



MÓDULO DE CAPACITACIÓN

Mercadeo • Finanzas • Gerencia

NIVEL 1





MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
Nivel 1 Sesión #1: ¿Qué es un cliente?		
OBJETIVO(S):		
MKT.1.1: Reconocer al cliente		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
40 minutos	Imágenes impresas de individuos, imágenes impresas de grupos de personas, imagen impresa de un producto. <i>(hay ejemplos de imágenes en el anexo)</i>	Cliente/consumidor, segmentación, mercado objetivo
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
1. Introducción al cliente/consumidor (5 minutos) a. C- Presenta la definición del cliente: un consumidor/a es la persona que compra tu producto porque les proporciona algún beneficio. b. C- Comparte la importancia de compartir quién es tu cliente: es importante orientarte hacia las personas adecuadas, porque esto agregará valor a tus productos y hará que sea más fácil venderlos. 2. Introducción al concepto: Segmentación (5 minutos) a. C- hablar sobre diferentes grupos de clientes. i. P: Actividad: Trata de lograr que el grupo divida los diferentes segmentos del mundo. Pídeles ejemplos a nivel micro.		



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

1. C: Ejemplos del nivel micro: Grupos etéreos, grupos por género, grupos étnicos, situación financiera, geográficos, varios negocios, etc. (Puedes dar estos ejemplos si no comprenden o si les cuesta enumerar los ejemplos).
- b. C: Explica cómo comprender todos los diferentes segmentos es importante porque, dependiendo de las líneas de productos, podrás orientarlas hacia diferentes mercados. Además, hay que comprender cuáles segmentos están desperdiciando tu tiempo, productos, y dinero.
- c. P - Actividad: mostrar imágenes de personas diferentes, y hacer que todo el mundo las agrupe en los segmentos específicos. (10 minutos)
 - i. Proporciona 5 imágenes de adolescentes, 5 imágenes de personas mayores, 5 imágenes de hombres en ternos, 5 imágenes de madres, 5 imágenes de atletas.
 1. Pídeles que segmenten correctamente a las personas en sus mercados específicos.
3. Introducción al concepto: Orientarse hacia el mercado objetivo (5 minutos)
 - a. C – habla sobre cómo las diferentes personas tienen deseos / necesidades específicas.
 - i. Ejemplo 1: las personas que viven en un lugar frío necesitan ropa más doble (chompas, pantalones gruesos, bufandas, fibras como lana, etc.) y las personas que viven en un lugar cálido necesitan ropa más liviana (vestidos, camisas de manga corta, fibras como algodón, etc.). Si tú tuvieras un negocio alpaquero, ¿hacia cuál segmento te orientarías?
 - ii. Ejemplo 2: las personas que viven en las ciudades modernas tienden a usar ropa más elegante, mientras que las personas que viven en comunidades rurales usan ropa más casual. Si tu negocio hiciera vestidos de seda, ¿hacia cuál segmento te orientarías?
4. Actividad (10 minutos)
 - a. C – mostrará una imagen de un producto popular/conocido para el grupo y varias imágenes de diferentes segmentos. Facilita la conversación sobre quiénes piensan que comprarían el producto.
 - b. Ejemplo: muestra una imagen de zapatos deportivos e imágenes de un grupo de comerciantes mujeres, un grupo de atletas, un grupo de agricultores/as, y un grupo de infantes. Pregunta al grupo quiénes tendrían mayor probabilidad de comprar el producto.
5. Tomar la lección (5 minutos)



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

- a. **C** – pregunta al grupo quiénes creen que serían los mercados objetivo de su negocio y hazles explicar por qué. (5 minutos)

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta el final de la sesión, las/los participantes sabrán cómo segmentar diferentes mercados y qué hacer para orientarse hacia los mercados específicos.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
Nivel 1 Sesión #2: ¿Qué es un competidor?		
OBJETIVO(S):		
MKT.1.2: Reconocer a la competencia, Puntos de Paridad en el sector y Puntos de Diferencia en sus productos.		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
35 minutos	Bolígrafos / marcadores, papel	Competidor, Puntos de Paridad, Puntos de Diferencia
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
1. Introducción a la competencia (5 minutos) a. C – comparte una definición: un competidor es una persona jurídica / natural que vende el mismo tipo de productos como tú y se orienta hacia el mismo segmento del mercado.		



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

- b. **C** – comparte por qué necesitamos esto: Es importante comprender quiénes son tus competidores directos, para que tu negocio pueda mejorar sus productos para mantenerse competitivo.
2. Introducción al concepto de los Puntos de Paridad (10 minutos)
 - a. **C** – comparte una definición de los Puntos de Paridad (POP) y un ejemplo: El punto de paridad es un atributo del producto que **deberá incluirse** para que el producto pueda venderse o pueda circular en el sector. Por ejemplo, si un negocio quiere vender pasta de dientes, se supone que crearán un dentífrico que hace que tenga mejor olor el hálito del cliente y limpie sus dientes. Estos dos atributos son imprescindibles para que la pasta pueda competir en el mercado.
 - b. **C** – explica la importancia de comprender los POP: Es importante comprender los POP porque ayudará a reconocer los componentes que son necesarios para mantener la pertinencia dentro del sector.
3. Actividad (5 minutos)
 - a. **C** – comparte otro ejemplo de un POP en un producto. Esta vez, las/los P proporcionarán los POP del producto.
 - b. **C**: ¿Cuáles son los POP del jabón?
 - c. **P** – compartirán y conversarán.
 - i. Posibles respuestas: limpia al cliente, huele a fresco, crea espuma.
4. Introducción al concepto de los Puntos de Diferencia (5 minutos)
 - a. **C** – comparte una definición de los Puntos de Diferencia (POD) y un ejemplo: Un punto de diferencia es un atributo del producto que **hace que tu producto se distingue** por sobre los demás. Por ejemplo, si un negocio quiere vender cangrejos que han sido protegidos en los manglares, el POD del producto es que el negocio pertenece a una iniciativa de sustentabilidad que se esfuerza por proteger al ambiente.
 - b. **C** – explica la importancia de comprender los POD: Es importante comprender los POD porque ayudará a sus clientes a identificar el producto del negocio.
5. Actividad (5 minutos)
 - a. **C** – comparte otro ejemplo de un POD en un producto. Esta vez, las/los P proporcionarán los POD del producto.
 - b. **C**: ¿Cuáles son los POD de la cola Frutaris Soda, sabor manzana? ¿Cuáles son los POD de la Coca Cola?
 - c. **P** – compartirán y conversarán.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

- i. Posibles respuestas para Frutaris: sabor a manzana, menos burbujas de gas, menos azúcar, diferente forma de la botella.
 - ii. Posibles respuestas para la Coca Cola: Sabor dulce, mucho gas, sabor único, logotipo universalmente conocido.
 - d. Importancia de comprender cuáles son tus POD: es importante porque te ayudará a diferenciarte entre tus competidores.
6. Tomar la lección (15 minutos)
- a. **T** – haz que el grupo seleccione a un competidor en su mercado objetivo e identifique los POP que comparten. Ahora, haz que el grupo identifique los POD de sus propios negocios y explique por qué creen que sean atributos únicos, sólo de su compañía.

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta finalizar esta sesión, las/los participantes podrán:

1. Observar a sus competidores y recolectar datos de mercados pequeños.
2. Observar los productos que actualmente circulan dentro del sector y sus similitudes.
3. Identificar los atributos especiales que crean un valor agregado.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
<u>Nivel 1 - Sesión #3</u> ¿Cuál es tu producto?		
OBJETIVO(S):		
MKT.1.3 Identificar y crear tu producto, comprender el control de calidad.		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
40 minutos	Papel, bolígrafos / marcadores, plastilina	Producto, control de calidad



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. Introducción al producto (5 minutos)
 - a. **C** - Definición de un producto: Un producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse en un mercado que satisfaga una necesidad o un deseo.
 - b. **C** – comparte la importancia de comprender el producto: es importante saber exactamente lo que estás vendiendo. Esto inspira confianza, fe, y respeto en tu cliente, lo que crea una experiencia positiva para tu cliente y le motiva a regresar.
2. Análisis: Cómo evaluar las necesidades de un mercado específico. (5 minutos)
 - a. **C** -comparte un ejemplo de diagnosticar las necesidades: Una manera de averiguar las necesidades de un mercado es aplicar encuestas. Esto puede hacerse preguntando a tus familiares, amistades, gente de la comunidad, almacenes, y clientes en general. Otra manera de hacerlo podría ser ir a los mercados y observar lo que se está comprando.
 - b. Analiza *tu* negocio:
 - i. **C**- ¿Qué método de averiguar las necesidades funcionaría mejor para tu negocio?
 - ii. **P** – compartirán y conversarán.
3. Actividad: Crear un Producto (10 minutos)
 - a. **C**- reparte plastilina a cada participante.
 - b. **C**- Comparte las instrucciones: Durante los próximos 5 minutos, quisiera que moldees esta plastilina en algo que podrá contener agua.
 - i. **C**- ***No digas con más precisión, para que las/los participantes puedan usar su creatividad para crear cualquier cosa que podría contener agua.
 - c. **P**- Haz cualquier forma de la arcilla que potencialmente contendría agua.
 - d. **C**- Después de cinco minutos, haz que las/los participantes compartan sus productos con el grupo.
 - e. **C**- Después de que hayan compartido los productos, diles a las/los participantes que tengan su producto de plastilina para después.
4. Introducción al control de calidad (5 minutos):



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

- a. **C** - Definición del control de calidad: un sistema de mantener la misma norma de calidad en los productos de manera consistente.
- b. **C** – comparte la importancia de comprender el control de calidad: Si un consumidor sabe que podrá comprar el mismo producto con la misma calidad de ti, una y otra vez, esto crea más confianza y lealtad para tu producto y negocio.
5. Actividad: Control de calidad en tu producto (10 minutos)
 - a. **C**- Ahora, veamos de nuevo tu producto de plastilina. Pregunta: “¿Cómo podré mejorar mi producto?”
 - b. **C**- Dale otros 5 minutos a las/los participantes, para trabajar con las mejoras en sus productos.
 - c. **P**- Mejora tu producto.
 - d. **C**- Después de 5 minutos, pide a las/los participantes compartir cómo mejoraron sus productos de arcilla, y por qué fue importante mejorarlos.
6. Tomar la lección (5 minutos)
 - a. **C**- Haz que las/los participantes conversen y compartan cuáles pasos tuvieron que dar para mejorar su control de calidad en **sus propios** procesos productivos.
 - i. Si la conversación va lento, C podrá compartir un ejemplo: Negocio apícola: Necesitan hacer control de calidad, evitando pedazos de cera en la miel, y evitando que haya frascos rotos.

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta el final de la sesión, las/los participantes averiguarán las necesidades del mercado y determinarán lo que necesitan para crear su producto.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



THUNDERBOLT
Center for Social Entrepreneurship

LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 - Sesión # 4: ¿Cómo poner el precio?

OBJETIVO(S):



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

MKT.1.4 Considerar los precios de la competencia y valorar tu producto estratégicamente, reconociendo tus POD.

DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
30 minutos	Manzana, esferográficos/lápices, papel	Precio

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. Introducción al precio (5 minutos)

- C** comparte la definición del precio: El precio es la cantidad de dinero esperado, requerido, o dado en pago por algo, que se decide mediante varios cálculos y observaciones.
- C** – comparte la importancia de comprender el precio: Es importante porque esto facilita el reconocimiento del valor del producto.

2. Ejemplo (10 minutos)

- C**- Comparte el ejemplo y diles a las/los participantes que piensen sobre el precio: Félix tiene una compañía de cacao que elabora chocolate de lujo en Quito y está preocupado de que sus productos no tienen precios correctos: que están muy altos o muy bajos. Él decide hacer una investigación básica del mercado, visitando varias tiendas en Quito para ver cuánto los competidores en su mercado objetivo están cobrando por sus productos. Él nota que los productos de él tienen precios menores a los de sus competidores. Él examina lo que sabe sobre sus productos y su negocio, para identificar los POD de su compañía que él podrá apalancar para crear un precio en base al estudio de mercado.
- C**- Pregunta a las/los participantes: ¿Cuáles POD potenciales tendrá Félix?
- P**- Las/los participantes responden.
- C**- Pregunta a las/los participantes: ¿A qué nivel piensan que él pondrá el nuevo precio? Igual, más, o un poco menos que los precios de sus competidores? Y ¿por qué?
- P** – Compartirán y conversarán.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

3. Actividad (10 minutos)

- a. **C-** Pon una manzana sobre la mesa, y di que el precio de la manzana es \$20 en Supermaxi.
 - i. El objetivo de esta actividad es comprender más profundamente los precios y el valor económico.
- b. **P-** Compartan sus reacciones.
 - i. Algunos/as estarán confundidos sobre el precio de una manzana tan cara.
- c. **P-** Pregunta a las/los participantes por qué no pagarían tanto.
- d. **P-** Conversen sobre las respuestas.
- e. **C-** Pregunta a las/los participantes cuánto pagarían por una manzana, y por qué.
- f. **P-** Conversen sobre las respuestas.

4. Tomar la lección (5 minutos)

- a. **C-** Haz que las/los participantes reflexionen sobre su negocio. Pregunta: “Piensa en un producto que vendes. ¿Qué precio pondrías en ese producto y por qué?”
- b. **P-** Reflexionen y conversen.

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta finalizar esta sesión, las/los participantes investigarán los precios de sus competidores y podrán reconocer sus POD.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 - Sesión #5 ¿Cómo promoveré mis productos?

OBJETIVO(S):

MKT.1.5 Crear una imagen fuerte de la marca.

DURACIÓN:

MATERIALES REQUERIDOS:

VOCABULARIO:

35 minutos

Afiche publicitario de Coca-Cola (si es posible, con una imagen de una familia) *(ejemplos de imágenes podrán encontrarse en el anexo)*, variedad de útiles para escribir

Promoción, imagen de la marca

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. Introducción a la Promoción (5 minutos)

- C** – comparte una definición de la promoción: La promoción es informar o persuadir a un cliente para comprar un producto en preferencia a otro. La promoción también incrementa la conciencia de tu producto y su valor.
- C** – comparte la importancia de la promoción: La promoción es importante porque crea la identidad de una compañía dentro de su sector.

2. Actividad: Promociones famosas (10 minutos)

- C** – comparte un ejemplo de la promoción: Coca-Cola es una compañía muy conocida, que tiene magnífica promoción. En esta imagen, vemos una botella de Coca-Cola con una familia. ¿Cómo se promueve la Coca-Cola en esta publicidad? ¿Qué sentimientos te despierta esta imagen?



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

b. **P** – Respondan y conversen.

- i. **C**- Guía la conversación para abordar que se retrata la felicidad, y esto influirá en los consumidores para comprar un producto de la Coca-Cola porque quieren ser felices, o porque valoran a su familia.

3. Introducción a la Imagen de la Marca (5 minutos)

- a. **C** – comparte una definición de la imagen de la marca: La Imagen de la Marca es la impresión de un producto en las mentes de los consumidores/as reales o potenciales. Consiste en el nombre y logotipo que identifican tu producto / negocio.
- b. **C** – comparte la importancia de la imagen de la marca: tener una fuerte imagen de marca podrá influir positivamente en lo que piensa la gente de tus productos y ayudará a que la gente los reconozca en el futuro.

4. Actividad: Véndeme un Útil para Escribir (10 minutos)

- a. **C**- Reparte alguno de los diferentes útiles de escribir a cada participante.
- b. **C**- Diles a las/los participantes: Tendrán 2 minutos para crear una imagen de marca para este útil. }C
- c. **C**- Plantea estas preguntas para guiar el pensamiento de las/los participantes:
 - i. Para crear una imagen de marca, piensa en los POD potenciales del útil.
 - ii. ¿Cómo podrán usar estos POD para vender el útil de escribir?
 - iii. ¿Cómo comunicarán estos POD?
 - iv. ¿Cuáles son algunas maneras de vender algo exitosamente?
- d. **P**- Piensa sobre la imagen de marca de un útil de escritura.
- e. **C**- Invita a las/los estudiantes a compartir con el grupo.
- f. **P**- Comparte con el grupo.

5. Tomar la lección (5 minutos)

- a. **C** – haz que las/los participantes comiencen a pensar, y conversar sobre posibles marcas y/o logotipos para su propio negocio.

RESULTADOS PREVISTOS:



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

Hasta el final de la sesión, las/los participantes sabrán cómo crear un nombre y logotipo para su negocio y sus productos.

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 - Sesión #6 ¿Dónde venderé mis productos?

OBJETIVO(S):

MKT.1.6 Entregar los productos a los puntos de acceso.

DURACIÓN:

35 minutos

MATERIALES REQUERIDOS:

Hoja de trabajo de Combinaciones, esferográficos/lápices,
papel

VOCABULARIO:

Lugar, canales de distribución

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. Introducción al Lugar (5 minutos)

- a. **C** – comparte una definición del Lugar: El lugar es donde tus consumidores/as miran y finalmente compran tu producto. Esto también incluye los canales de distribución para tu producto.
 - i. Diferentes puntos de venta para tus productos (Supermaxi, distribuidores, proveedores, mercados, tiendas, etc.)



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

- b. **C** – comparte la importancia del Lugar: Es crucial evaluar cuáles serían los lugares ideales para tus productos para convertir a los clientes potenciales en clientes efectivos. Además, contar con una entrega segura y consistente de tus productos a su punto de acceso asegura que tus clientes (negocios y consumidores) podrán recibir tus productos.

2. Ejemplo (5 minutos)

- a. **C**- Presenta un ejemplo: Un negocio quiere vender miel de abeja en su mercado local. Hay muchos diferentes tipos de lugares de venta: ¿cuál sería el mejor lugar de vender su miel de abeja? ¿una tienda de ropa? ¿un mercado de productores? ¿una juguetería? ¿Por qué?
- b. **P** – Respondan y conversen.

3. Actividad: Combinaciones (10 minutos)

- a. **C**- Reparte varios tipos de productos (ejemplos: juguete, zapato, leche, martillo, libro, automóvil) y el lugar apropiado para vender típicamente cada producto (juguetería local, zapatería local, supermercado / tienda de abarrotes, ferretería, librería, distribuidora de automóviles).
- b. **P**- combinen el producto apropiado con su respectivo punto de venta.
- c. **C**- Invita a conversar sobre la tarea: ¿fue difícil o fácil?

4. Introducción a los Canales de Distribución (5 minutos)

- a. **C** – comparte una definición: Un canal de distribución es un negocio / persona a través de cuyas manos deberá pasar un producto para llegar al consumidor.
 - i. Pueden ser mayoristas, minoristas, o distribuidores.

5. Ejemplo (5 minutos)

- a. **C**- Reflexionando sobre nuestra última actividad, ubicamos la leche para venderla en la tienda de abarrotes. Sin embargo, hay varios pasos para hacer que la leche llegue a las perchas de la tienda. El canal de distribución influye en estos pasos.
- b. **C**- Pregunta a las/los participantes: ¿Cuáles son los pasos que necesitan darse para hacer que la leche llegue desde la vaca hasta la tienda?
- c. **P** – Respondan y conversen.
 - i. Estas respuestas podrán incluir: planta procesadora, planta pasteurizadora, mayorista, transporte refrigerado, etc.



MARKETING LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES SOBRE EL MERCADEO: NIVEL 1

6. Tomar la lección (5 minutos)

- a. **C** – Invita a las/los participantes a conversar sobre los mejores lugares para que vendan sus productos, y a comenzar a pensar sobre cómo harán llegar sus productos hasta los lugares específicos.

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta el final de la sesión, las/los participantes sabrán cómo comenzar a reforzar sus relaciones con los propietarios/as de negocios locales, y comenzar a formular estrategias para las maneras de transportar su mercadería en forma consistente.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 Sesión #1: Registrar las Transacciones Parte I

OBJETIVO(S):

FIN.1.1: Hasta el final de esta sesión, las/los gerentes podrán registrar todo el dinero recibido.

DURACIÓN:

40 minutos

MATERIALES REQUERIDOS:

Plantilla 1: Registrar Transacciones, Conjunto de Ejemplos 1

VOCABULARIO:

Ingresos en Efectivo

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. **C:** Introducción al dinero recibido (5 minutos)
 - a. Definición: Los ingresos en efectivo son los pagos / ingresos en efectivo a tu negocio.
 - b. Importancia de registrarlo: Es importante llevar un registro de todo el dinero que ingrese a tu negocio, porque te ayuda a dar seguimiento y mantenerte organizado.
2. **C:** Introducción a la plantilla para registrar las transacciones. Distribuir la plantilla para Registrar las Transacciones a las personas participantes. (5 minutos)
3. **C:** Ejemplo de registrar el dinero recibido (2 minutos)
 - a. Tu negocio vende productos lácteos como leche, queso, y yogurt. El 1° de junio, vendes 10 litros de leche en el mercado, por \$5. Registra esta transacción en tu plantilla de “Registrar las Transacciones”.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

Respuesta:

Dairy Company

Template 1: Recording Transactions

June

Date	Description	\$ Received (Inflow)	\$ Spent (Outflow)
1-Jun	Sold 10 L. of milk to market	5	

4. **P:** Actividad: Colabora con una pareja para registrar otro ejemplo del dinero recibido (5 minutos)
- a. El 2 de junio, tu negocio vende 10 kilogramos de queso cheddar al Supermaxi en \$45. Registra esta transacción en tu Plantilla de “Registrar las Transacciones”.

Respuesta:

Dairy Company

Template 1: Recording Transactions

June

Date	Description	\$ Received (Inflow)	\$ Spent (Outflow)
1-Jun	Sold 10 L. of milk to market	5	
2-Jun	Sold 10 Kg. of cheddar cheese to Supermaxi	45	

5. **P:** Actividad: Trabaja individualmente, usando la plantilla para 5 ejemplos del dinero recibido del “Conjunto de Ejemplos 1” (10 minutos)



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

6. C: Dar la lección (13 minutos)

- a. Pide que participantes muestren voluntariamente los registros correctos de cada dinero recibido.
- b. Repasa la definición del dinero recibido y la importancia de registrarlo.

RESULTADOS PREVISTOS:

Las/los gerentes podrán registrar todo el dinero recibido y comprender por qué es importante hacerlo.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
Nivel 1 Sesión #2: Registrar las Transacciones Parte II		
OBJETIVO(S):		
FIN.1.2: Hasta el final de esta sesión, las/los gerentes podrán registrar todo el dinero egresado.		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
40 minutos	Plantilla 1: Registrar Transacciones, Conjunto de Ejemplos 2	Egresos en Efectivo
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
1. C: Repaso de los dineros recibidos: a. Definición: Los ingresos en efectivo son los pagos / ingresos en efectivo a tu negocio. b. Importancia de registrarlo: Es importante llevar un registro de todo el dinero que ingrese a tu negocio, porque te ayuda a dar seguimiento y mantenerte organizado. Ejemplo 1: Tu negocio vende productos lácteos como leche, queso, y yogurt. El 1° de junio, vendes 15 litros de leche en el mercado por \$8. Registra esta transacción en tu Plantilla de “Registrar las Transacciones”.		



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

2. **C:** Introducción al dinero egresado (5 minutos)
 - a. Definición: Los egresos en efectivo son los pagos efectuados en efectivo por el negocio.
 - b. Importancia de registrarlo: Es importante llevar un registro de todo el dinero que gastes por tu negocio, porque te ayuda a dar seguimiento y mantenerte organizado.
3. **C:** Repaso de la plantilla de “Registrar las Transacciones”, con enfoque en los egresos de dinero (2 minutos).
4. **C:** Ejemplo de registrar el dinero egresado (2 minutos).
 - Tu negocio procesa y vende productos lácteos como leche, queso, y yogurt. El 1° de junio, compras 100 litros de leche del Agricultor Kelvin, por \$40. Registra esta transacción en tu plantilla de “Registrar las Transacciones”.

Dairy Company

Template 1: Recording Transactions

June

Date	Description	\$ Received (Inflow)	\$ Spent (Outflow)
1-Jun	Bought 100 L. of milk from Farmer Kelvin		40

Respuesta:

5. **P:** Actividad: Colaborar con una pareja para registrar otro ejemplo del dinero egresado (5 minutos).
 - Tu negocio vende productos lácteos como leche, queso, y yogurt. El 17 de junio, pagas a tus trabajadores/as un total de \$100 por 2 semanas de trabajo. Registra esta transacción en tu Plantilla de “Registrar las Transacciones”.

Respuesta:



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

Dairy Company

Template 1: Recording Transactions

June

Date	Description	\$ Received (Inflow)	\$ Spent (Outflow)
1-Jun	Bought 100 L. of milk from Farmer Kelvin		40
17-Jun	Paid Workers		100

6. **P:** Actividad: Trabaja individualmente, usando la plantilla para 5 ejemplos del dinero gastado (10 minutos).

7. **C:** Dar la lección (13 minutos)

- Pedir que participantes muestren voluntariamente los registros correctos de cada dinero egresado.
- Repasar la definición del dinero egresado y la importancia de registrarlo.

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta el final de esta sesión, las/los gerentes podrán registrar todo el dinero egresado y comprender la importancia de hacerlo.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
Nivel 1 Sesión #3: Calcular y Registrar los Costos Directos		
OBJETIVO(S):		
FIN.1.3: Hasta el final de esta sesión, las/los gerentes podrán calcular y registrar los costos directos incurridos por sus negocios.		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
55 minutos	Plantilla 1: Registrar Transacciones, Conjunto de Ejemplos 3	Costos directos, Mano de obra, Materias primas, Suministros, Distribución
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
1. C: Repaso del dinero egresado: (5 minutos)		



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

- a. Definición: Los egresos en efectivo son los pagos efectuados en efectivo por el negocio.
- b. Importancia de registrarlo: Es importante llevar un registro de todo el dinero que gastes por tu negocio, porque te ayuda a dar seguimiento y mantenerte organizado.
 - Ejemplo 1: Tu negocio vende productos lácteos como leche, queso, y yogurt. El 20 de julio, pagas a tus trabajadores/as un total de \$200 por 4 semanas de trabajo. Registra esta transacción en tu Plantilla de “Registrar las Transacciones”.

Respuesta:

- 2. **C:** Introducción sobre los diferentes tipos de costos directos (7 minutos).

- a. Definición: Los costos directos son el dinero gastado por el negocio para elaborar y comercializar su producto. (Algunos costos permanecen iguales, independiente al volumen de ventas (por ejemplo, el arriendo) y otros costos cambian según el volumen



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

Dairy Company

Template 1: Recording Transactions

July

Date	Description	\$ Received (Inflow)	\$ Spent (Outflow)
20-Jul	Paid workers		200

vendido (por ejemplo, la mano de obra o las materias primas). También hay costos variables a medida que se necesiten más de estos recursos para producir más de tu producto.

- b. Importancia de calcular los costos con exactitud: Es importante calcular correctamente todo el dinero gastado por el negocio para producir y vender el producto para comprender debidamente los egresos de dinero.

3. C: Tipos de costos directos / costos variables (10 minutos)

a. Costos de la Mano de obra

- ¿Por qué la Mano de obra es un costo? La Mano de obra siempre es un costo, aun cuando tú trabajes para tu propio negocio, porque tu tiempo es un recurso utilizado para crear el producto. Mientras más volumen de producto quieras generar, más horas de mano de obra necesitarás usar.

Tipos de costos por Mano de obra:

- i. Sueldos por hora / día: Es cuando los trabajadores (incluyéndote a ti) ganan una cantidad de dinero específica por cada hora / día / etc. de trabajo.
- ii. Pago por la Producción: Es cuando los trabajadores (incluyéndote a ti) ganan una cantidad de dinero específica por cada unidad del producto elaborado (a destajo).

b. Costos por las Materias primas

- Encontrarás costos por las materias primas únicamente si tú no eres el productor/a original.



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

Ejemplos de materias primas:

- i. Leche fresca
- ii. Fibra de alpaca
- iii. Cangrejos
- iv. Conchas
- v. Miel cruda
- vi. Cacao en grano

c. Costos por Suministros

- Son las herramientas requeridas para elaborar el producto.

Ejemplos de suministros

- i. Guantes
- ii. Botas
- iii. Redes

d. Costos de Distribución

- Todos estos son los elementos incluidos en el empaquetamiento del producto y entrega del producto al cliente.

Ejemplos de distribución

- i. Empaquetamiento
- ii. Logotipos
- iii. Costos de transporte al mercado

4. **P:** Actividad: Colabora con una pareja para enumerar dos costos más por materias primas, suministros, y distribución (5 minutos).

5. **C:** Pide 5 diferentes ejemplos (3 minutos).



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

6. **P:** Actividad: Trabaja individualmente para completar la siguiente hoja de trabajo sobre los costos, para asignar los costos directos pertinentes al negocio.

(5 minutos)

7. **P:** Actividad: Anota, en una nueva Plantilla de “Registrar las Transacciones”, tus propios costos directos en tu negocio como egresos en efectivo (10 minutos).

8. **C:** Dar la lección (10 minutos)

- a. Pide que las personas muestren voluntariamente sus registros correctos de los diferentes tipos de costos directos.
- b. Repasa la definición de costos directos y varios tipos de costos.

RESULTADOS PREVISTOS:

Las/los gerentes podrán calcular y registrar los costos directos incurridos por sus negocios.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
<u>Nivel 1 Lección #4:</u> Precios Basados en el Costo		
OBJETIVO(S):		
FIN.1.4: Hasta el final de la sesión, las/los gerentes podrán crear un precio en base a los costos en efectivo.		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
40 minutos	Plantilla 1: Registrar las Transacciones	Precios Basados en el Costo
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
C: Repaso de los Costos Directos: (5 minutos) - Pide a múltiples participantes que den ejemplos de cada tipo de costo directo (Mano de obra, Materias primas, Suministros, y Distribución). - Pide a las/los participantes que saquen su Plantilla de “Registrar las Transacciones” de la Lección #3. C: Introducción a los Precios Basados en los Costos (5 minutos)		



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

- a. Definición: Desarrollar el precio de un producto en base a los costos directos asociados con ese producto.
- b. Hacemos esto para asegurar que el precio del producto sea mayor al costo del producto.
- Ejemplo: Si tú eres apicultor/a, tus costos directos para producir y vender miel durante un mes son los siguientes:
 - Costos por la Mano de obra: \$50
 - Costos por las Materias primas: \$70
 - Costos por Suministros: \$30
 - Costos de Distribución: \$50

En ese mes, produces 50 frascos de miel. ¿Cuántos son tus costos directos? ¿Cuál es el precio mínimo que debes cobrar por cada frasco?

Respuesta:

- Costos directos = $\$50 + \$70 + \$30 + \$50 = \$200$
- Esto significa que el precio mínimo por la miel debe ser más del costo de \$200 para producir la miel.
- Por lo tanto, en este ejemplo, el precio total de la miel necesita ser superior a los \$200.
- Por ejemplo, el Precio Mínimo = $\$210 / 50$ frascos = \$4,20 por frasco. En este ejemplo, \$210 es sólo un ejemplo de un total de los precios. En realidad, cualquier precio que sea superior al costo de generar la producción es aceptable, ya que brinda una ganancia.

3. **P:** Actividad: Usando los siguientes costos directos y unidades elaboradas, determina el monto total de los costos directos y el precio mínimo por él que deberás vender cada unidad. (10 minutos)

- Mano de Obra: \$80
- Costos por las Materias primas: \$120
- Costos por Suministros: \$60
- Costos de Distribución: \$40
- Unidades: 300
- Elige los precios correctos por unidad de esta lista:
 - \$1
 - \$2
 - \$3



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

- \$4

Respuesta:

- Costos directos = $\$80 + \$120 + \$60 + \$40 = \$300$
- Costo por unidad = $\$300/300 \text{ unidades} = \1 por unidad
- Por lo tanto, el precio mínimo podrá ser cualquier valor mayor a \$1. (Por ejemplo, \$2, \$3, o \$4). Esto es porque, si tú pones el precio en \$1, entonces no hay ganancia, porque cuesta \$1 producir cada unidad del producto.

4. **P:** Actividad: Usando la Plantilla de “Registrar las Transacciones” de la Lección #3, registra el monto total de los costos directos para tu propio negocio y determina cuál es el precio mínimo que debes cobrar por cada unidad, usando el principio de que el precio siempre debe ser mayor al costo. (10 minutos)

5. **C:** Dar la lección (10 minutos)

- Repasa la definición de los precios basados en los costos y la importancia de usar este método.
- Pide a las/los participantes que compartan, de sus propios negocios, si venden sus productos en más o menos del costo mínimo que calcularon.
- Pide a las/los participantes que compartan sus ideas sobre cuáles opciones podrían tener, si encontraron que sus productos tienen precios menores a los costos calculados.

Respuesta:

Algunas posibles soluciones podrían ser:

- Encontrar maneras de reducir los costos
- Aumentar el precio
- Dejar de elaborar el producto, porque no es rentable.

RESULTADOS PREVISTOS:



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

Las/los gerentes podrán calcular el Punto de Equilibrio Simplificado.

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 Lección #5: Punto de Equilibrio Simplificado:

OBJETIVO(S):



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

FIN.1.5: Hasta el final de la sesión, las/los gerentes podrán calcular un Punto de Equilibrio Simplificado, separando los egresos de dinero de los ingresos.

DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
50 minutos	Plantilla 1: Registrar las Transacciones	Punto de Equilibrio

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. C: Repaso de los precios basados en los costos (5 minutos)

- Definición: Desarrollar el precio de un producto en base a los costos directos asociados con ese producto.
- Hacemos esto para asegurar que el precio del producto sea mayor al costo del producto.
 - Ejemplo: Si tú eres apicultor/a, tus costos directos para producir y vender miel durante un mes son los siguientes:
 - Costos por la Mano de obra: \$60
 - Costos por las Materias primas: \$80
 - Costos por Suministros: \$40
 - Costos de Distribución: \$30

En ese mes, produces 50 frascos de miel. ¿Cuántos son tus costos directos?

¿Cuál es el precio mínimo que debes cobrar por cada frasco?

Respuesta:

- Costos directos = $\$60 + \$80 + \$40 + \$30 = \$210$
- Esto significa que el precio mínimo por la miel debe ser más del costo de \$210 para producir la miel.
- Por lo tanto, en este ejemplo, el precio total de la miel necesita ser superior a los \$210.
- Por ejemplo, el Precio Mínimo = $\$210/50 \text{ frascos} = \$4,20 \text{ por frasco}$.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

2. C: Introducción al análisis simplificado del punto de equilibrio (5 minutos).

- Definición: El punto de equilibrio es cuando los ingresos de dinero son iguales que los egresos de dinero.
- La importancia del punto de equilibrio: Significa que el negocio podrá pagar sus costos directos con el dinero recibido de sus ventas. Esto es conveniente, porque a partir de este momento, el negocio podrá comenzar a lograr una ganancia.

3. C: Actividad:

- Tú tienes un negocio de lácteos y tus costos por un mes de operaciones son los siguientes:

- Costos por la Mano de obra: \$100
- Costos por las Materias primas: \$45
- Costos por Suministros: \$60
- Costos de Distribución: \$35

- Durante este mismo mes de enero, tu negocio produce y vende queso fresco que se vende a \$5 por kilogramo de queso. ¿Cuánto queso fresco tendrás que vender para alcanzar tu punto de equilibrio?

Respuesta:

Costos directos = $\$100 + \$45 + 60 + 35 = \$240$. Esto significa que tendrás que recibir \$240 por la venta del queso fresco para llegar al punto de equilibrio: $\$240 / \$5 = 48$. Por lo tanto, el negocio de lácteos tendrá que vender 48 kilogramos de queso fresco para ganar suficiente dinero para cubrir el pago de todos sus costos directos y lograr el equilibrio.

4. C: Actividad:

- Distribuir una hoja en blanco de la Plantilla 1 “Registrar las Transacciones”.
- Pide a las/los participantes que registren los costos de su propio negocio en el mes anterior, en la sección para los egresos de dinero.
- Entonces, pide a las/los participantes que registren las ventas de su propio negocio, en la sección para los ingresos de dinero.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

- d. Después, pide a las/los participantes que totalicen cada sección para luego restar los totales: Total de dinero ingresado – Total de dinero egresado.
- e. Haz que las/los participantes hablen sobre la respuesta que les salió y lo que significa:
 - un número negativo significa que el negocio no cubrió sus costos en el mes anterior.
 - 0 significa que el negocio alcanzó su punto de equilibrio en el mes anterior.
 - cualquier número mayor a 0 significa que el negocio superó su punto de equilibrio, y ¡logró una ganancia!

5. C: Dar la lección (20 minutos)

- a. ¿Cuáles desafíos enfrentaste?
 - i. Es importante siempre registrar los ingresos y egresos inmediatamente, para que tú puedas conocer correctamente la situación de tu negocio.
- b. Repaso de todo el Nivel 1.
 - i. Ingresos en Efectivo:
 - a. Definición: Los ingresos en efectivo son los pagos / ingresos en efectivo a tu negocio.
 - b. Importancia de registrarlo: Es importante llevar un registro de todo el dinero que ingrese a tu negocio, porque te ayuda a dar seguimiento y mantenerte organizado.
 - ii. Egresos en Efectivo:
 - a. Definición: Los egresos en efectivo son los pagos efectuados en efectivo por el negocio.
 - b. Importancia de registrarlo: Es importante llevar un registro de todo el dinero que gastes por tu negocio, porque te ayuda a dar seguimiento y mantenerte organizado
 - iii. Costos Directos:



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1

- a. Definición: Los costos directos son el dinero gastado por el negocio para elaborar y comercializar su producto. También hay costos variables a medida que se necesiten más de estos recursos para producir más de tu producto.
- b. Importancia de calcular los costos con exactitud: Es importante calcular correctamente todo el dinero gastado por el negocio para producir y vender el producto para comprender debidamente los egresos de dinero.

- iv. Precios Basados en el Costo:
 - a. Definición: Desarrollar el precio de un producto en base a los costos directos asociados con ese producto.
 - b. Importancia de los precios basados sobre los costos: Hacemos esto para asegurar que el precio del producto sea mayor al costo del producto.

- v. Punto de Equilibrio:
 - a. Definición: El punto de equilibrio es cuando los ingresos de dinero son iguales que los egresos de dinero.
 - b. La importancia del punto de equilibrio: Significa que el negocio podrá pagar sus costos directos con el dinero recibido de sus ventas. Esto es conveniente, porque a partir de este momento, el negocio podrá comenzar a lograr una ganancia.

RESULTADOS PREVISTOS:

Las/los gerentes podrán calcular un Punto de Equilibrio Simplificado, separando los egresos de dinero de los ingresos.



FINANCE LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE FINANZAS: NIVEL 1



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

TÍTULO / LECCIÓN:		
Nivel 1 Sesión #1: Objetivo “SMART” a corto plazo		
OBJETIVO(S):		
MGM.1.1: Creación de objetivos “SMART” a corto plazo		
DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
X minutos		Objetivos “SMART”, plan de acción, a corto plazo
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
1. Introducción (5 minutos) a. C- preguntar si las/los participantes han formulado objetivos alguna vez; pueden ser metas personales o para su negocio. Pregunta si alcanzaron sus objetivos o no. Pídeles que expliquen verbalmente su proceso de formular sus objetivos y trata de notar si hay patrones en común entre sus procesos. b. C- No todos alcanzamos nuestros objetivos siempre, de modo que hoy cubriremos los objetivos a corto plazo bien formulados – es decir, los objetivos “SMART” a corto plazo, que tienen cinco secciones que les ayudarán a alcanzar sus objetivos. 2. Introducción a los objetivos “SMART” a corto plazo (10 minutos) a. C- explicará lo que significa el término de “objetivos SMART” a corto plazo. Los objetivos “SMART” son los eSpecíficos, Medibles, Alcanzables, pertinentes, con el Tiempo definido, que se han de alcanzar dentro de un año o menos. i. S: eSpecífico 1. ¿Qué quieres lograr? a. Si un objetivo no es específico, es fácil perderlo de vista, o que se transforme en otra cosa. ii. M: Medible		



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

1. ¿Puedes identificar los pasos concretos que demuestren que estás acercándote a tu objetivo, o que ya lo alcanzaste?
 - a. ¿Qué evidencia tienes de que ya alcanzaste cierto punto?
- iii. A: Alcanzable
 1. ¿Tienes la posibilidad de lograrlo?
 - a. El objetivo debe plantear un desafío, pero no debe ser imposible. Si tú tienes un negocio pequeño, no es alcanzable ganar un millón de dólares en un año.
- iv. R: peRtinente
 1. ¿Por qué quieres alcanzar este objetivo; tiene sentido para tu compañía?
 - a. Asegúrate de que el objetivo se relaciona con los valores, necesidades, y habilidades de tu compañía.
- v. T: Definido en el tiempo
 1. ¿Cuándo quieres lograr este objetivo?
 - a. Cerciórate de que tenga una fecha límite para que puedas estructurar tus pasos.

3. Ejemplo (10 minutos)

- a. **C-** Presenta un ejemplo: Alex es un vendedor exitoso de helados de un carrito que estaciona fuera de un colegio de secundaria, y hace mucho tiempo que lo hace. Él quisiera ampliar su negocio, poniendo un carrito en otro lugar, ofreciendo sus 10 productos más populares, en otro colegio, dentro de un año. Ha examinado sus índices financieros básicos, y cree que podrá equipar el nuevo carrito con su marca dentro de ocho meses. Además, él sabe que podrá cubrir los costos adicionales por operar el segundo carrito: sueldo de otro empleado/a, mantenimiento de los carritos, helado, y almacenamiento. Él ha establecido con sus proveedores que podrán manejar la **demand**a adicional de helados.
- b. **CT-** Pide que las/los participantes analicen el ejemplo e identifiquen las cinco diferentes partes de un objetivo “SMART”.
- c. **P-** Las/los participantes deben tratar de analizar el ejemplo e identificar las cinco diferentes partes de un objetivo “SMART”.
 - i. Respuestas:
 - ii. **S:** El objetivo de Alex sí es específico porque él sabe que quiere abrir un nuevo punto de venta en otro colegio de la localidad, con sus 10 productos que más se venden.
 - iii. **M:** El objetivo de Alex sí es medible porque él sabe que es posible afrontar el costo de un nuevo carrito, y de equiparlo para el negocio, en ocho meses.



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

- iv. **A:** El objetivo de Alex sí es alcanzable porque ha estudiado sus estados financieros básicos y sabe que podrá comprar el carrito y cubrir los varios costos necesarios.
- v. **R:** El objetivo de Alex sí es pertinente porque él quiere aumentar su negocio y está dentro de sus posibilidades.
- vi. **T:** El objetivo de Alex sí tiene limitación en el tiempo, porque él ha asignado un año para completar este proceso.

4. Actividad (10 minutos)

- a. **T-** Proporciona el escenario: Félix quiere establecer un negocio apícola. Después de analizar sus ingresos, él se da cuenta de que no podrá cubrir los requisitos financieros por su propia cuenta sino después de otros tres años. Él habló con un banco, pero le negaron el préstamo. Recurrió a su familia para que le financien, y con eso podrá poner el negocio a todo dar dentro de un año. Félix quiere poner este negocio porque piensa que será divertido, pero no sabe nada sobre el negocio apícola. Él piensa que, si puede conseguir el financiamiento dentro de un año, podrá comenzar a envasar la miel de abeja dentro de otros 2 meses, pero no tiene planeados los demás pasos.
- b. **C-** pide a las/los participantes analicen el ejemplo y detecten las fallas del plan de Félix y entonces cómo podrán ayudarle a Félix a formular su objetivo "SMART". Compartan las respuestas una vez que lo hayan analizado durante un rato.
- c. **P-** Las/los participantes deben tratar de identificar los aspectos positivos del plan de Félix y sus fallas, para luego diseñar maneras en que podrían arreglarse los cinco componentes para mejorar su objetivo "SMART".
 - i. Respuestas:
 - ii. **S:** El objetivo de Félix es específico en el sentido de que quiere poner un negocio de miel de abeja dentro de un año, pero no lo suficientemente específico para poder medir el 'éxito.'
 - iii. **M:** El objetivo de Félix no es medible, porque no tiene idea de lo que se requiere para el negocio de la apicultura, y no tiene un plan para conseguir los recursos de manera oportuna. Además, no tiene planes sobre qué hacer después de envasar la miel.
 - iv. **A:** El objetivo de Félix sí es alcanzable si él puede conseguir los recursos, pero no hay ninguna garantía.
 - v. **R:** Félix quiere entrar en la apicultura sólo porque le parece una buena idea. Nada le vincula con este proyecto y él no cuenta aún con las capacidades de manejar un negocio.
 - vi. **T:** El objetivo de Félix sí tiene límite en el tiempo, porque él quiere hacer su negocio apícola en un año.

5. Toma la lección:

- a. **T-** Pide que las/los participantes que creen objetivos "SMART" a corto plazo para sus propios negocios. Éstos deben seguir el formato "SMART".
- b. **P-** Las/los participantes deben compartir sus objetivos "SMART" con el grupo.



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

Hasta finalizar esta sesión, las/los participantes podrán crear objetivos “SMART” a corto plazo.

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 Sesión #2: Identificar los Riesgos

OBJETIVO(S):

MGM.1.2: Hacer frente a los riesgos

DURACIÓN:

30 minutos

MATERIALES REQUERIDOS:

Papel, útiles para escribir

VOCABULARIO:

Gestión de riesgos

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. Introducción al concepto de la gestión de los riesgos (10 minutos)
 - a. **C-** explica que la gestión de los riesgos requiere identificar, evaluar, y desarrollar estrategias para manejar los riesgos dentro de su negocio.



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

- i. Es importante comprender los posibles riesgos para tu negocio porque te ayudará a desarrollar las estrategias adecuadas para enfrentarlos.
- ii. Es importante pensar en términos amplios, para identificar el máximo posible de los riesgos.
- iii. Siempre tienes que preguntarte cuándo, dónde, cómo y por qué los riesgos probablemente sucederán en tu negocio.
- iv. ¿Estos riesgos están bajo tu control o son externos?
- v. Habla sobre los diferentes tipos de riesgos que pueden surgir en un ambiente empresarial.
 1. Desastres naturales, enfermedades, problemas legales, fracasos tecnológicos, seguridad, errores del personal, proveedores, cambios en el comportamiento del mercado / consumidores.

2. Actividad (10 minutos)

- a. **C-** pide que las/los participantes se imaginen que tuvieran un negocio lácteo. ¿Cuáles son los posibles riesgos que tú encontrarías aquí?
 - i. Posibles respuestas:
 1. Producir leche de mala calidad
 2. Productos echados a perder
 3. Trabajadores/as lesionados
 4. Robos
 5. Uno de sus principales clientes decide comprar de su competidor.
- b. **C-** pide que las/los participantes piensen sobre las posibles causas de estos riesgos.
 - i. Posibles respuestas:
 1. Vacas enfermas
 2. Mal sistema de refrigeración
 3. Máquinas defectuosas
 4. Descuido negligente
 5. Falta de control de calidad.
- c. **C-** pide que las/los participantes piensen sobre las posibles soluciones.
 - i. Posibles respuestas:
 1. El cuidado a tus animales debe incluir el cuidado médico.
 2. Asegúrate de que tengas electricidad todos los días y que todos los tomacorrientes estén funcionando.
 3. Supervisa constantemente tus máquinas.



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

4. Contar con medidas de seguridad y siempre asegurar que los espacios estén asegurados al final de la jornada.
5. Revisa la calidad de tus productos y posiblemente realiza un cambio dentro de tus promociones.
3. Dar la lección (10 minutos)
 - a. **C-** haz que las/los participantes piensen y conversen sobre los diferentes posibles riesgos que ellos/ellas detectan en sus negocios.
 - i. Para los riesgos que están bajo tu control, comienza a pensar en maneras de evitar que surjan totalmente.

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta finalizar esta sesión, las/los participantes podrán reconocer los riesgos de su negocio.

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 Sesión #3: Manejar la información para formular el informe sobre las transacciones.

OBJETIVO(S):

MGM.1.3: Manejar la información para formular el informe sobre las transacciones.

DURACIÓN:

35 minutos

MATERIALES REQUERIDOS:

Autoadhesivos Post-it, Plantilla de ***"Informe sobre las Transacciones"

VOCABULARIO:



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)

1. **C:** Introducción al manejo de la información (5 minutos)
 - a. El manejo de la información se refiere a las prácticas de registrar todas las transacciones financieras y organizar los recibos.
 - b. Esto es importante porque lleva la cuenta de todas las finanzas del negocio, analiza el crecimiento del negocio, y hacer referencia a las transacciones del pasado con fines de auditoría e impuestos.
2. **P:** Actividad (20 minutos)
 - a. Haz que cada gerente anote en 10 esquelos Post-it una transacción con la fecha y el monto (Ejemplos: 4 de junio, pago de \$180 ... 3 de septiembre, recibo de \$240)
 - b. Entonces, durante 5 minutos, haz que las/los gerentes circulen por la sala e intercambien sus 10 esquelos Post-it (de 1 en 1) con otros gerentes.
 - i. ****Las/los gerentes podrán intercambiar esquelos más de una vez para asegurar que todo el mundo haga intercambios.**
 - c. Cuando todos hayan intercambiado sus esquelos, haz que las/los gerentes organicen las esquelos como les parezca mejor.
 - d. Luego de organizarse, haz que las/los gerentes anoten en cada esquela Post-it según el orden que le asignaron.
3. **C:** Toma la lección sobre la actividad (10 minutos)
 - a. ¿Cómo organizaron las esquelos las/los gerentes?
 - b. Mejores prácticas para organizar las transacciones:
 - i. Comenzar con la fecha.
 - ii. Entonces, organizar el dinero recibido como una columna y el dinero gastado como otra columna.
 - c. ****Si las/los gerentes ya completaron la capacitación para el Nivel 1 de Finanzas, entonces menciona la Plantilla para el “Informe sobre las Transacciones” y como esta plantilla implementa las mejores prácticas.**



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

RESULTADOS PREVISTOS:

Hasta el final de esta sesión, las/los gerentes podrán mantener y registrar los recibos en un estado de flujo de caja.

TÍTULO / LECCIÓN:

Nivel 1 Sesión #4: Planes de Acción

OBJETIVO(S):

MGM.1.4: Crear un Plan de Acción



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

DURACIÓN:	MATERIALES REQUERIDOS:	VOCABULARIO:
60 minutos	Plantilla del Plan de Acción	Plan de acción
ACTIVIDADES por Orden Cronológico (C: Capacitador/a, P: Participante)		
1. C: Esta lección se fundamenta en las lecciones anteriores y ayudará a las/los gerentes a ingresar sus objetivos "SMART" a corto plazo en la Plantilla de Plan de Acción. a. Un objetivo específico aclara que tú sabes exactamente lo que quieres hacer b. Un objetivo medible significa que sabrás cuándo has alcanzado el objetivo. c. Un objetivo accionable significa que podrás hacer lo que se requiera para alcanzar el objetivo. d. Un objetivo pertinente significa que es el objetivo apropiado para tu situación. e. Un objetivo con el Tiempo definido significa que tendrás una fecha límite hasta la cual podrás alcanzar el objetivo. (5 minutos) 2. P: Actividad: a. Paso 1: Anota algunos objetivos para establecer o expandir tu negocio que podrás lograr en 6 meses a un año. ¿Qué quieres lograr al poner o expandir tu negocio? Enumera al menos 3 de tus objetivos en la hoja de trabajo de la Plantilla del Plan de Acción. (10 minutos) b. Paso 2: Después de considerar tus objetivos para poner o crecer tu negocio, ahora haz una lluvia de ideas sobre lo que necesitarás hacer para alcanzar los objetivos identificados en la sección anterior. Anota esto en la hoja de trabajo de la plantilla del Plan de acción. (10 minutos) c. Paso 3: La lluvia de ideas que hiciste en el Paso 2 será la base para crear objetivos concisos y alcanzables. Repasa el Paso 2 y refina lo que anotaste, en formato de objetivos "SMART" a corto plazo. Recuerda, los objetivos "SMART" deben ser eSpecíficos, Medibles, Accionables, peRtinentes, y con el Tiempo definido. Deben ser logros que tú podrás alcanzar dentro de 6 meses a un año. (10 minutos)		



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

d. Paso 4: Clasifica tus objetivos según el área del negocio que sea aplicable. Estas áreas incluyen: Gerencia, Mercadeo y Finanzas. (10 minutos)

e. Paso 5: Registra tus objetivos a corto plazo clasificados en la Matriz del Plan de Acción. (5 minutos)

3. P: Actividad:

- a. Desafíos: Todo objetivo “SMART” que identificaste implicará sus propios y únicos desafíos. Identifica los desafíos especiales que enfrentarás. Nuevamente, categoriza estos desafíos con relación a cada área de tu negocio.
- b. Ahora que ya consideraste tus objetivos “SMART” y los desafíos que podrás tener que enfrentar para lograrlos, es hora de considerar a tus aliados y recursos. Los aliados son las personas a quienes podrás buscar para que te ayuden, y los recursos son las cosas que podrás usar para superar los desafíos. Tus aliados y recursos podrán ayudarte a superar los desafíos y alcanzar tus objetivos. Los aliados son las personas a quienes podrás pedir ayuda, y los recursos son las cosas que podrás usar para superar los desafíos. Enumera los aliados y recursos que te ayudarán a superar los desafíos que tu identificaste para cada área de negocios en tu plantilla. (5 minutos)

4. C: Toma la lección:

- a. Los objetivos a corto plazo son alcanzables dentro de un año o menos.
- b. Haz que las/los participantes compartan sus objetivos y expliquen por qué y cómo podrán alcanzarlos dentro de un año o menos.

RESULTADOS PREVISTOS:



MANAGEMENT LESSONS: LEVEL 1

Heifer Ecuador
LESSON PLANS



LECCIONES DE GERENCIA: NIVEL 1

Hasta finalizar esta sesión, las/los participantes podrán incluir objetivos a corto plazo en su Plan de Acción.