

ANEXO 3
Informe de iniciativa
2022

TÍTULO DE LA INICIATIVA: SERVICIO DE PROFESIONALIZACIÓN PARA FORTALECER HABILIDADES DE EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL DE CAMPECHE, MÉXICO

PAÍS/ES PARTICIPANTE/S: MÉXICO

INSTITUCIÓN/ES PARTICIPANTE/ES: AGENCIA CHILENA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO / INEFAAC / IDENTIDAD Y DESARROLLO S.C.

FECHA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME: 18/01/2023
[DD/MM/AA]

1. OBJETIVOS Y RESULTADOS DE LA INICIATIVA			
Objetivos	Resultados Obtenidos	Actividades desarrolladas	Comentarios
Profesionalizar al personal del INEFAAC en Campeche potenciando sus habilidades y competencias en: alfabetización digital, estrategias de negocios, emprendimiento digital e innovador, marketing digital y desarrollo de vendedores de alto potencial, para desarrollar un programa de capacitación dirigido al sector artesanal.	1. <u>Diseño y ejecución de una ruta de aprendizaje comprendida por 8 módulos realizados de manera virtual en la plataforma de capacitación de Identidad y desarrollo.</u> 2. <u>33 personas inscritas,</u> 3. <u>29 con el 100% de la ruta de aprendizaje terminada</u> 4. <u>2 con el 75% de avances</u> ..	1. <u>Diseño de la ruta de aprendizaje.</u> 2. <u>Liberación de cursos para su acceso virtual.</u> 3. <u>Desarrollo de 4 sesiones de seguimiento con el equipo virtual.</u> 4. <u>Seguimiento en línea.</u> ...	1. <u>La ruta de aprendizaje estuvo compuesta por 8 módulos y 4 sesiones sincrónicas virtuales de seguimiento y el proceso de seguimiento en línea, cuyos resultados se detallan en el siguiente apartado.</u> 2. <u>En la última sesión de seguimiento se revisaron los alcances, así como las estrategias de seguimiento al programa de capacitación enfocado a verificar que hayan quedado claras y listas todas las herramientas necesarias para el desarrollo de su programa de capacitación al sector artesanal.</u>

2. VALORACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN *[Detallar el conocimiento adquirido con la implementación de la iniciativa]*

(Descripción de las actividades desarrolladas; detallar logros y valor agregado; resaltar los resultados no esperados (en caso que aplique); incluir punto de vista y valoración de los participantes.)

La Ruta de aprendizaje estuvo comprendida por 8 módulos con los siguientes temas:

- 1. Introducción al modelo de alineación circular (MAC)*
- 2. Diseño de experiencias con valor*
- 3. Pensamiento de diseño design thinking*
- 4. Plan de Negocios*
- 5. Introducción al marketing digital*
- 6. Herramientas para la venta en línea*
- 7. Desarrollo de vendedores de alto potencial*
- 8. Programa de implementación (PI)*

Cada curso contó con los siguientes recursos didácticos:

- Bienvenida.*
- Objetivos del curso.*
- Videos sobre conceptos.*
- Lecturas seleccionadas.*
- Ejercicios prácticos, plantillas y recursos didácticos.*
- Cuestionarios de autoevaluación.*
- Espacio de reflexión personal y colectiva.*
- Diploma de participación.*
- Soporte personalizado a los participantes.*

Logros y Actividades principales:

- El proceso de capacitación fue autodirigido y asincrónico, se realizó a través de la plataforma del Campus Idyd, la cual se mantiene abierto las 24 horas del día los 7 días de la semana, todo el material e instrucciones se encuentran disponible de manera clara e intuitiva. En el proceso se inscribieron 33 personas, 29 lograron terminar el 100% de los 8 cursos disponibles, 2 personas terminaron 6 de los 8 cursos y 2 no registraron avances.*
- En la primera sesión sincrónica, en la que participaron todos los beneficiarios, se realizó un proceso de capacitación virtual para que los usuarios aprendieran el proceso de inscripción y el uso de la plataforma, la estructura de cada taller, y el mecanismo de evaluación. De esta actividad se logró tener 33 inscripciones y se dio comienzo a la ruta de auto aprendizaje.*
- Los talleres se fueron liberando de manera paulatina para sugerir un hilo conductor, aunque cada taller es independiente.*
- Se programaron y realizaron 3 sesiones sincrónicas de evaluación de resultados, medición de avances y atención de dudas respecto a los temas cursados.*
- Se realizó una sesión de cierre para hacer acuerdos de seguimiento en términos estratégicos y operativos para el INEFAAC, con la intención de dejar sentadas las bases para su estrategia de réplica de los cursos en grupos de localidades rurales de su inferencia. Dentro de los principales acuerdos logrados en esta última sesión se enuncian como valor agregado:*
 - Que Identidad y desarrollo S.C. contribuirá a desarrollar un manual de facilitación para replicar los cursos tomados en localidades rurales de su interés.*

- Que Idyd les compartirá un manual de educación financiera para complementar sus temas de intervención con las empresas rurales de artesanos.

3. OPORTUNIDADES DE MEJORA *[Detallar las dificultades que se pudieron haber encontrado en las actividades, desde el punto de vista de la planificación, así como de implementación y resultados obtenidos].*

- a. Es importante reconocer que falta desarrollar la cultura autogestora de la población en general, lo que dificulta acelerar procesos de autoaprendizaje. Sin embargo, particularmente en estos temas de comercialización en medios virtuales y considerando las tendencias vigentes en el mercado y la importancia de la tecnología en este momento, es preciso enfatizar la importancia de acostumbrarse a hacer uso de las herramientas virtuales, y no hay mejor forma de aprender a usarlas que poniéndose manos a la obra. Consideramos que esta ruta de aprendizaje es atinada, solo hay que desarrollar hábitos en el ámbito virtual, es decir, hay que practicar lo más a menudo posible, la comunicación, la gestión de conocimientos propios y el uso de herramientas virtuales para acostumbrarse a esta nueva forma de desplazar productos y acceder a los segmentos de mercado de interés.
- b. En el ámbito rural debe preverse y en la medida de lo posible resolverse, el tema de la falta de acceso a la tecnología y los medios de comunicación pues esto constituye un dique para sus oportunidades de desarrollo personal, comercial y empresarial.
- c. El contar en territorio con un equipo capaz de replicar estos temas en localidades alejadas y que les acompañen técnicamente en este proceso de actualización e implementación de estrategias comerciales puede tener un gran impacto positivo en para el sector artesanal mejorando su posicionamiento en el mercado, y encontrando nuevas formas de acceder a distintos mercados y a distintas formas de distribuir productos y de facilitar las compras.

4. CONTINUIDAD Y SEGUIMIENTO *[Completar en caso de que se hayan identificado acciones a implementar para continuar con el fortalecimiento institucional y/o compartir la experiencia a través de acciones de cooperación]*

[Por ej. Se acordó la realización de videoconferencias para continuar con los intercambios iniciados y se desarrollará un proyecto bilateral a ser considerado.]

Se acordó la realización de una sesión virtual para tratar un tema adicional de interés generalizado y una sesión presencial para hacer un plan de seguimiento. También, como ya se mencionó, la empresa consultora elaborará un manual que apoye a los miembros del INEFAAC a facilitar los talleres en localidades rurales y se les compartirá un manual de inclusión financiera para incidir en procesos de administración y de educación financiera de las empresas del sector artesanal de Campeche.

(Adicionalmente, describir en qué medida la propuesta aporta al desarrollo y fortalecimiento de la Cooperación Sur Sur y/o la manera en que se prevé que el resultado de esa actividad pueda ser compartido en el futuro con otros países.)

El tema de las artesanías es definitivamente un tema común en América Latina, con problemáticas compartidas aunque cada región tiene sus particularidades. Sin embargo, en lo que se refiere a la comercialización y al aprendizaje en el uso de herramientas virtuales, es muy probable encontrar similitudes en distintas latitudes, por el tipo de población, por el perfil de los artesanos o porque simplemente el tema de las herramientas y los mercados virtuales es un algo que apenas se está generalizando y que además se mantiene en constante actualización. Muchas personas aún no tienen acceso a estas herramientas por falta de acceso a la tecnología, de servicios básicos, de conocimiento, por miedo o por muchas otras causas.

La ruta de aprendizaje y los materiales presentados pueden ser útiles para personas del sector artesanal, pequeños emprendimientos, negocios turísticos vinculados con la naturaleza y otros, que requieran iniciar un proceso de comercialización y donde las personas productoras sean el centro de las decisiones en la búsqueda de su propio desarrollo personal y colectivo.

5. APRENDIZAJES Y RECOMENDACIONES

- La pandemia hizo muy necesario el aprendizaje virtual, aún hay una población importante que puede estar presentando posibilidades limitadas de crecimiento por no tener acceso a los medios virtuales, por considerar que esas opciones son ajenas a ellos. La capacitación y la práctica son dos herramientas poderosas que pueden impulsar el desarrollo humano y de los territorios con costos no tan altos, pero hay que desarrollar habilidades, permear nuevos conocimientos y practicar.
- Se recomienda dar seguimiento, implementar los planes, investigar más, aprender y materializarlo, es decir, ponerlo en práctica y,
- Finalmente, cultivar una cultura autogestora, incentivar el desarrollo empresarial e impulsar a productores y productoras a comprender el funcionamiento del sistema para comprender qué deben cambiar en su producto y sus formas de comercializar y de comunicarse, a comprender qué problema de mercado están resolviendo, a tomar decisiones con conocimiento y enfocadas a lograr sus metas y objetivos de negocio, a conocer nuevas formas de hacer las cosas y a tener apertura para actualizar sus conocimientos y sus formas de hacer las cosas.

6. POTENCIALIDAD DE TRANSFERENCIA O RÉPLICA A OTROS PAÍSES

Como mencionamos en el apartado anterior, esta ruta de aprendizaje es perfectamente replicable en cualquier sitio de habla hispana, con grupos o empresas cuya razón de ser sea el desarrollo humano a través del hacer empresa, y que estén en la disposición o necesidad de comprender el funcionamiento del mercado para aprender a vender productos.

Se deberán adjuntar productos audiovisuales de la experiencia (fotos, videos, entrevistas, notas de prensa, publicación en redes sociales, etc.)

Ligas de la ruta de aprendizaje en la plataforma del campus Idyd:

<https://campusidyd.com/inefaac/>

Cursos:

<https://campusidyd.com/courses/introduccion-al-modelo-idyd/>

<https://campusidyd.com/courses/diseno-de-experiencias-con-valor/>

<https://campusidyd.com/courses/bases-para-el-design-thinking/>

<https://campusidyd.com/courses/plan-de-negocios/>



<https://campusidyd.com/courses/introduccion-al-marketing-digital/>

<https://campusidyd.com/courses/herramientas-para-la-venta-en-linea/>

<https://campusidyd.com/courses/desarrollo-de-vendedores-de-alto-potencial/>

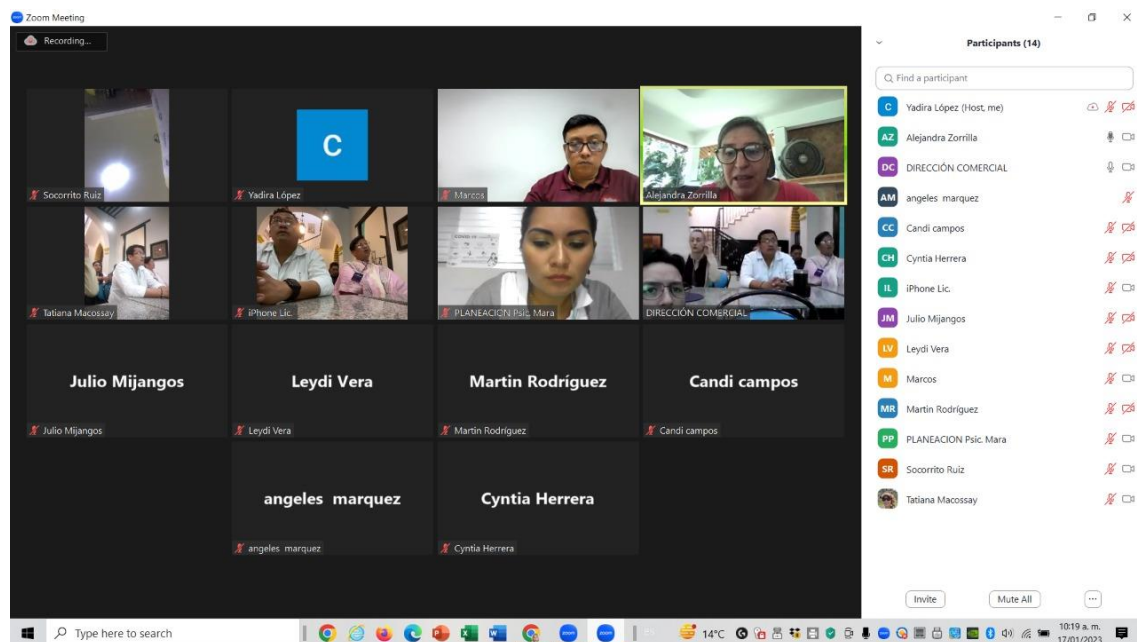
<https://campusidyd.com/courses/disenio-de-un-programa-de-implementacion-pi/>

Ejemplo de ejercicios subidos a la plataforma por los beneficiarios:

The screenshot displays the CAMPUS digital platform interface. On the left, a sidebar shows the course 'Plan de negocios' with a progress bar at 100% and a list of exercises, all marked with green checkmarks. The main content area shows a discussion forum for the exercise 'Ejercicio: Lienzo de Modelo de Negocio...'. It includes a list of uploaded files (PowerPoint presentations and a PDF) and a table titled 'Estructura de roles' (Structure of roles) with columns for 'Rol', 'Actividades', 'Responsables', 'Objetivos', and 'Indicadores'. The table lists various roles and their corresponding responsibilities. At the bottom, a Windows taskbar is visible with several open applications and a system tray showing the date and time.

Rol	Actividades	Responsables	Objetivos	Indicadores
Gerente General	Definir la visión y misión de la empresa.	Gerente General	Definir la visión y misión de la empresa.	Definir la visión y misión de la empresa.
Gerente de Marketing	Definir la estrategia de marketing.	Gerente de Marketing	Definir la estrategia de marketing.	Definir la estrategia de marketing.
Gerente de Finanzas	Definir la estrategia de finanzas.	Gerente de Finanzas	Definir la estrategia de finanzas.	Definir la estrategia de finanzas.
Gerente de Operaciones	Definir la estrategia de operaciones.	Gerente de Operaciones	Definir la estrategia de operaciones.	Definir la estrategia de operaciones.
Gerente de Recursos Humanos	Definir la estrategia de recursos humanos.	Gerente de Recursos Humanos	Definir la estrategia de recursos humanos.	Definir la estrategia de recursos humanos.
Gerente de Tecnología	Definir la estrategia de tecnología.	Gerente de Tecnología	Definir la estrategia de tecnología.	Definir la estrategia de tecnología.
Gerente de Legal	Definir la estrategia de legal.	Gerente de Legal	Definir la estrategia de legal.	Definir la estrategia de legal.
Gerente de Seguridad	Definir la estrategia de seguridad.	Gerente de Seguridad	Definir la estrategia de seguridad.	Definir la estrategia de seguridad.
Gerente de Sostenibilidad	Definir la estrategia de sostenibilidad.	Gerente de Sostenibilidad	Definir la estrategia de sostenibilidad.	Definir la estrategia de sostenibilidad.

Fotografías de sesiones sincrónicas:





PROGRAMA IBEROAMERICANO
PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA

**COOPERACIÓN
SUR - SUR**

Zoom Meeting

Participants (13)

Q. Find a participant

- C Yadira López (Host, me)
- AZ Alejandra Zorrilla
- AM angeles marquez
- CC Candi campos
- CH Cynthia Herrera
- IL iPhone Lic.
- JM Julio Mijangos
- LV Leydi Vera
- M Marcos
- MR Martin Rodriguez
- PP PLANEACION Psic. Mara
- SR Socorrito Ruiz
- Tatiana Macossay

Invite Mute All

Type here to search

17°C

10:59 a. m.
17/01/2023