutos

			La persona facilitadora es el responsable de dar la explicación pero puede pedir apoyo para leer a las participantes y de vez en cuando preguntarles si todo está claro			
	Dinámica	Favorecer la comunicación y la escucha. Analizar las limitaciones de una comunicación unidireccional	<p>Lámina 79</p> <p>La persona facilitadora guiará al grupo en la dinámica El grupo se dividirá por parejas y se situarán espalda contra espalda, sin tocarse.</p> <p>La persona facilitadora entregará un dibujo formado por figuras geométricas básicas (cuadrado, círculo, triángulo...).</p> <p>La persona que lo está viendo tratará de dictarle a su pareja el dibujo, y ésta lo irá haciendo sin poder hacer preguntas, ni hablar.</p> <p>En la segunda ronda el participante que está dibujando podrá hacer preguntas sobre cómo es: más grande o más pequeño, a la derecha o a la izquierda, etc.</p> <p>Una vez acabado, se comparará el dibujo real con el realizado por los participantes.</p> <p>Se invitará a la reflexión sobre las barreras de comunicación y lo que aprendieron sobre comunicarse y retroalimentarse con el otro.</p>	Técnica discusión	Presentación en Power point Proyector Laptop Revisión de Dinámica "Comunicación"	10 minutos
RECESO 15 MINUTOS						
	Comunicación escrita	Las participantes conocerán la importancia de la comunicación escrita en su vida diaria	<p>Lámina 80</p> <p>La persona facilitadora con apoyo de la presentación explica el tema</p> <p>Lámina 81</p> <p><i>La persona facilitadora se puede apoyar de los siguiente:</i></p> <p>1- ¿Por qué escribo?</p> <p>Toda acción comunicativa debe tener, al menos, un objetivo claro y conciso. Este es el punto de partida sobre el que se construye todo lo demás. En el caso de un texto escrito la finalidad puede ser informar, invitar, certificar, instruir, etc. Definirla es el primer paso.</p> <p>2- ¿A quién escribo?</p> <p>Quién o quiénes serán los receptores del texto, qué conocimiento tienen del idioma, del tema a tratar, qué respuesta se espera de ellos. La identificación de la audiencia condicionará otros aspectos, como el registro del lenguaje, el nivel léxico, el formato, o el grado de formalidad.</p>		Laptop Presentación en Power point Proyector Proyector	40 minutos

			<p>3- ¿Qué papel desempeña en la emisión del texto? El redactor debe tener claro cuál es su rol, en calidad de qué escribe. Puede actuar a título personal, en representación de terceros (un cliente, una entidad...) o como mero transmisor de una notificación. El tono del escrito no será el mismo en unos casos que en otros y el nivel de responsabilidad sobre lo que se escribe tampoco.</p> <p>4- ¿Qué formato debo elegir? Dependiendo de las respuestas a las cuestiones anteriores, se elegirá para el texto un formato diferente, con un cuidado diseño, que en cada caso será distinto: una carta, un informe, una invitación, un e-mail, un saluda, etc. El propio formato también transmite un mensaje paralelo de mayor o menor formalidad, interés y credibilidad.</p> <p>5- ¿Cuáles son las ideas que quiero comunicar?</p>			
	<p>Barreras de la comunicación</p>	<p>Las participantes conocerán las diferentes barreras de comunicación a las que se pueden enfrentar mientras brindan un servicio.</p>	<p>Lámina 82 La persona facilitadora explica las barreras de la comunicación <i>“Todos nos comunicamos diariamente con las demás personas, y de maneras distintas. Lo hacemos, incluso, en ausencia de lenguaje oral (pensemos, por ejemplo, en algunos niños con autismo, que utilizan sistemas alternativos de comunicación). A través de la comunicación expresamos ideas, sentimientos, deseos, emociones... es por ello que resulta algo imprescindible para convivir en sociedad. Pero... ¿la comunicación es siempre un proceso claro y fluido? ¿El mensaje siempre llega adecuadamente a su(s) destinatario(s)?”</i></p> <p>Lámina 83-85 La persona facilitadora explica de forma clara y con ejemplos <i>“un ejemplo puede ser los modismos que se tienen en algunas localidades que, aunque son del mismo país e incluso se habla el mismo idioma tienen significados diferentes que pueden dificultar la comunicación.</i></p> <p>Lámina 84 Barreras semánticas Están relacionadas con el significado de las palabras, por ejemplo: en estados del norte a las salchichas les dicen winis mientras que en CDMX son salchichas</p>		<p>Presentación en Power point Proyector Laptop</p>	<p>50 minutos</p>

			<p>Barreras psicológicas Tienen que ver con el estado emocional o la personalidad, si la persona está llorando, enojada etc.</p> <p>Barreras fisiológicas Determinadas por condiciones médicas o enfermedades transitorias, una persona ciega, muda e incluso con discapacidad motriz.</p> <p>Barreras físicas Están relacionadas con el entorno en el que se encuentran las personas, los ruidos que se pueden originar en algún establecimiento, música muy alta</p> <p>Barreras administrativas Tiene que ver con los canales a través de los cuales se transmite el mensaje, puede ser el uso de QR algunas personas no tienen datos y si el establecimiento no les provee red WIFI el cliente vive una mala experiencia</p>			
	Comunicación en la atención telefónica	Las participantes conocerán en que consiste la comunicación en la atención telefónica.	<p>Lámina 86-89 La persona facilitadora explica con ayuda de la presentación <i>“La persona facilitadora explicara la importancia de estar atento a los sonidos y todo lo que sucede cuando recibimos la llamada de un cliente”</i> <i>“es importante que al momento de recibir la llamada recuerden los puntos que hemos revisado en atención al cliente ya que todo va ligado”</i></p>		Presentación en Power point Proyector Laptop	30 minutos

Sesión 4 Imagen personal

Objetivo particular: Las participantes identificarán la importancia de la imagen personal en su día a día y el impacto que puede tener en sus relaciones laborales.

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
	¿Qué es la imagen?	Las participantes sabrán identificar qué es la imagen y porque deben preocuparse de ella.	<p>Lámina 90 La persona facilitadora explica la Lámina</p> <p>Lámina 91-94 La persona facilitadora explica la importancia de la imagen personal</p>	Técnica expositiva	Presentación en Power point Proyector Laptop	20 minutos
	Dinámica	Invitar a las participantes a la reflexión sobre la imagen personal y lo que ésta proyecta	<p>Lámina 95 La persona facilitadora</p>	Técnica discusión	Presentación en Power point (lámina 87)	35 minutos

Imagen personal			<p><i>“explica a las participantes que deberán escribir que les proyectan las personas de las imágenes. Las participantes deberán observar las imágenes en la diapositiva y decir qué opinan de su imagen contestando a preguntas como:</i></p> <p><i>¿En qué trabaja?</i></p> <p><i>¿Qué pensaría un cliente al verla?</i></p> <p><i>¿Crees que la imagen habla del trabajo de la persona o por qué es importante cuidarla?”</i></p> <p>Al finalizar se hará una reflexión con sus respuestas</p>		<p>Proyector Laptop Revisar dinámica “¿Qué te proyectan estas personas?”</p>	
			<p>Lámina 96 La persona facilitadora pedirá a las participantes respondan las siguientes preguntas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Realmente importa la primera impresión? La vista es más rápida que el oído. 2. ¿Tener una buena imagen es sólo cuestión de saber de moda y estilo? 3. ¿Se puede cambiar la imagen de una persona o empresa? 4. ¿Mi imagen influye en la conducta de los demás hacia mí? 	Técnica Discusión	<p>Presentación en Power point (lámina 87) Proyector Laptop</p>	30 minutos
			<p>Lámina 97 La persona facilitadora explicará la Lámina</p> <p>Lámina 98 La persona facilitadora explicará la lámina y pondrá ejemplos de la vida cotidiana. <i>“podremos utilizar el ejercicio de autoestima, para determinar cada uno de estos puntos”</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Saber realmente quién soy.</i> • <i>Identificar cómo reacciono ante las dificultades: estrés.</i> • <i>Cómo reformular planes y vivencias, mi autoimagen y valoración.</i> • <i>Conocer qué es lo que quiero y lo que no.</i> • <i>Resulta más sencillo trazar objetivos, metas y planes.</i> <p>Lámina 99 Se pide a alguna de las participantes que lea la lámina y explique en que consiste y en caso de no tener una respuesta se pide al resto del grupo apoye la persona facilitadora puede complementar con:</p>			30 minutos

			<p><i>“ Es importante que recordemos que lo que decimos debe coincidir con lo que hacemos, eso sin duda hará que la gente confié en nosotras ya que cuando se finge es muy notorio en cualquier persona.”</i></p>			
RECESO 10 MINUTOS						
Importancia de la primera impresión			<p>Lámina 100 La persona facilitadora explica la lámina y pone algún ejemplo dela vida cotidiana para su mejor comprensión <i>“Una de las primeras cosas en las que se fija cualquier persona al conocer a otra es en los zapatos, si están sucios principalmente y de ahí hace un juicio sobre ella; es descuidada, no da importancia a los detalles, no le da la importancia ni al lugar al que se presenta ni a la persona con la que se entrevistará. Por eso es muy importante como nos vestimos el primer día”</i></p> <p>Lámina 101 La persona facilitadora explica la Lámina</p> <p>Lámina 102 La persona facilitadora explica cada uno de los puntos del FAC Funcional: Si trabajo como instructora debo usar traje de baño. Acertada: Uso prendas apropiadas, si trabajo como instructor de natación entonces debo usar traje de baño no bikini Cómoda: Me permite estar cómoda dentro de mi área de trabajo</p> <p>Lámina 103 La persona facilitadora explica que la manera de vestir influye en la entrevista <i>“por ejemplo si voy a ir a trabajar a un banco no llevo a la entrevista en JEANS y sandalias.”</i></p> <p>Lámina 104 La persona facilitadora pide a alguna de las participantes lea la lámina e insta a que platiquen alguna experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infórmate sobre la empresa a la que vas a entrar. • Que tu vestimenta vaya acorde con la imagen y el puesto donde quieres trabajar. 	Técnica explicativa	Presentación en Power point Proyector Laptop	35 minutos

			<ul style="list-style-type: none"> • Aprende a combinarte las prendas y complementos. • La discreción será tu mejor aliada. • Tu imagen transmite tus valores. 			
	<p>La importancia de la apariencia del personal</p> <p>Dinámica</p>	<p>Destacar la importancia de la apariencia mediante imágenes contrarias</p>	<p>Lámina 105 La persona facilitadora explica los puntos del cuidado personal con ejemplos de la vida cotidiana <i>“Debemos poner especial cuidado en nuestro arreglo y cuidado personal ya que recuerden ustedes serán la imagen de la marca la gente recordara a la marca y el servicio recibido a través de ustedes”</i></p> <p>Lámina 106 Se pide a las participantes pongan atención en las imágenes para realizar la dinámica Las participantes comentarán que piensan de las imágenes que ven en la diapositiva y cómo esos descuidos en la apariencia personal influyen en la vida diaria de las personas y en sus relaciones laborales</p> <p>Lámina 107 La persona facilitadora explica cada uno de los puntos y su importancia durante su desempeño laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aseo personal- eres la imagen del producto o servicio por eso es fundamental. • Maquillaje y peinado discreto: El maquillaje extravagante o muy llamativo puede ser algo que nos guste mucho, sin embargo, no es apropiado utilizarlo en nuestro centro de trabajo claro si soy la diseñadora de alguna marca o de ropa puedo usarlo ya que refleja mi creatividad en el trabajo • Uniforme limpio y planchado • La postura <p>Lámina 108 La persona facilitadora explica cada uno de los puntos de las fallas en la imagen personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un apretón de manos blando. • Falta de contacto visual, especialmente durante el saludo. 	<p>Técnica explicativa</p>	<p>Revisar dinámica “La importancia de tu apariencia personal”</p>	<p>30 minutos</p>

			<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de sonrisas. • Falta de entusiasmo durante la presentación. • Ropa arrugada. • Manchas en la ropa. • Cabello sucio o despeinado. • Uñas sucias. • Zapatos estropeados y sucios. • Dientes sin lavar- mal aliento. 		Presentación en Power point Proyector Laptop	
	Amabilidad y cortesía		<p>Lámina 109- 111 La persona facilitadora explica cada uno de los puntos poniendo algunos ejemplos de la vida Cotidiana.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida al huésped. • Saludar. • Sonreír. • Poner atención a la palabra del cliente. • Ver a los ojos y de frente. • Tratar al cliente con respeto y de usted. • Al hablar con el huésped hacerlo en forma amable, entusiasta y cortés. • Responder rápida y eficientemente a las preguntas de los clientes o compañeros. • En caso de no saber la respuesta ayudarse con otros compañeros. • Pedir ayuda al jefe inmediato cuando se tienen muchos clientes y no pueden atender con rapidez. • Anticipar las necesidades de los clientes. • Ceder el paso a los clientes. • Guardar la “distancia” con los clientes. • El cliente es primero, se debe dar prioridad a su atención. • No abrumar al cliente. • Ser discreta. • Ofrecer ayuda a ancianos, niños o personas con discapacidad. • Ser amable y atento con los clientes o personas que llaman por teléfono. • Decir por favor y gracias. • Cuidar el vocabulario, gestos y expresiones corporales. <p>Lámina 112 La persona facilitadora explica cada uno de los puntos</p>	Técnica explicativa		15 minutos

			<ul style="list-style-type: none"> • Valorar al cliente Ser positivo (jamás hacer comentarios negativos del hotel ante el cliente) • Ser responsable. • Ser puntual. • Ser honrado. • Ser buen compañero(a). • Tener respeto para los compañeros. • Trabajar en equipo. • Unión con sus compañeros y jefe de departamento. • Deseo de aprender. 			
	Dinámica	Destacar la importancia de la autoestima y su relación con nuestra imagen. Lograr que las participantes proyecten a través de su imaginación la mejor versión de ellas	<p>Lámina 113 La persona facilitadora explica que con recortes de revista las participantes crearan su imagen ideal. Para dar respuesta a la pregunta ¿Qué quieres proyectar? Al menos 5 participantes explicaran su collage y todo lo que desean proyectar.</p>	Técnica interactiva grupal	Presentación en Power point Proyector Laptop Revistas viejas Pegamento Hojas de rota folio Revisión de dinámica “¿Qué imagen quieres proyectar?”	35 minutos

Sesión 5 Iniciativa en el aprendizaje

Objetivo particular: Las participantes conocerán la importancia de la iniciativa en el autoaprendizaje para mejorar sus habilidades personales

Tema	Subtema	Objetivo (s) específico (s)	Actividad de aprendizaje	Técnica instruccional	Recursos	Tiempo
Iniciativa en el aprendizaje	¿Cuál es la importancia del autoaprendizaje?	Las participantes conocerán la importancia del autoaprendizaje en su vida diaria y en la laboral	<p>Lámina 114 y 117</p> <p>La persona facilitadora introduce los temas del curso de forma clara y precisa</p> <p><i>“Puedes explicar que una manera de mejorar en algo es grabándose haciendo alguna acción, para después escuchar o ver la grabación. Con ello podrán reconocer errores y así corregir, también pedir feed back de alguno de los compañeros hace que tengan otras perspectivas sobre lo que están haciendo y puedan mejorar.</i></p> <p><i>Los audios les permitirán modular su voz, escuchar el tono en el que dicen las cosas y saber cómo se sentiría una persona al ser atendida por ellas”</i></p> <p>- ¿Cuál es la importancia del autoaprendizaje? * ¿Cómo iniciar tu viaje en el autoaprendizaje?</p> <p>-Métodos populares -Videos -Plan para el aprendizaje</p>	Técnica explicativa, Técnica de Reflexión	Presentación en PowerPoint, laptop, proyector	15 min.
	Recursos para el autoaprendizaje	Las participantes se aproximan al término del Autoaprendizaje y su importancia, lo expresan de forma sencilla con sus propias palabras.	<p>Lámina 118 -119</p> <p>La persona facilitadora Expone de forma sencilla el tema, se apoya del material audiovisual, invita a la participación. Los métodos más populares son</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mapas mentales 2. Mapas conceptuales <p>Hay diferentes tipos de video que puedes utilizar.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. YouTube Aprendizaje 4. TEDx 5. Google Videos 	Técnica explicativa, Técnica de Reflexión	Presentación en PowerPoint, laptop, proyector	20 minutos

	Dinámica Plan de autoaprendizaje	Desarrollar un plan de autoaprendizaje en el que las participantes se comprometan consigo mismas en su proceso de aprendizaje autónomo y proactivo.	Lámina 120 La persona facilitadora explica que las participantes deben elegir un tema que quiera aprender o un proyecto que desea emprender y responder a las preguntas del cuadrante: ¿Qué? (quiero aprender realizar) ¿Cómo, ¿Por qué?, ¿Para qué? y ¿cuál será el proyecto práctico?	Técnica discusión	Revisar Anexo de dinámicas, dinámica Plan de autoaprendizaje	25 minutos
	Proactividad y trabajo en equipo	Las participantes comprenden el concepto y la importancia de la Proactividad,	Lámina 121 -123 La persona facilitadora puede pedir a las participantes que cuenten alguna situación en la que ellas debieron poner en práctica su proactividad. <i>“Bien ahora que ya saben que significa ser proactiva, díganme ¿en qué situaciones consideran ustedes han puesto en practica esto?”</i> La persona facilitadora explica de forma coherente y sencilla los conceptos: -Proactividad y trabajo en equipo -Cooperación en el trabajo en equipo <i>Promueve la participación.</i>	Técnica explicativa, Técnica de Reflexión	Presentación en PowerPoint, laptop, proyector	30 minutos
	Casos de éxito	Las participantes se motivan al escuchar experiencias reales de éxito gracias al autoaprendizaje.	Lámina 124-125 La persona facilitadora comenta con las participantes historias de éxito reales de personas que han crecido en su trabajo gracias al autoaprendizaje. <i>Ahora les contare la historia de Norma: Norma es una mujer que hace once años se divorció de su esposo. Cuando esto sucedió sintió que el mundo se le venía encima ya que tenía 3 hijos pequeños, un hijo de 1 año de nacido un hijo en primaria y otra en secundaria y ella nunca había trabajado así que no tenía experiencia en nada.</i> <i>Tuvo una fuerte depresión, pero su familia estuvo muy cerca de ella tanto que le recomendaron tomar terapia en ella recordó lo mucho que le gustaba jugar futbol y unos meses después de su separación se integró a un equipo de futbol.</i> <i>Otra de sus amigas al saber que no tenía trabajo la recomendó con un chef, que estaba solicitando ayudante de cocina, Norma se reusaba a solicitar el puesto pues no se sentía capaz de cubrir el perfil sin embargo un día cuando sitio que ya no podía más se animó y fue a la entrevista y confió en que todos en la familia y gente que conocía siempre le decían que</i>	Técnica explicativa	Presentación en PowerPoint, laptop, proyector Historias de éxito	30 minutos

cocinaba rico. El chef le explico que tendría que trabajar en horario nocturno y solo 3 días a la semana. Para ella esta fue una gran noticia ya que en el día podría cuidar a sus hijos y al mismo tiempo ganar dinero para cubrir los gastos.

Acostaba a los niños y salía a trabajar para volver antes de que despertarán y poder prepararles el desayuno antes de llevarlos a la escuela. Vivió en esta dinámica por 9 años, pero este trabajo le ha permitido estar pendiente de sus hijos y también generar recursos para su familia. Actualmente su hija mayor esta por graduarse de la carrera de gastronomía y sus otros hijos siguen estudiando.

Naomi es una mujer de 45 años madre soltera, actualmente tiene una hija de 19 años y ella es camarista desde hace 5 años en un hotel de mucho prestigio.

Durante 15 años trabajo como guardia de seguridad este trabajo le permitía sacar adelante a su hija sin embargo constante su vida corría peligro así que cuando su hija cumplió 15 años decidió dejar ese trabajo y por recomendación de una amiga entro a trabajar a este hotel.

En sus palabras: "Me gusta mucho mi trabajo por eso llevo tanto tiempo aquí. Y me gusta porque es muy tranquilo no me preocupo de que algo me pueda pasar y sé que volveré a mi casa.

A mí me gusta mi puesto y trabajar aquí pero también he pensado que se sentirá trabajar en un hotel en la playa, eso me gustaría"

"¿Ahora reflexionemos, díganme qué les parecen estas historias?"