

8.- MODELO DE CAPACITACION PARA VENDEDORES DE MULTINIVEL

8.1 Breve descripción del modelo

Este modelo tiene como objetivo primordial el mejoramiento de la productividad en empresas de multinivel a través de la capacitación sobre motivación (valores) Inteligencia Emocional y técnicas para la fuerza de ventas.

8.2 Detección de necesidades de capacitación

- 1) Elaboración de entrevistas preliminares es la principal elección de los capacitadores e instructores, con la finalidad de recolectar datos primarios.

La principal ventaja de la entrevista es que se puede recolectar una gran cantidad de información (datos) acerca de los sentimientos sobre la capacitación actual.

Los datos pueden incluir:

- a) Profundidad de los conocimientos
- b) Actitudes, intereses y opiniones
- c) Comportamiento presente, pasado y pretendido
- d) Aptitudes y habilidades innatas

- 2) Ventajas y limitaciones de los métodos sobre recolección de datos a través de la entrevista preliminar:

VENTAJAS	CONFIABILIDAD
<ul style="list-style-type: none">• De regular a buena	Exactitud de los datos recopilados de los entrevistados en forma individual. Costo directo por entrevista terminada.
<ul style="list-style-type: none">• De deficiente a buena	Requerimiento de tiempo. Temor a las represalias por tener en mal concepto de la capacitación.
<ul style="list-style-type: none">• Deficiente	Problemas administrativos.

3) Diseño del cuestionario – encuesta: el proceso para el diseño de un cuestionario debe de contener:

- a) Planear qué se va a medir.
- b) Formular preguntas para obtener información necesaria.
- c) Decisión sobre el orden de las preguntas y sobre el esquema físico del cuestionario.
- d) Usar y probar bajo una pequeña muestra el cuestionario para encontrar omisiones o ambigüedades en las preguntas.
- e) Corrección del cuestionario y su aplicación.

4) Formato de la pregunta: antes de redactar las preguntas específicas, tiene que tomarse una decisión en cuanto al grado de libertad que tendrán los entrevistados al contestar el cuestionario.

Clasificación de los tipos de preguntas:

- Pregunta de respuesta abierta: para obtener variadas respuestas.
- Pregunta de respuesta cerrada: para limitar respuestas en cierto campo.
- Preguntas de respuesta dicotómica: opción entre dos cosas.
- Pregunta de respuesta tricotómica: opción de tres respuestas en extremo o neutral.

5) Aplicación de la encuesta (Investigación de datos primarios)

- Si la encuesta es exploratoria; nos sirve para reunir información que ayude a definir mejor los problemas y sugerir hipótesis.
- Si la encuesta es descriptiva; nos ayudará a explicar con mayor exactitud los problemas o situaciones que se desean conocer con mayor precisión.
- Si la encuesta es causal; sirve para comprobar las hipótesis sobre la relación de causa-efecto.
- La observación dentro de la encuesta; debe ser por separado al final del cuestionario y nos servirá de referencia al recolectar la información primaria. Esto nos ayudará a determinar la confiabilidad y la validez.

6) Proceso de recolección de datos

- **Definición del problema** (Capacitación y Adiestramiento, Entrenamiento y Desarrollo)
- Desarrollo del plan (detección de las necesidades de capacitación)
- Presentación y aprobación del plan (por la alta dirección o bien por el departamento de recursos humanos de la empresa o por el área de ventas).
- Instrumentación del plan (diagnóstico)
- Puesta en práctica (toma de decisiones del programa de Capacitación y Adiestramiento, Entrenamiento y Desarrollo)

7) Evaluación pre y post capacitación (para conocer los avances y mejora de la productividad en los vendedores)

8) Entrevista formal – final (para conocer los sentimientos posteriores a la capacitación)

9) Entrega de reporte del diagnóstico sobre áreas fuertes y de oportunidad para el área de ventas.

10) Recomendaciones sobre la visión, misión y objetivos departamentales (si lo autoriza la empresa).

11) Programa de mejora continua para vendedores.

a) Implantación de cursos de capacitación.

Se sugieren 4 cursos de inteligencia emocional, 1 de valores y 3 sobre técnicas de ventas. (ver anexos 2,3,4,5,6,7,8 y 9)

9.- BIBLIOGRAFIA

1. BOWDITCH, Huse; El Comportamiento Humano en la Organización; Editorial Fondo Educativo Interamericano, S.A.
2. CRAIG AND BITTEL; Manual de Entrenamiento y Desarrollo de Personal; Editorial Diana.
3. CRAIG, Roberto; Manual de Entrenamiento y Desarrollo de Personal; Editorial Diana; México, 1978
4. DOWLING, J.R. and DROLEL, R.P.; Cómo Desarrollar un Programa de Capacitación y Entrenamiento; Editorial Interamericana; 1982
5. ESCOBEDO, Rodolfo M. Díaz de León; Formación de Valores I; Editorial Trillas; 1997
6. ESCOBEDO, Rodolfo M. Díaz de León; Formación de Valores II; Editorial Trillas; 1997
7. ESCOBEDO, Rodolfo M. Díaz de León; Formación de Valores III; Editorial Trillas; 1997
8. ESCOBEDO, Rodolfo M. Díaz de León; Formación de Valores VI; Editorial Trillas; 1997
9. FROSYTH, Patrick; 101 Maneras de Aumentar sus Ventas; Editorial Panorama; 2000; P.74 a 161
10. HERNANDEZ, Roberto Sampieri; FERNANDEZ, Carlos Collado; BAPTISTA, Pilar Lucio; Metodología de la Investigación; Editorial McGraw Hill; 1998
11. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática; INEGI, 1992

12. KEITH, Davis and NEWSTROM John W. ; Comportamiento Humano en el Trabajo; Editorial McGraw Hill ; 1999
13. MARTIN, Doris y BOECK, Karin; ¿Qué es la Inteligencia Emocional?; Editorial EDAF, S.A.; 1996
14. PEEL, Malcolm; Capacitación Eficaz; Editorial Panorama; México, 1997
15. PHILLIPS, Maya; ¿Cómo Lograr la Inteligencia Emocional?; Editorial EDAF, S.A. ; 1997
16. PINTO, Roberto; Proceso de la Capacitación; Editorial Diana; México 1997
17. REZA T., Jesús Carlos; El ABC del Administrador; Editorial Panorama
18. ROBERTS, Rallph H. And GALLAGHER, John; 52 Semanas para Lograr Éxito en sus Ventas; Editorial Garnica; 2000
19. ROBINSON, James W.; Empire of Freedom: The Amway Story and What it Means to You; Editorial Prima Publishing; 1996
20. RYBACK, David; Trabaje con su Inteligencia Emocional; Editorial EDAF, S.A.; 1997
21. SILICEO, Alfonso; Capacitación y Desarrollo de Personal; Editorial Limusa; México 1998; 3ª. Edición.
22. SIMMONS; Steve Dr. Y SIMMONS John C. Dr.; ¿Cómo Medir la Inteligencia Emocional?; Editorial EDAF, S.A. ; 1997
23. TASSINARI, Héctor; Multinivel : Elementos Básicos para un Negocio de Éxito; Editorial Diana; 1995
24. YAGER, Dexter R. Sr. and YAGER Doyle; El Manual de Negocios: Una Guía para Construir su Propio y Exitoso Negocio Amway; Editorial Internet Services Corporation; 1994

25. Revista Forves; Julio 1994
26. Revista “Entreprenur”; Febrero 1995
27. Revista “Entreprenur” ; 1997
28. Revista “Mundo Ejecutivo”; número 219; Julio 1997
29. www.amway.com; Página de Internet
30. www.oriflanc.com; Página de Internet
31. www.marykay.com.mx; Página de Internet
32. www.meridion.com; Página de Internet

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURÍA PUBLICA Y ADMINISTRACIÓN
Agradecemos de antemano su cooperación para responder el presente cuestionario

DATOS GENERALES

Nombre de la empresa

AMWAY

MARY KAY

ORIFLAME

Categoría en la empresa. _____

Línea de productos manejada. _____

¿Cuál es su edad? _____ años.

Sexo

MASCULINO

FEMENINO

Instrucciones: lea cuidadosamente cada cuestionamiento y marque con una cruz la respuesta con la cual se identifique, de acuerdo a la siguiente clasificación:

- 5.- Totalmente de acuerdo
- 4.- De acuerdo
- 3.- Indiferente
- 2.- En desacuerdo
- 1.- Totalmente en desacuerdo

1.- ¿La competencia de empresas de multinivel, tiende a crecer con mucha rapidez?

5

4

3

2

1

2.- ¿El crecimiento de las empresas de multinivel, se debe a la capacitación que le brindan a sus vendedores?

5

4

3

2

1

3.- ¿La capacitación tradicional, trae como consecuencia, la rutina, el decaimiento en la motivación del vendedor?

5

4

3

2

1

4.- ¿Las ventas de la compañía, se deben al conocimiento real del producto?

5

4

3

2

1

5.- ¿El personal que brinda la capacitación en su compañía, está actualizado en temas de mejoramiento de productividad individual?

6.- ¿La capacitación es adecuada, de acuerdo a las necesidades individuales de superación personal.?

7.- ¿Sus habilidades personales, lo hacen líder en la venta de su producto?

8.- ¿El manejo de la inteligencia emocional le brinda valor agregado con respecto a otros vendedores?

9.- ¿Actualmente usted espera de a empresa mejores estímulos, premios, incentivos y capacitación, mediante el desarrollo de sus habilidades?

10.- ¿Los productos de la compañía, se venden por su calidad?

11.- ¿Los productos de la compañía, se venden por la habilidad que usted emplea en el proceso de venta?

12.- ¿Las políticas de la compañía, están acordes al desarrollo y crecimiento de la misma?

5

4

3

2

1

13.-Observaciones _____

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: INTELIGENCIA EMOCIONAL I	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: IE1

Justificación del curso: ¿Qué es? Inteligencia Emocional : Es buscar lograr que las emociones determinen nuestro tiempo en todos los ámbitos de la vida.

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
Conocimiento de sí mismo y el aprendizaje de la sensibilización frente a otros.	Reconocimiento de las propias emociones, el aprendizaje de cómo manejar las mismas; además de la utilización del potencial existente del individuo, pero sobretodo saber ponerse en el lugar de los demás.	<ul style="list-style-type: none"> • El mando de las emociones. • Cómo funcionan las emociones. • Diferencia entre emoción y razón. • Causas de padecimiento. • Manejo de las emociones. • Vivir mejor utilizando la Inteligencia Emocional. - El amor. - La profesión. - La salud. - Aprender para la vida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Método inductivo de enseñanza. • Trabajo en equipo • Trabajo individual • Dinámica de auto-sensibilización. • Dinámica de auto-evaluación. • Método de casos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acetatos. • Pintaron. • Plumas y lápices • Cartoncillo u hojas de rotafolio • Hojas de máquina 	<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas psicométricas - Colores -MMPI • Autoevaluación -Habilidades -Destrezas -Conocimientos 	6 horas	Máximo 12	Vender la idea de lo que consiste la Inteligencia Emocional.

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: INTELIGENCIA EMOCIONAL II	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: IE2

Justificación del curso: ¿Cómo medir? Inteligencia Emocional: Enseña las aplicaciones de los principios de la Inteligencia Emocional para la aplicación en la empresa o la vida privada.

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
Descubrirá el funcionamiento dinámico del desarrollo emocional y la fuerza de conducta.	Podrá medir el manejo de las emociones individuales y como tener empatía con los demás.	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo medir la Inteligencia Emocional. • Cómo medir la energía emocional. • Cómo medir el estrés emocional. • Cómo medir la autoestima. • Cómo medir el compromiso con el trabajo. • Cómo medir el deseo de cambio. • Cómo medir la consideración con los demás. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de cuestionarios. • Estudio de casos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acetatos. • Pintaron. • Lápices •Hojas de rotafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> •Autoevaluación del test, para la medición de cada una de las variables. 	4 horas	Máximo 12	<ul style="list-style-type: none"> •El vendedor puede quedar descontento con los resultados de sus evaluaciones. •Aplicar Dinámica de tolerancia de las emociones. •Buscar anclas positivas.

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: INTELIGENCIA EMOCIONAL III	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: IE3

Justificación del curso: ¿Cómo lograrlo? Inteligencia Emocional : Aprendizaje sobre los conocimientos y utilización del poder de las emociones

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
<p>Buscar el dominio emocional, el autorespeto y la confianza interna que nunca antes habían conocido tan de cerca.</p>	<p>Alcanzar el dominio de sí mismo, para poder mejorar la excelencia emocional y aplicarla a los demás.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Entrenamiento básico. •La emoción es energía.. • La sabiduría. • El darnos cuenta. •Pensamientos positivos y negativos. • El silencio. •La mente tranquila. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dramatización. •Ejemplificación de casos. •Relajación •Trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> •Proyección de películas. •Acetatos. •Hojas de rotafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> •Entre los miembros del grupo, bajo el esquema de la mayor aportación en la dramatización. 	6 horas	Máximo 12	<ul style="list-style-type: none"> •Trabajo en equipo y evaluación por parte del grupo. •Proporcionar en cada dramatización , retroalimentación inmediata. •Obsequiar un texto de Inteligencia Emocional a la dramatización mejor presentada.

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: INTELIGENCIA EMOCIONAL IV	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: IE4

Justificación del curso: “Trabaje con su Inteligencia Emocional” : Buscar la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos a través de los factores emocionales al servicio de la gestión empresarial y el liderazgo efectivo.

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
Buscar la directriz de aplicabilidad de la inteligencia emocional en sí mismo y en los equipos de trabajo creando una mejor calidad de vida.	Aplicar lo aprendido de inteligencia emocional por sí mismo, buscar la manera de crear un equipo de trabajo a través de la inteligencia emocional en su grupo de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> •Beneficios de la inteligencia emocional para la persona. •Las emociones en el centro de trabajo, antes y ahora. • La nueva ética del equipo. • Cómo funciona la inteligencia emocional ejecutiva. •La cirugía emocional: cómo mejorar su propio tipo. • Un estilo de vida emocionalmente inteligente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dramatización. • Sensibilización. 	<ul style="list-style-type: none"> •Hojas de máquina. •Lápices. 	<ul style="list-style-type: none"> •Autoevaluación -Habilidades. -Destrezas. -Conocimientos. 	4 horas	Máximo 12	<ul style="list-style-type: none"> •El ánimo de la gente debe estar motivado de los beneficios de la utilización de la inteligencia emocional. •Puede haber alguna persona descontenta, pero el instructor debe saber canalizarlo a lo positivo. •La autoevaluación que se aplica es la misma que al principio y se debe realizar una comparación contra lo logrado.

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: VALORES / DESCUBRIENDOSE UNO MISMO	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: VI

Justificación del curso: El conocimiento de uno mismo es la base fundamental para manejarla empatía y el trabajo en equipo.

Objetivo General	Objetivo Especifico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
Buscar la apreciación de las áreas fuertes y débiles del individuo.	<ul style="list-style-type: none"> •Aplicación de dinámicas sobre uno mismo. •Reconocimiento de la propia identidad. •Aceptación de las áreas de oportunidad. •Elección del mejor camino de la vida en forma consciente. 	<ul style="list-style-type: none"> •Tipos de hombres. •Ventana de Johari. •Detección de valores personales. •Descripción de los valores en el trabajo. •Formación de nuevos hábitos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vivenciales. • Sensibilización. • Estudio de casos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Hojas de máquina. •Lápices, plumones. •Cartulinas. •Hojas de rotafolio. 	<ul style="list-style-type: none"> •Autopersonal. •De viva voz. 	6 horas	De 12 a 20	<ul style="list-style-type: none"> •El manejo de la sensibilización puede ocasionar anclas positivas o negativas.(si son positivas buscar el modo de anclar; si es negativa buscar la forma de sacudir).

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: TÉCNICAS DE VENTAS “ASERTIVIDAD EN EL TRABAJO”	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: TV1

Justificación del curso: Es buscar la utilización de procesos de expresión de opiniones legítimas, generando así un individuo asertivo.

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
Lograr encontrar individuos que acepten y confronten situaciones de conflicto para la utilización de la asertividad	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación de la existencia de problemas dentro de la organización. • Manejo de reconocimientos de conflictos entre individuos. • El ser asertivo no es sinónimo de “aceptación de que todo esta bien”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de estados del ego. • Manejo de niveles de conflicto. • Fuentes de conflictos. • Efectos y modelos de conflictos. • Análisis transaccional. • Comportamiento asertivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de casos. • Solución de problemas. • Dramatización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos reales. • Lápices, plumas. • Revistas. • Tijeras. • Pegamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación 	De 20 a 40		<ul style="list-style-type: none"> • Los individuos que entran en conflicto intrapersonal, es recomendable saber manejar este curso con mucha habilidad.

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: TÉCNICAS DE VENTAS “CONSOLIDACIÓN DEL TRABAJO EN EQUIPO”	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: TV2

Justificación del curso: Este curso tiene por finalidad alentar a los miembros de un equipo a examinar su trabajo en común.

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
Lograr que los miembros de un grupo conozcan sus objetivos y contribuyan entusiastamente al logro de las tareas apoyándose entre sí.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de trabajo en equipo. • Conocimiento de políticas y reglamentos. • Integración de objetivos y metas comunes. • Cumplimiento de tareas individuales y comunes. • Responsabilidad en pirámide. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclo de vida de un equipo. • Consolidación del grupo como equipo. • Aprovechamiento de habilidades para la consolidación. • Consultoría de procesos <li style="padding-left: 20px;">↓ observación <li style="padding-left: 20px;">↓ cuestionamientos <li style="padding-left: 20px;">↓ confrontación. • Retroalimentación • Equipos autodirigidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinámicas de grupos • Tareas reales de trabajo. • Juegos de negocios • Método de conferencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acetatos. • Lápices, plumas. • Casos reales. • Tarjetas. • Hojas de máquina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación. • Conclusiones 	4 horas	De 20 a 40	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas deben de tener ya un cambio de actitud bastante relevante.

SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA NEGOCIOS DE MULTINIVEL

CURSO DE: TÉCNICAS DE VENTAS “PRODUCTIVIDAD – FUERZA DE VENTAS”	PROGRAMA: SISTEMA DE ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PARA EL AREA DE VENTAS
INSTRUCTOR: A CONSIDERACIÓN	MODULO: TV3

Justificación del curso: Al finalizar la serie de módulos sobre inteligencia emocional, valores y técnicas de ventas, se logrará un cambio trascendental en la actitud de los vendedores.

Objetivo General	Objetivo Específico	Temario	Técnicas de Instrucción	Material Didáctico	Evaluación	Número de Horas	Número de Participantes	Observaciones
La productividad de la fuerza de ventas radica fundamentalmente en utilizar nuevas herramientas que darán como resultado mejores habilidades en el individuo.	<ul style="list-style-type: none"> •La productividad integrada a la fuerza de ventas. •Inteligencia emocional y manejo de emociones. •Habilidades natas y aprendidas. • Desarrollo de actitudes de cambio. 	<ul style="list-style-type: none"> •Productividad. •Fuerza de ventas. •Multinivel. •Retos del siglo. •Teoría “Z”. •Planeación de vida y carrera. 	<ul style="list-style-type: none"> •Casos reales. •Vivenciales. •Videos 	<ul style="list-style-type: none"> •Cuadernos de trabajo. •Políticas de la empresa. •Diario de propuestas. •Hojas de máquina. •Lápices, plumas. •Clientes, prospectos y cartera de clientes para planeación. 	<ul style="list-style-type: none"> •Aprobación de la planeación. 	4 horas	De 20 a 40 o más.	<ul style="list-style-type: none"> •Ninguna.

