



PERÚ

Ministerio
de la Mujer
y Desarrollo Social

Viceministerio
de Desarrollo Social

Dirección General
de Políticas
de Desarrollo Social

MODULO PARA DESARROLLAR
CURSOS DE CAPACITACIÓN
CON PROMOTORES - YACHACHIQ QUE
COMPARTIRÁN EXPERIENCIAS EN
EL ÑAN YACHAY -
RUTA TEMATICA DE APRENDIZAJE

SEPTIEMBRE 2008

INDICE DE TEMAS

	INTRODUCCION	3
	EL ÑAN YACHAY O RUTA TEMATICA DE APRENDIZAJE	4
	ALGUNOS ASPECTOS PARA PREPARAR Y DESARROLLAR EL ÑAN YACHAY	8
II	OBJETIVOS ALCANZADOS	15
III	SOBRE METODOLOGÍA PARA LOS YAYACHIS	15
	ELECCION DE TEMAS SEGÚN ACTORES	16
IV	GUÍA DEL DESARROLLO DEL TALLER	19
	DESARROLLO DE LOS TEMAS DE CAPACITACION PARA LOS YACHACHIQS	21
	Tema N° 1: Sistematización de su experiencia	21
	Ficha de la experiencia de negocio	24
	Anexo: Materiales para las dinámicas vivenciales	25
	▪ Tema 1. Plantilla de sistematización de negocios	26
	▪ Tema 2. Dinámica sobre creatividad	28
	▪ Tema 3. Dinámica del espejo	31
	▪ Tema 4. Dinámica sobre la logística	32
	▪ Tema 5. Dinámica sobre la calidad del servicio	33
	PRESENTACION DE MIMDES	35
	ANEXO TEMA 1. SISTEMATIZACION DE LA EXPERIENCIA - CASO DESARROLLADO	38

I. INTRODUCCIÓN

MIMDES a través de la Dirección de Investigación y Desarrollo Social de la DGPDS está interesado en sensibilizar, motivar y movilizar (lograr que actúen) tanto a funcionarios públicos, como a autoridades y organizaciones de productores sobre las posibilidades reales de lucha contra la pobreza a partir del conocimiento de experiencias exitosas en el medio rural.

En algunas regiones del Sur del país, varios proyectos¹ vienen promoviendo la inserción de los pobladores de las Comunidades campesinas en el mercado a través de la gestión de negocios rurales, los mismos que les permiten un acceso más sostenible a ingresos. En éstos el desarrollo de capacidades y la gestión del conocimiento se han constituido en los pilares fundamentales para el logro de resultados concretos además de haberse promovido y fortalecido niveles de liderazgo, autoestima, autonomía y empoderamiento.

Es en este contexto que se desarrolló el Curso de Capacitación a Promotores - Yachachiq² (los que saben, los que enseñan) con el objeto de brindar los aspectos básicos que permitan a estos actores transmitir su experiencia a los participantes del Ñan Yachay³ - Ruta Temática de Aprendizaje..

El curso de capacitación contribuyó a fortalecer capacidades ya existentes y/o desarrollar capacidades necesarias para que los Yachachiq compartan su experiencia a lo largo del Ñan Yachay ó Camino del Saber. El curso de capacitación también sirvió para validar la metodología en cada uno de sus aspectos.

Con el objeto de apoyar a la contextualización de la propuesta metodológica presentamos a continuación el marco conceptual del Ñan Yachay o camino del Saber.

¹ Aquí nos referiremos a los 18 Proyectos del Corredor Puno Cusco y Sierra Sur que fueron convocados para la validación de la metodología. como Corredor Puno Cusco (Cusco y Puno) y Sierra Sur (Arequipa, Moquegua, Tacna y provincias altas de Cusco),

² Termino acuñado por el Proyecto MARENASS

³ Se ha propuesto en adelante esta denominación local de ÑAN YACHAY (Camino del saber), para nombrar a la actividad "Ruta Temática de Aprendizaje"

EL ÑAN YACHAY: CAMINO DEL SABER

¿ Qué es el Ñan Yachay ó Camino del Saber ?



El Ñan Yachay o Camino del Saber es el recorrido que hace un grupo de personas interesadas (visitantes o caminantes) en conocer un conjunto de experiencias exitosas que están ubicadas a lo largo de un recorrido predeterminado (se han identificado previamente) que responden a sus objetivos e intereses.

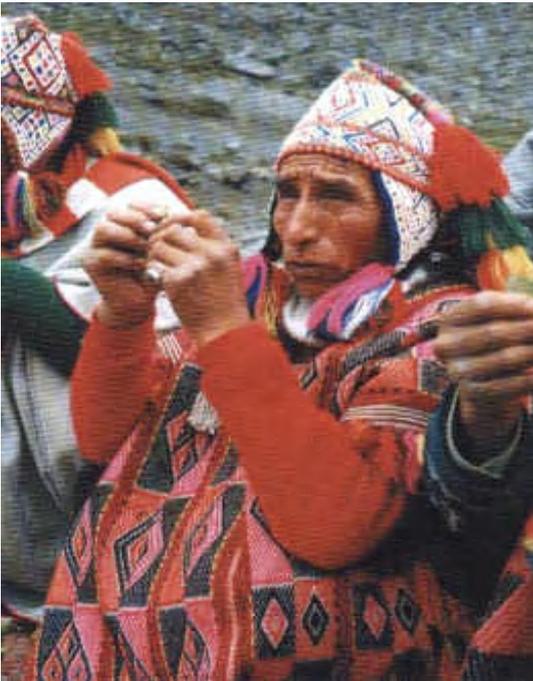
¿Cuál es el objetivo del Ñan Yachay ?

El objetivo del Ñan Yachay es propiciar el intercambio de experiencias, desarrollar nuevos aprendizajes (en ambos sentidos: en el que visita y en el que es visitado) y motivar el compromiso para aplicar lo aprendido teniendo en cuenta el propio contexto.

¿ Quiénes participan en el Ñan Yachay ?

Los participantes en el Ñan Yachay son:

- a) Los yachachiq / promotores enseñantes
- b) Los coordinadores - facilitadores
- c) Caminantes -Puriq quna yachanqu
- d) El/la coordinador - facilitador o yanapaqkuna / (prepara el Taller)
- e) La institución promotora del Ñan Yachay. En este caso el MIMDES



YACHACHIQS:

Los PROMOTORES líderes de cada organización (varones o mujeres) que conocen, saben, han sido capacitados y están dispuestos a compartir la experiencia de su organización y de su aporte individual.



LOS FACILITADORES - COORDINADORES: Responsables territoriales



CAMINANTES - PURIQ QUNA YACHANQU:

Los caminantes que aprenden; pueden ser Técnicos, Especialistas, Funcionarios, representantes de instituciones privadas (ONG) cooperantes, financieras y directivos y/o líderes de organizaciones de base.

YANAPAQUNA el coordinador -facilitador *



* Prepara el Taller o la Ruta

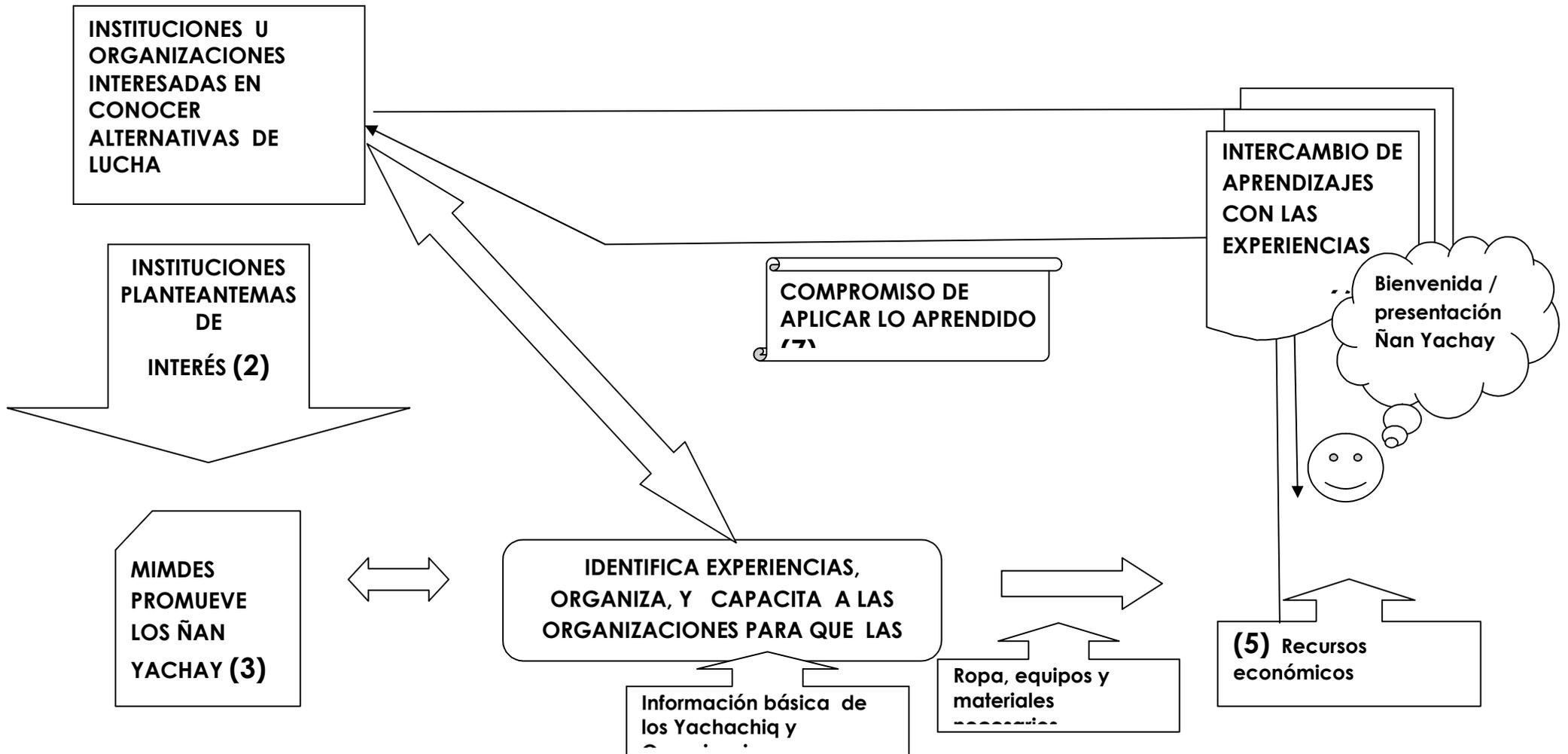
ENTIDAD QUE PROMUEVE EL ÑAN YACHAY



MINISTERIO DE LA MUJER Y DESARROLLO SOCIAL

El MIMDES diseña, propone y ejecuta la política de desarrollo social y humano promoviendo la equidad de género y la igualdad de oportunidades para la mujer, la niñez, la tercera edad y las poblaciones en situación urbanas y rurales de pobreza y pobreza extrema, discriminadas y excluidas. Aplica la Estrategia de Superación de la Pobreza y Oportunidades Económicas para los Pobres.

CICLO O DIAGRAMA DEL ÑAN YACHAY



**ALGUNOS ASPECTOS PARA PREPARAR Y
DESARROLLAR EL ÑAN YACHAY -
RUTA TEMATICA DE APRENDIZAJE**

A. INTERÉS PREVIO DE ALGUNA INSTITUCION U ORGANIZACIÓN

Interés por parte de una institución u organización en conocer experiencias exitosas de lucha contra la pobreza en medios rurales.

A nivel externo:

A través de la difusión que realiza el MIMDES por medio de diferentes instancias se da a conocer los avances realizados por el país en estrategias innovadoras de lucha contra la pobreza. Esta difusión permite generar una demanda para conocer la experiencia.

A nivel interno

El MIMDES está interesado e promover la **Estrategia de Superación de la Pobreza y Oportunidades Económicas para los Pobres**, por lo que motiva a las organizaciones de base para que adopten una actitud proactiva frente a la promoción de oportunidades y capacidades económicas para las personas y familias. Con este propósito organiza este primer Ñan Yachay utilizando la metodología del interaprendizaje diológico.

Para que el MIMDES organice un Ñan Yachay interactuará permanentemente con las Instituciones demandantes u Organizaciones de base a las que quiera motivar. Producto de esto identifica:

- a) Los temas de interés, estos se constituyen en los elementos claves para la selección de organizaciones a visitar.
- b) El tiempo disponible de yachachiqs y de caminantes
- c) Los recursos logísticos necesarios.
- d) Los recursos económicos a co-financiar entre el MIMDES y la **institución demandante** del Ñan Yachay.

Los resultados esperados de la visita.

B. FORMALIZAR EL INTERÉS CON DOCUMENTO DIRIGIDO AL MIMDES

La Institución que demanda el Ñan Yachay o Ruta Temática de Aprendizaje debe remitir un documento en el cual explicita su interés en conocer experiencias exitosas en el Perú. Una vez que el MIMDES accede a organizar la visita solicitará como información básica la siguiente:

1) Es necesario que tanto los responsables del MIMDES como el (la) Coordinador - facilitador yanapaquna **conozcan el perfil de los caminantes o puriq quna yachanqu**, a fin de que los Yachachiq puedan preparar de mejor manera su participación así como los medios y materiales de apoyo.

Para facilitar el conocimiento de las características de los puriq quna yachanqu MIMDES debe solicitar la siguiente información:

Sobre la institución u organización de base:

- a) Nombre de la Institución u Organización
- b) Ámbito de acción
- c) Objetivos
- d) Líneas de Trabajo
- e) Tiempo de funcionamiento
- f) Resultados de su trabajo
- g) Tiempo y recursos disponibles (número de días que comprende desde la llegada a nuestro país o al punto de partida del Ñan Yachay)

Sobre los caminantes o puriq quna yachanqu :

Nombre y Apellido	Edad	Cargo /función	Nivel de instrucción	Tema que le interesa conocer

2) La información recibida es enviada a los facilitadores - coordinadores quienes se encargarán de transmitirla de manera sencilla a las Organizaciones vinculadas a los temas de interés solicitados.

Los facilitadores coordinadores podrán proponer organizaciones que cumplan mejor con los objetivos planteados. El tiempo disponible de los **caminantes** - puriq kuna yachanqu establecerá los límites para el itinerario.

No se trata de mostrar muchas experiencias a la vez, de lo que se trata es de contar con el tiempo necesario para compartir la experiencia y recoger los aspectos que pueden ser aplicados al entorno y realidad de los caminantes puriq kuna yachanqu.

3) Identificación de las experiencias / capacitación de las organizaciones para que compartan su experiencia

El MIMDES con la información recibida de los **caminantes** - puriq kuna yachanqu organiza uno o más eventos para apoyar a los yachachiq a organizar su información, los medios y materiales así como las habilidades que requieren para compartir su experiencia.

Para ello el MIMDES cuenta con una propuesta metodológica flexible que puede ser adaptada en función a las diferentes circunstancias, perfiles de los caminantes - puriq kuna yachanqu y temas de interés.

4) Información básica, procedimientos y aspectos logísticos

Una vez que ambas partes los caminantes - puriq kuna yachanqu **a través de su entidad** y el MIMDES han acordado los aspectos principales para el Ñan Yachay, ambas instituciones formalizan el mismo a través de un Convenio o contrato o carta según la normatividad que a ambas se los permita. En este documento se explicitan con mucha claridad las responsabilidades y aportes de ambas partes, así como el tiempo asignado para el recorrido del Ñan Yachay. Es muy importante desde el inicio **establecer con claridad los resultados esperados del Ñan Yachay para**

que ellos se constituyan en la brújula que oriente todos los esfuerzos.

Desde MIMDES una vez firmado la carta de presentación o Convenio o Compromiso se proveerá de información básica a los caminantes - puriq quana yachanqu, entre ellas se encuentra:

- a) Ropa, equipos y materiales a llevar durante el Ñan Yachay.
- b) Fichas con información básica de las experiencias a visitar.
- c) Itinerario con tiempos y medios de transporte, así como los nombres y direcciones.

5) Momento para compartir la experiencia o desarrollo del Ñan Yachay

A partir del evento de capacitación a los yachachiq se han identificado las fortalezas y potencialidades de cada uno, de esto dependerá los medios de apoyo para compartir su experiencia. Lo importante es que a partir del taller hayan identificado y ordenado los aspectos más importantes de su experiencia y asocien a estos contenidos los mejores medios para visibilizarla.

Tareas:

- Los Yachachiq previamente a la visita deberán haber coordinado con su comunidad y organización a la que pertenecen sobre esta actividad de manera que cuenten con el apoyo de varios representantes.
- El lugar para compartir la experiencia deberá tener en cuenta el número de caminantes - puriq quana yachanqu así como cuidar las condiciones de luz, calor o frío que faciliten y que no limiten el inter aprendizaje.
- El tiempo disponible para compartir la experiencia se estima entre una hora y dos horas. Se cuidará en todo momento compartir verbalmente la experiencia acompañada de evidencias , por ejemplo:
 - a. Mejoramiento diseños y acabados (tejidos antes y después)

- b. Ingresos (antes y después), mostrar cuaderno de ingresos
- c. Formalización de la Organización (documentos de registros públicos)
- d. Participación en eventos feriales (certificados, premios, invitaciones, fotos
- e. Inversión en patrimonio (máquinas, remalladoras, etc)

- Prever siempre un tiempo para recoger las interrogantes, aportes y comentarios de los caminantes - puriq quna yachanqu.
- Utilizar la ficha o formato de entrada y salida que permita medir la satisfacción de los visitantes por los servicios brindados por los Yachachiq.
- Tener siempre un cuaderno donde los puriq quna yachanqu escriban sus comentarios finales a la visita como colaboración con la comunidad visitada.

6) La reflexión y el compromiso al final de cada día

Con el apoyo del coordinador - facilitador y en presencia de los caminantes -puriq quna yachanqu, se realizará un momento de reflexión, análisis, planteamientos y propuestas de compromisos de lo que se aplicaría en su cotidianidad local de los caminantes- puriq kuna yachanqu.

Para desarrollar este proceso que permite recoger los aspectos más relevantes del día así, como analizar las posibilidades de su replicabilidad, se requiere identificar temas centrales que orienten la reflexión, discusión, intercambio de ideas así como las conclusiones.

Esta etapa del Ñan Yachay - Ruta Temática de Aprendizaje cuenta con una metodología específica de trabajo así como con los materiales necesarios.

La información recogida no sólo servirá para los caminantes - puriq quna yachanqu, también deberá ser devuelta a las organizaciones y los yachachiq.

7) Cierre y balance final

Al término del **Ñan Yachay** se requiere una reunión final entre caminantes **-puriq quna yachanqu** y **Yachachiq** y organizadores de MIMDES con el objetivo de hacer un balance final de lo aprendido por ambas partes. Este momento también contará con la metodología y materiales que faciliten este trabajo.

Todo lo señalado anteriormente nos permitirá identificar con mayor facilidad el desarrollo de la propuesta metodológica que involucra prioritariamente la formación de los **Yachachiq**.

II. - OBJETIVOS ALCANZADOS

1) Se diseñó la Metodología para la realización de pasantías y visitas a proyectos de emprendimientos gestionados por actores locales para los yachachiqs.

2) En el Taller de Sicuani se validó la **Metodología** diseñada para la capacitación de promotores -yachachiqs que el MIMDES utilizará en la presentación con proyectos exitosos de otras organizaciones. La metodología es tan flexible que permite una serie de adecuaciones sin alterar los elementos centrales que la soportan.

III. - SOBRE METODOLOGÍA PARA LOS YAYACHIS DEL ÑAN YACHAY

La metodología tiene carácter participativo y se sustenta en el "aprender haciendo". La metodología es el producto de una práctica y ha sido diseñada teniendo en cuenta que se requiere alcanzar los objetivos de aprendizaje en sus tres dimensiones:

Conocimientos (Saber)	Habilidades, destrezas (Saber hacer)	Comportamientos, actitudes (Ser)
Saber	Controlar	Adaptarse
Entender	Usar	Sentir
Definir	Reparar	Motivarse
Precisar	Actuar	Integrarse
Retener	Hacer	Confiar
Nombrar	Cambiar	Interesarse
Identificar	Aplicar	Relacionarse
Organizar	Interpretar	Escuchar
Sistematizar	Interpretar	Intercambiar

La metodología diseñada ha tenido en cuenta lo siguiente:

- la naturaleza del proyecto;
- los resultados que se desean obtener los que proponen el proyecto;

- las características de los diferentes actores
- la identificación de temas de acuerdo a los roles de los actores
- la experiencia en negocios que los participantes locales hayan tenido.

A continuación desarrollaremos aspectos antes enunciados y que nos parecen trascendentes en el diseño metodológico.

LA ELECCIÓN DE LOS TEMAS DE ACUERDO A LOS ACTORES

La elección de los temas del Taller se realiza teniendo en cuenta las características y funciones de cada actor. Tres son los actores con una participación protagónica en el Ñan Yachay Ruta Temática de Aprendizaje: Los Yachachiq, los coordinadores - facilitadores y los Puriq quana yachanqu⁴.

Valga anotar que los yachachiqs ya han venido haciendo esta labor en su organización, pero sin una metodología homogénea y validada.

Cada uno de los temas ha sido desarrollado teniendo en cuenta dos aspectos centrales:

- a) La construcción colectiva: Se recogieron los saberes y experiencias de los promotores - yachachiq a través de una lluvia de ideas, esto permitió fijar de mejor manera las ideas fuerza en cada uno de los casos y llegar a la articulación final en un concepto o conjunto de ellos.
- b) Experiencia vivencial: El desarrollo de la experiencia vivencial permite que el Yachachiq asuma el reto de "hacer" y de "aprender haciendo" requiere que se asuma el compromiso sobre aquello que desea lograr, sólo así podrá tener acceso a la riqueza que le brinda su experiencia.

En la matriz que a continuación se presenta se describen las características y funciones de cada uno de los actores. Se muestran también los temas de la capacitación para cada uno de ellos. Para que el módulo esté completo se requiere trabajar dos unidades adicionales una que involucra a los caminantes o puriq quana yachanqu y con los representantes del MIMDES

⁴ Ver Glosario de Términos bilingüe

que tendrán a su cargo la promoción y ejecución del Ñan yachay o camino del saber.

En el anexo número 1 se presenta un documento con las definiciones para cada uno de los actores.

ACTOR	FUNCIONES	TEMAS DE LA CAPACITACION
Yachachiq	Líderes de cada organización (varones o mujeres) que conocen, saben, han sido capacitados y están dispuestos a compartir la experiencia de su organización y de su aporte individual.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematización de la información de su experiencia. • Transmisión de la información sistematizada usando recursos locales • Afirmación de la autoestima y liderazgo de los Yachachiq. • Aspectos básicos de la logística para el desarrollo exitoso de la experiencia de inter aprendizaje. • Evaluación de la experiencia de inter aprendizaje y de los aspectos logísticos. • Evaluación de lo aprendido

Coordinadores - Facilitadores	Los facilitadores - coordinadores: Responsables geográficos y como tal acompañan a los yachachiqs y a los puriq kuna yachanqu	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil y funciones del facilitador coordinador • Instrumentos de apoyo para los facilitadores coordinadores • Evaluación de lo aprendido
Puriq Quna Yachanqu	Los caminantes que aprenden; pueden ser Técnicos, Especialistas, Funcionarios, representantes de instituciones privadas (ONG) cooperantes, financieras y directivos y/o líderes de organizaciones de base.	<ul style="list-style-type: none"> • La metodología así como los temas de capacitación deben ser desarrollados en función de las características y composición de los mismos
MIMDES	Entidad que promueve el Ñan Yachay	<ul style="list-style-type: none"> • Las funciones de la entidad que promueve es un tema que debe ser trabajado con sus representantes en función de los objetivos esperados del Ñan Yachay
Yanapaquna	Coordinador general, persona que asume la conducción general del Ñan Yachay y que coordina con permanentemente con cada uno de los actores. Puede recaer esta función en la persona que conduce el taller	<ul style="list-style-type: none"> • Consultor o persona seleccionada por MIMDES para la conducción general del Ñan Yachay.

IV. - GUÍA DEL DESARROLLO DEL TALLER.

I. Inicio del taller

En este momento participan todos los actores involucrados inicialmente:

- a) Yachachiqs
- b) Yanapaquna
- c) Facilitadores-Coordinadores
- d) Representantes de MIMDES

En esta etapa se sensibiliza y motiva la participación comprometida de cada uno de los participantes, por ello requiere de mucha concreción y claridad a dos niveles:

1) Contextualización del evento :

- a. ¿Quiénes desarrollan el evento?
- b. Los objetivos y resultados esperados del evento
- c. La composición de los participantes y condiciones de su participación.
- d. Duración, lugar del evento
- e. Logística de alojamiento y alimentación
- f. Retorno de los participantes

2) Presentación de los participantes :Dinámica de los animales (Ver anexo número 2)

La dinámica de presentación de participantes que se usó, permitió:

- Romper el hielo (generó risas y expectativa)
- Al ser en parejas uso un tiempo razonable de acuerdo a los participantes
- Posibilitó el conocimiento a nivel de sus giros de negocios pero también en términos personales. Si han de formar un equipo es muy importante ir generando lazos de amistad y eso involucra el conocimiento de la dimensión privada personal de cada uno.



**DESARROLLO DE LOS TEMAS DE CAPACITACION
PARA LOS YACHACHIQS**

**Yachachiqs:
" El que sabe, el que enseña "**



**Tema N° 1: Sistematización de su experiencia
Técnica Vivencial: "Conociéndonos"**

Primer Objetivo de aprendizaje:

Sistematizar (analizar y organizar) la información de los principales aspectos que las organizaciones a través de los yachachiqs compartirán con los participantes en el Camino del Saber.

Resultado:

Los Yachachiqs saben sistematizar los principales aspectos a compartir en el Camino del Saber.

Ideas Fuerza para iniciar el trabajo de sistematización (análisis y organización de la información)

Sistematización:"una mezcla de experiencia, valores, información y "saber hacer" que sirve como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información, y es útil para la acción" (Davenport y Prusak, 1999).

1. El conocimiento es personal, se origina y reside en las personas, que lo asimilan como resultado de su propia experiencia (es decir, de su propio "hacer", y lo incorporan a su acervo personal (valores morales y culturales, patrimonio).
2. El conocimiento que se busca analizar y organizar es el que deviene de la experiencia de cada uno de los Yachachiq a nivel del giro de negocio de su organización y de su propia experiencia personal
3. Para facilitar el aprendizaje la información que se comparte debe ser lo suficientemente clara, precisa y en un orden que permita conocer el proceso llevado a cabo.
4. Se requiere dar pautas mínimas que permitan recoger la información de una manera ordenada.
5. Este conocimiento generado es una guía para la acción de las personas, en el sentido de decidir qué hacer en cada momento.
6. La utilización de este conocimiento, permite que cada persona entienda desde su experiencia y de acuerdo, precisamente con lo que su conocimiento implica en un momento determinado.
7. Dependiendo del perfil de los participantes debe considerarse siempre que por lo menos uno de los facilitadores -coordinadores maneje el o los idiomas de los participantes en este caso quechua y aymara.

Acciones:

- 1) Se explica a los participantes el objetivo de analizar y organizar la información.
- 2) Se entrega una matriz a cada organización participante
- 3) Se explica la matriz, contenidos y la forma de llenarla.
- 4) Se entrega papelógrafos, plumones, y cinta masking por cada línea de negocio participante.

5) Luego de dos horas se recoge y pasa a una plenaria, seleccionándose 2 ó 3 casos

En el anexo **Número 3** se presenta cada una de las matrices que fueron presentadas por cada organización participante:

Para ilustrar de mejor manera la información que se logra sistematizar a partir de esta técnica tan sencilla, a continuación presentamos la Historia de Vida de una de las Organizaciones participantes.

Este trabajo ha significado más de una semana de trabajo con entrevistas en reiteradas oportunidades con la técnica utilizada se pueden obtener los aspectos centrales en de dos horas de sesión, debemos tener en cuenta además que en el taller no participaron los directivos de la organización solamente una socia

FICHA DE LA EXPERIENCIA DE NEGOCIO

<u>DATOS GENERALES</u>	
Nombre: ASOCIACION DE PROCESADORES DE CHARQUI Y CHALONA ASWANQÁRI	
UBICACIÓN	
A. Localidad o Comunidad:	C. Distrito: AZANGARO
B. Provincia: AZANGARO	D. Departamento/Región: PUNO
Directiva: Presidenta: Justina Morales Condori Secretaria: Maria Julia Larico Laura Tesorera: Graciela Morales Condori	
Nombre de las representantes para el concurso: Representante 1: Justina Morales Condori DNI: 80041445 Representante 2: Maria Julia Larico Laura DNI: 01481521	
Tipo de Organización o Microempresa ¿Qué tipo de organización tienen?	
A. Comunal () B. Sindicato () C. Asociación (X) D. Microempresa () E. Cooperativa () F. Organización () G. Otros()	
¿Tienen personería jurídica? Marque con una X Si (X) No () En trámite N° _____ Fecha _____ Nombre Personería Jurídica. "ASOCIACION DE PROCESADORES DE CHARQUI Y CHALONA ASWANQÁRI" Anotar el N° de personas que forman parte de la organización: Mujeres: 18 Varones: 01 Total: 19	
Número de Otros participantes en el negocio: 82 personas, los familiares de cada socio	
Rubro al que se dedican: Artesanía () Productivo / Servicio (X)	
Productos y subproductos, derivados o servicios que ofrecen: Productos Deshidratados: <ul style="list-style-type: none"> - Charqui Agranel: con hueso primera - Charqui Fileteado: con hueso pero fileteado con empaque especial. - Chalona Agranel - Nuevas Presentaciones de Charqui: Tenemos el charqui extra, el de calidad selecta en las diferentes presentaciones (cubitos, deshilachados, barritas) y sazonadores en barra y en polvo (todo de alpaca). 	

ANEXO: MATERIALES REQUERIDOS PARA CADA DINAMICA VIVENCIAL

TEMA 1: Analizando y organizando nuestra información

Para realizar esta dinámica debe prepararse el conjunto de matrices en hojas impresas.

Esta matriz impresa se entrega a los participantes que están distribuidos teniendo en cuenta cada organización de forma independiente.

Además se les entrega los siguientes materiales:

- 5 papelógrafos
- 3 plumones
- Cinta masking tape
- El tiempo máximo para que trabajen es de dos horas

PLANTILLA DE LA MATRIZ DE SISTEMATIZACION DE NEGOCIOS

A continuación se presenta la plantilla de la matriz que usaran en cada grupo.

Lo que somos (nuestra proyección a futuro)

	Antes (del apoyo del Proyecto)	Ahora (Con el apoyo del Proyecto)	Nuestra Visión
Identidad y autoestima	Quiénes y cómo éramos?	Quiénes y cómo somos?	Quiénes y cómo esperamos ser?

Lo que tenemos (Propiedad/ Patrimonio)

	Antes	Ahora	Nuestra Visión
Propiedad : Patrimonio	Qué teníamos?	Qué tenemos?	Qué esperamos tener?

Desarrollo de Capacidades: Conocimientos/Aptitudes/Habilidades y Prácticas.

	Antes	Ahora	Futuro
Conocimientos (saber)			
Aptitudes (capacidad competitiva)			
Habilidades Prácticas (hacer)			

Lo que logramos:

	Antes	Ahora	Nuestra Visión
Ingresos			
Vinculación con otras instituciones			
Revaloración Cultural			

(Identidad local)			
Fortalecimiento Organizacional			
Vinculación con el mercado			
Desarrollo del producto Y/o servicio			



ANEXO TEMA 2: DINAMICA SOBRE CREATIVIDAD

La dinámica consiste en que cada grupo de forma libre y espontánea construya un mapa parlante o una maqueta o cualquier otro medio que apoye la presentación de su experiencia de manera concreta y visible.

Materiales requeridos:

- 4 plumones por cada Organización (negro, rojo, azul y verde)
- 5 pliegos de cartulinas por organización (blanco, amarillo, rosado, celeste, verde)
- 1 Ovillo de lana por Yachachiq.
- 1 Regla
- 1 tijera
- 1 goma en barra
- 1 goma líquida
- 3 pliegos de papel lustre de diferentes colores
- Papeles craf
- Revistas viejas de colores.

Otros recursos que la Organización quiera utilizar.







ANEXO TEMA 3: DINAMICA DEL ESPEJO

En esta dinámica se trata de que cada participante desarrolle una capacidad autocrítica que le permita fortalecer sus cualidades así como identificar aquellos aspectos que pueden limitar el momento del compartir y de generar inter-aprendizaje durante el Ñan Yachay.

La actividad consiste en simular una visita a su organización. El Yachachiq asume su rol. Mientras comparte sus experiencias se filma su participación la misma que el visualizará minutos más tarde y el iniciará su propia evaluación, esta es complementada por algunos participantes que lo hacen en forma voluntaria.

Material:

- Papelógrafos
- Plumones de distintos colores
- Otros materiales que cada participante quiera utilizar.
- Cámara de video (Ver Anexo 4)
- Televisor (Ver Anexo 4)

ANEXO TEMA 4: DINAMICA SOBRE LA LOGÍSTICA

Para el éxito del Ñan Yachay es necesario que los aspectos de carácter logístico estén bien planificados y llevados adelante. La impuntualidad en el transporte, así como la demora en la provisión de alimentos ó la espera para que se reúnan los miembros de la organización pueden alterar significativamente el itinerario y el cumplimiento del programa.

Por ello y a fin de acentuar el concepto de logística a través de un aspecto cotidiano de importancia en las comunidades se motivo la organización del matrimonio y civil y religioso como ejercicio.

Metodología:

- Construcción a partir de los conocimientos previos.
- Priorización
- Análisis
- Elaboración de un pequeño plan de logística. (Desarrollar una matriz para la elaboración la logística)

ANEXO TEMA 5: SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Esta técnica es muy importante para medir la calidad de nuestros servicios de capacitación e inter-aprendizaje. Tomar en cuenta la opinión de los participantes en el Ñan Yachay de una manera sencilla nos permitirá una mejora continua.

Se muestra una pequeña y sencilla ficha de evaluación.

Aspectos a evaluar de la	Bueno	Regular	Malo
Logística			
Puntualidad			
Comodidad en el lugar de la visita			
Comentarios y aportes			

PRESENTACION DE MIMDES

Ruta Temática de Aprendizaje / ÑAN YACHAY Una propuesta para compartir nuestros logros y experiencias exitosas



**Dirección de Investigación y
Desarrollo Social (DIDS),
General de Políticas
Desarrollo Sociales (DGPDS)
MIMDES**



Mayo 2008.



¿Qué es el MIMDES?

El Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social MIMDES, es el Sector del Estado dedicado a:

- ✓ Diseñar, proponer y ejecutar la política de desarrollo social y humano.
- ✓ Promover la equidad de género y la igualdad de oportunidades para las poblaciones más vulnerables, (la mujer, la niñez, la tercera edad) y las poblaciones en situación de pobreza y pobreza extrema, discriminadas y excluidas).

Cómo alcanza sus objetivos



El MIMDES construye instrumentos y diseña estrategias de acuerdo a los escenarios de cada momento.

En la nueva situación del mundo (cambios ambientales y climáticos, cambios culturales, riesgos alimentarios, globalización), el campo y los medios rurales son estratégicos y pueden sacar ventajas por lo que pueden ofrecer al mundo (GLOCALIZACIÓN).

MIMDES está desarrollando herramientas para sacar a los medios rurales de la pobreza y empoderarlos en esta nueva coyuntura que les favorece y con ello al país.

Herramientas del MIMDES en los territorios rurales



- 1. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN ARTICULADA "CRECER",** entre sectores y gobiernos locales.
- 2. MAPAS DE LA RIQUEZA** de cada distrito rural del ámbito CRECER, que recojan las riquezas útiles, para ponerlas en valor y en producción, con el fin de contribuir a la superación de la pobreza.
- 3. RUTA / ÑAN YACHAYs,** para mostrar y compartir las buenas experiencias en desarrollo rural con enfoque territorial y replicarlas / mejorarlas.

Todas estas herramientas ayudarán a:



- **Orientar y promover las políticas sociales a nivel local, con componente territorial y productivo para superar la pobreza.**
- **Alimentar a los instrumentos de planificación local (Plan de Desarrollo local Concertado, Plan de Ordenamiento Territorial).**

El propósito del Ñan Yachay



- ✓ **Difundir las mejores experiencias en desarrollo rural del país, in situ con sus actores.**
- ✓ **Construir itinerarios de aprendizaje, que reúnan a los actores y las experiencias de interés para algún grupo de población (funcionarios, especialistas, y población en general), a efectos de replica o rediseño en otros escenarios del país o de fuera.**
- ✓ **Generar con ello una actividad económica más, que ayude a la población que comparte su experiencia, conocimientos y su tiempo.**



Estrenamos el primer Ñan Yachay con la CAN

- La CAN es la agrupación de cuatro países andinos: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, para establecer políticas comunes de apoyo mutuo y preferencial, con el fin de lograr una región desarrollada con equilibrio y cohesión.
- El grupo Ad Hoc de Desarrollo Rural, diseña, construye y promueve las políticas y sus herramientas en materia de desarrollo rural.
- Perú es sede de sus reuniones y les propone compartir las mejores experiencias en el escenario de la CAN.



¡ Muchas gracias
por su atención!

ANEXO TEMA 1: SISTEMATIZACION DE LA EXPERIENCIA- UN CASO

GENERACIÓN DE INGRESOS CON LOS EMPRENDIMIENTOS

1. *¿Cuál es el ingreso mensual de su negocio?*

El ingreso por ventas asciende en promedio a S/. 40000.00 nuevos soles aproximadamente. Las 19 socias trabajamos individualmente cada socio tiene su propia planta y trabaja conjuntamente con sus familiares entre 5 a 10 personas. Con las utilidades generadas una parte mínima se ha equipado las plantas procesadoras, cuatro que son las que usa la asociación, en vista de que no teníamos equipos pues nuestro trabajo inicialmente era muy artesanal; sin embargo, a 6 meses de nuestro inicio como asociación hemos comprado 01 balanza gramera, 01 selladora de bolsas, 01 mesa de acero inoxidable y herramientas de trabajo (todos de acero inoxidable), cuyo costo asciende aprox. A S/. 1,500.00 nuevos soles inversión proveniente de las utilidades. Cuando nos presentamos para licitaciones se trabaja en estas cuatro plantas mejoradas así como las nuevas presentaciones. La gran parte de nuestras utilidades se destina a las socias en beneficio de cada familia, en vista de que es el único medio de ingreso o sustento para nuestras familias.

2. *¿Qué tiempo les ocupa de forma personal el emprendimiento en su actividad diaria familiar?*

Nuestra dedicación a esta actividad comercial es todo el tiempo, Muchas veces dedicamos hasta 13 horas efectivas diariamente. En nuestra organización decimos que *"si no trabajamos (no procesamos charqui y no vendemos) no comemos nosotros ni nuestras familias"*, razón por el cual nosotros le dedicamos el mayor tiempo posible. En este trabajo nos involucramos toda la familia, pues no solo es procesar con mucho cuidado cumpliendo normas de calidad sino también la parte de comercialización.

3. *¿Dónde venden sus productos?* (ferias comunales, municipales, mercados de las ciudades, en el exterior, etc.)

Tenemos diferentes mercados ya segmentados y pensamos introducir a nuevos mercados cada vez más exigentes y competitivos. Nuestros mercados actuales son:

Para el **Charqui con Hueso y Fileteado**: nuestro principal mercado son los programas sociales de las diferentes municipalidades de la Región Puno, Lima Metropolitana, Callao, Arequipa y el Programa Nacional de Asistencia Alimentaria (PRONAA), mediante la participación en las distintas licitaciones convocadas, donde la asociación participa satisfactoriamente.

Para la **Chalona a granel**: Nuestro mercado potencial es la ciudad de Arequipa y Lima, donde la mayor cantidad de nuestro producto es destinado en los diferentes mercados locales, puestos de ventas (mercadillos y otros). Una parte minoritaria se destina a la ciudad de Tacna, Moquegua, Ilo, Cusco, Puno (ceja de selva -Sandia) y Puerto Maldonado. La comercialización se realiza directamente a los consumidores en las ferias semanales, ferias de exposición - ventas y otras ferias nacionales y también mediante distribuidores a fin de llegar a la mayor cantidad de consumidores.

Para los **Productos con nuevas presentaciones de charqui**: Los nuevos productos han tenido muchas dificultades para ingresar al mercado, en vista de que estos productos tienen un alto valor agregado y grado de especialización, su costo está entre S/. 25.00 el kilo (charqui calidad selecta) y S/. 40.00 nuevos soles el kilo (charqui extra) en relación a los precios que normalmente vendíamos antes de S/. 6.50 a 7.50 nuevos soles respectivamente; de esta manera sin darnos cuenta hemos generado más mano de obra. Por ser un producto novedoso, nuestro mercado esta segmentado en dos grandes grupos de amas de casa, la clase "A" y clase "B"; para el estrato "A" se ha dirigido los productos Charqui Extra cuyo empaque es tri laminados y para el estrato "B y C" se está ofertando el Charqui Calidad Selecta en empaques polipropileno biorientado. La comercialización de estos productos se realiza directamente al consumidor mediante las ferias locales, regionales y nacionales; y el mayor volumen se vende mediante nuestros canales de comercialización que son los autoservicios (super market, Maranga, Minimarket, Bon filete y otros), Hoteles y Restaurantes Turísticos (Posada del Inca, Casa Andina, Caserío de Huaje, Don Giorgio, La Barca, La Mojsa, Los Balcones de Puno y otros en menores cantidades) y principales tiendas comerciales de Puno y Arequipa. Para ingresar a estos mercados hemos tenido que cambiar de actitud, mejorar nuestro producto cada vez más, tramitar los registros de calidad correspondiente (registro sanitario) y entrar a competir en los mercados exigentes sacando nuestro código de barras para todos los autoservicios; y no solo eso fue suficiente, teníamos que cambiar de actitud, ser pacientes y perseverantes pues el producto no tenía hábitos de consumo pese a sus bondades altamente competitivas, razón por el cual, hemos realizado degustaciones a todo nivel y un evento grande (SHOW ROOM) almuerzo empresarial gracias al proyecto Corredor Puno-Cusco, evento que nos abrió las puertas para tener contacto directo con nuestros actuales canales de distribución y comercialización; hoy podemos decir satisfactoriamente que hemos iniciado el primer gran paso rumbo a la conquista del mercado de Puno, y estamos listos preparándonos para conquistar los grandes mercados del país (Lima: metro, plaza Veá, Wong y otros a nivel nacional); y en un futuro no muy lejano el exterior.

4. *¿Han solicitado algún tipo de préstamo, crédito u otro del sistema tradicional para incrementar el capital de su negocio?*

Se han solicitado créditos individuales por socios para el aporte de los capitales de trabajo para el negocio. Por la naturaleza de nuestro negocio requiere de 03 capitales de trabajo, razón por el cual, cada socio indistintamente ha solicitado crédito a las diferentes fuentes financieras como:

Banco de Crédito
Banco Continental
Banco de Trabajo
Caja Rural los Andes
Caja Municipal Arequipa
Caja Municipal Tacna

Nuestro crédito de todas nuestras socias asciende aproximadamente a S/. 80,000.00 nuevos soles; que cada socia esta pagando en forma puntual.

5. *¿Qué han hecho con sus ganancias?*

Nuestras ganancias se distribuyen en tres grupos:

Una **parte Mínima** de las utilidades se han destinado al equipamiento de nuestra planta (5%).

Otra parte de utilidades aproximadamente el 65 % esta destinado para el sustento diario de cada socia y su familia comprendido en alimentación, educación, vestido, vivienda de las familias.

Una parte aproximadamente del 30% de utilidades se destina para incrementar el capital de trabajo.

6. *¿Cuál es la participación económica en la familia? (%)*

La participación económica en la familia es aproximadamente en promedio del 60% en algunas familias más y en otras familias menos, en vista de que de la gran mayoría es su actividad principal como único ingreso económico familiar.

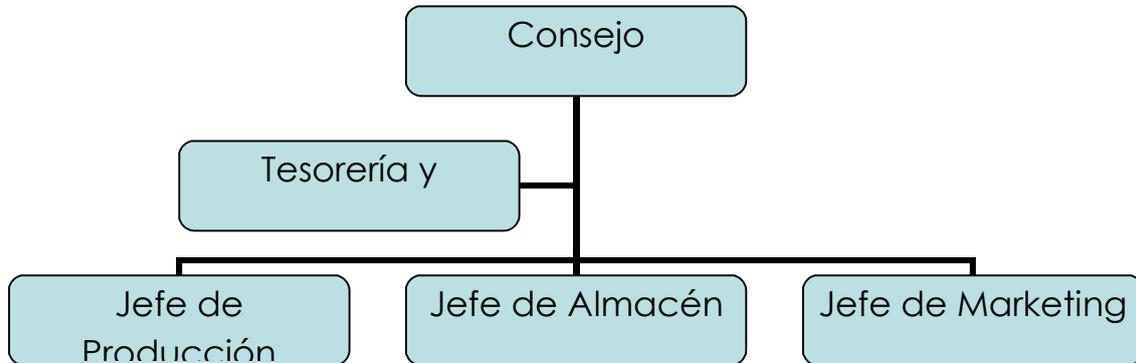
DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO

7. *¿Cómo ha cambiado la actitud en la comunidad, desde que decidieron desarrollar el emprendimiento?*

El impacto a nivel provincial es positivo, lo que ha motivado a la creación de nuevas asociaciones dispuestos a ingresar a mercados competitivos; lo que nos anima a no quedarnos atrás, sino seguir cada vez más perfeccionando nuestro producto, sondeando mercados y perfilando nuestra visión como asociación.

8. **Describir como se organizan y administran el emprendimiento o Negocio.**
Mencionen las actividades que realizarán para mejorar su emprendimiento.

Organizacionalmente: Nuestra Asociación esta organizada de la siguiente manera:



Administrativamente: La asociación está administrada por el consejo directivo, lideradas por mujeres socias de la Asociación.

Para mejorar nuestro negocio se tiene muchas actividades planificadas, pero antes de planificar se tomo la decisión de realizar un plan prospectivo de marketing del charqui gracias a los contactos con la UNA - PUNO, facultad de Administración, Especialidad de Marketing, para saber cómo será los nuevos escenarios futuros del comportamiento del charqui en el mercado, documento importante con el cual se cuenta porque nos ayuda a planificar y tomar estrategias frente a diferentes escenarios posibles en el futuro. La asociación tiene planificado realizar una agresiva promoción comercial que consta en degustación, publicidad intensiva de alcance masivo en las ciudades de Juliaca y Arequipa, eventos que se realizaran semanalmente a fin de dar a conocer las bondades del producto charqui y paladear exquisitos platos que dejaran "fans y militantes" de este producto a todos los que la prueben, este evento a su vez nos va a facilitar para realizar un "espionaje comercial".

También se tiene planificado realizar un Plan de Marketing para posicionar nuestros productos y marca en el mercado de Arequipa dirigido a las amas de casa de las clases "A" y "B"; este plan está dentro de un plan de Negocio con el Proyecto Corredor Puno - Cusco, que ya está aprobado.

9. **¿Cómo desarrolla y promueve los aspectos (características/valores) culturales de su grupo, en relación a su emprendimiento?**

Nosotros promovemos mediante el consumo de platos novo andinos, exóticos con aroma andino, con la consigna presente de que no solo vendemos un producto de alto valor proteico sino también vendemos sabor e identidad, así como salud nutricional, por las

bondades que son conocidas de la carne de alpaca; produciendo día a día , años a año, el incomparable charqui, mujeres que desde la región Puno construyen futuro sin olvidar tradiciones y costumbres ancestrales (comida del inca) y valorando nuestros recursos naturales de la zona (carne de alpaca) "Charqui" y "Chalona" de alto valor nutritivo.

10. *¿Cómo ha cambiado la actitud, el orgullo y la autoestima desde que tienen el emprendimiento?*

Las socias de la Asociación cada vez más tienen una visión de seguir adelante, con una actitud positiva, arriesgando capital, tiempo para ser una empresa líder y sólida, emprendedora y auto sostenible de la región y del país. Frente a los problemas seguimos adelante, perseverando y trabajando eliminando los obstáculos que se presenta y estamos seguros de alcanzar nuestras metas y objetivos propuestos.

- ***CAPITAL SOCIAL***

11. *¿Cuál es la importancia de tener personería jurídica (o algún documento que le da legalidad al negocio) del grupo, porqué?*

La personería jurídica es importante para identificarse ante la sociedad y las instituciones privadas y estatales, es como una partida de nacimiento que identifica desde su creación hasta que fenecen las organizaciones. Es importante también para acceder a créditos financieros de los diferentes bancos. Sirve también para realizar promociones comerciales objetivas buscando sostenibilidad del producto en el mercado. También es importante para obtener los documentos de: Registro sanitario, marca comercial, código de barras, comprobantes de pago, licencia municipal y etc. Todos estos documentos nos abren el acceso a nuevos mercados.

12. *¿Cuántas personas conforman la directiva de la organización de mujeres?*

Las personas que integran son:

- *Presidenta*
- *Vice presidenta*
- *Secretaria*
- *Tesorería*
- *Fiscal I y II*
- *Vocal I y II*

En la asociación trabajamos en 3 áreas:

ÁREA DE PRODUCCIÓN: En esta área participan las socias con mayor capacidad en el proceso especializándose en las distintas etapas del proceso productivo como recepción, control de calidad y otros.

ÁREA DE MARKETING Y VENTAS: En este grupo participan las socias que tienen capacidad de negociar comprar, comercializar, realizar contactos comerciales; contamos con 5 socias especialistas en ventas en las ciudades de Arequipa, Puno, Tacna, Ilo, Sandia, Puerto Maldonado y etc.

ÁREA DE ALMACENAMIENTO: La minoría de socias, las que no pueden viajar porque tienen hijos pequeños se las ha especializado en los cuidados de los productos y el control de salida e ingreso a almacén de todos los productos que elabora la asociación.

13. ¿Con qué otras instituciones ha logrado desarrollar actividades?

Con las instituciones que hemos trabajado son:

- Proyecto Pradera I
- Conacs
- Ministerio de Agricultura
- PRODUCE
- Perú Emprendedor
- PELT
- Proyecto Corredor Puno - Cusco, con el cual venimos trabajando ya más de 01 año.

14. ¿Cuál es la participación de los hombres en este emprendimiento? Explicar las actividades que realiza en caso de participar de alguna forma.

Los varones tienen plena participación en nuestra Asociación, ya que no nos pueden dejar solas con nuestro trabajo, apoyan con las compras, pesado de materia primas e insumos y en el control de calidad, siempre participan en las reuniones, opinan, dan propuestas, nos motivan moralmente a seguir adelante.

15. Identificar de forma clara, cómo ha sido su inserción en el mercado, la característica de los mercados a los que ha accedido, así como las dificultades o problemas para la venta de sus productos.

La asociación al inicio tuvo muchas dificultades para entrar al mercado porque para empezar en este negocio no teníamos marca comercial, registro sanitario, código de barras, empaques adecuados para poder presentar el producto en el mercado, y otra de las dificultades fue los pocos hábitos de consumo. En la actualidad todos estos problemas a la fecha han sido superados, gracias al esfuerzo que hemos realizado mediante los diferentes eventos de promoción y difusión comercial, dando a conocer las bondades de nuestro producto y haciendo degustar para influir en la aceptación y compra del producto. Hemos introducido poco a poco nuestros productos al mercado, inicialmente con la participación en las ferias de FEGASUR de Juliaca (02 veces), FIA de Juliaca (01 vez), FIA de AREQUIPA (02 veces), la feria de HUANCARO Cusco (02 veces), EXPO Puno (01 vez) y la Feria ACRE - RIO BRANCO 2007 en BRASIL y otras ferias pequeñas, aprovechando todas las oportunidades para promover y comercializar nuestros productos, de manera que podemos validar que las ferias cumplen un rol importante en la inserción al

mercado. Así mismo, participamos en diferentes entrevistas televisivas y radiales, como también revistas informativas (agro noticias), prensa escrita informativa, lo que ha aperturado nuevos mercados potenciales en Lima, por lo que actualmente estamos negociando con el punto de venta de la Agraria la Molina. A los mercados que se han accedido con nuestros diferentes productos son el segmento de las amas de casa de la clase "A", "B" y "C". de los mercados de Puno, Arequipa, Lima, Ilo, Tacna y otros.

- **TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN**

16. *Identificar de forma clara cuáles de las tecnologías de la Comunicación es utilizada con mayor frecuencia en su negocio, para qué y por qué?* (Celulares, Internet, teléfonos, faxes, radio frecuencia, u otros)

La Asociación utiliza los diferentes medios de comunicación con el fin de promocionar y difundir nuestros productos; actualmente contamos con una página web: WWW.charquiperu.com para promocionar nuestro producto a nivel mundial; correos electrónicos que visitamos todos los días, para bajar información y pedidos que nos solicitan nuestros clientes, charquiperu@yahoo.es, charquiventas@yahoo.es. El Internet viene a ser para nosotros una herramienta importante para nuestros negocios, en vista que podemos estar en contacto permanente con nuestros clientes y proveedores de insumos (envases/bolsas). También las socias responsables de ventas cuentan con sus celulares para el contacto y/o trato con los clientes, llegando a ser imprescindible, los celulares son (9681889, 9561596, 9554232, 9760016 y otros). En la planta y los centros de producción se cuenta con teléfonos fijos. También accedemos a otros servicios de fax al mes dos veces, para enviar documentos urgentes, y cuando no es tan urgente enviamos por OLVA COURIER, sobre todo a Arequipa y Lima.