

MANUAL



Técnicas de Capacitación de Adultos

Para Instructores de la JCI

Diseñado por:

Personal de la Sede Mundial de la JCI

15645 Olive Boulevard, Chesterfield, MO 63017, U.S.A. - Tel.: +1 (636) 449 3100 – Fax: +1 (636) 449 3107

E-Mail: training@jci.cc – Website: www.jci.cc



©Copyright JCI: Todos los derechos reservados. Los autores y la JCI autorizan a todas las Organizaciones Nacionales, a sus Organizaciones Locales afiliadas y a los Instructores de la JCI a utilizar o reproducir el contenido de esta publicación para fines de educación y capacitación, tanto de miembros como de personas no afiliadas a la JCI.

Las opiniones y conceptos expresados en el curso no necesariamente reflejan las opiniones de la JCI.

Beneficio económico: Esta publicación no podrá reproducirse, almacenarse en un sistema de recuperación de datos ni transmitirse en forma alguna – ya sea por vía electrónica, mecánica, fotocopias, grabación o cualquier otro medio – para obtener un beneficio económico, sin la previa autorización por escrito del Secretario General de la JCI.

Traducción: Ningún segmento de esta publicación podrá traducirse a otro idioma sin la autorización previa por escrito del Secretario General de la JCI.

La JCI (Cámara Júnior Internacional) es una federación mundial de líderes y emprendedores jóvenes con casi 200,000 miembros activos y millones de ex alumnos. Los miembros de la JCI contribuyen al adelanto de la comunidad mundial al crear cambios positivos en más de 5,000 comunidades en más de 100 naciones del mundo.

Los miembros de la JCI dirigen proyectos Comerciales, Individuales, Comunitarios y de Desarrollo Internacional. Se reúnen, aprenden y crecen. Al participar en los distintos proyectos, reuniones, seminarios y eventos en todas partes del mundo, los miembros de la JCI alcanzan el crecimiento personal y profesional, y desarrollan las destrezas empresariales y el liderazgo necesarios para generar cambios positivos en sus comunidades, en sus países y en el mundo entero.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN DE ADULTOS

No cabe duda de que la gente no sólo disfruta más de los seminarios o grupos de debate sino que, además, recuerda más claramente los puntos que salen a relucir en un debate o cambio de impresiones. Por cuanto el público retiene apenas una pequeña parte de las charlas que escucha, muchas de las técnicas de comunicación que se recomiendan en estos apuntes sirven para dejar grabadas las ideas en la mente de los participantes.

Sucede con frecuencia que un grupo logra resolver muchos problemas y generar numerosas ideas; del mismo modo, estas ideas tienen mayor fuerza cuando provienen del mismo grupo. Por muy bueno que sea un orador, será aún más eficaz si utiliza técnicas de comunicación de éxito probado para liberar esas ideas y mostrarles a quienes le escuchan que ellos poseen la capacidad de resolver sus propios problemas. Ofrecemos las siguientes explicaciones en caso de que el instructor no conozca algunas de las técnicas de comunicación que se utilizan en este seminario:



Publicado por
Junior Chamber International (JCI), Inc.
15645 Olive Boulevard
Chesterfield, MO 63017, U.S.A.
Tel: +1 (636) 449 3100
Tool free (from USA only): 1 800 905 5499
Fax: +1 (636) 449 3107
E-Mail: training@jci.cc
Website: www.jci.cc



El Rompehielos

¿Qué es?

Es un método de “presentación” que sirve para lograr una atmósfera agradable y cordial en la reunión.

¿Cómo se hace?

- Después de llamar a la reunión al orden, el presidente hace la observación de que muchos de los presentes no se conocen.
- Pide un receso de cinco minutos a fin de que cada participante se le presente a la persona que tiene a su derecha, dando su nombre, la ciudad y el país de que proviene, sus intereses, pasatiempos, etc.
- Al cabo de los cinco minutos, el presidente reanuda la sesión e invita a cada miembro a presentar a la persona que tiene a su izquierda.

¿Qué se logra?

- Vence la formalidad de las reuniones, una formalidad que tiende a forzar a los miembros más tímidos a observar un mayor silencio. Todo el mundo hace uso de la palabra.
- Es buena práctica que todos los miembros tengan que ponerse de pie y hablar ante la reunión.

Debate en Grupos

¿Qué es?

Es un medio de explorar todos los aspectos de un tema en particular. No hay manera más rápida de obtener el parecer de TODOS los miembros.

¿Cómo se hace?

- Se divide a la concurrencia en grupos de no más de diez.
- Cada grupo escoge su propio presidente y su propio portavoz.
- Una vez que se ha establecido el propósito del debate, los grupos tienen entre ocho y diez minutos para cambiar impresiones.
- Al cabo de este plazo, el instructor le pide al portavoz del grupo que informe sobre el resultado de sus deliberaciones.
- Después de haber presentado todos los grupos sus informes, la reunión tendrá una idea más clara del tema que se está considerando.
- El instructor resume las ideas presentadas por los distintos portavoces. Recalca las más importantes y añade los puntos que pudieran haberse omitido.
- Los grupos escogen un nuevo presidente y un nuevo portavoz para cada período de debate.

Técnicas de Capacitación de Adultos



¿Qué se logra?

- A. Todos tienen la oportunidad de participar en el cambio de impresiones.
- B. Todos consideran que han contribuido a alcanzar la meta común. Todos estiman que sus aportaciones han sido bien recibidas y que son parte importante de la fuerza motriz de la organización.
- C. El presidente de cada grupo adquiere experiencia en el manejo de debates y cambios de impresiones.
- D. El portavoz de cada grupo adquiere experiencia en el resumen de las deliberaciones colectivas y en su presentación verbal a la reunión en pleno.

Brainstorming (Sesión para generar ideas)

¿Qué es?

La sesión para generar ideas es un método —útil en grupos grandes o pequeños— para estimular las habilidades creativas de sus miembros. Es una técnica que consiste en atacar —en tomar por asalto— un problema, para lograr el mayor número de ideas en el menor tiempo posible. Es esencial que se presenten las ideas sin crítica alguna de su factibilidad desde el punto de vista práctico. Primero las ideas; la crítica después.

El concepto de la sesión para generar ideas es sencillo. Supone que ningún problema posee únicamente una solución. Supone que muchas de las ideas de mayor éxito son las que inicialmente parecieron ilógicas, descabelladas o impracticables, y que el juicio crítico y el peso muerto de la experiencia tienden a sofocar las ideas creativas. Es preciso deslindar la evaluación crítica de las ideas del proceso de su creación.

¿Cómo se hace?

- A. El presidente anuncia el propósito de la sesión para generar ideas, explica las reglas y anota el tema sobre un pizarrón.
- B. Acto seguido el presidente invita al grupo a exponer ideas y sugerencias, que también se anotan en el pizarrón tan pronto como se enuncian. Los miembros permanecen sentados y exponen sus ideas con la misma rapidez con que el presidente es capaz de anotarlas. La crítica queda terminantemente prohibida durante esta etapa; lo que se busca es dar rienda suelta a la originalidad y la espontaneidad.
- C. La sesión para generar ideas continúa durante diez minutos o hasta que cese la corriente de ideas.
- D. El presidente da las gracias a los participantes y pasa al punto siguiente: la evaluación. El grupo procede entonces a examinar todas las sugerencias desde el punto de vista de su conveniencia; si lo desea, pudiera dividirse en subgrupos para abordar mejor esta tarea.

¿Qué se logra?

- A. La práctica de la sesión para generar ideas mejora las facultades creativas. Algunas personas son “minas de ideas”, pero todos podemos mejorar nuestras facultades creativas con la práctica.
- B. La sesión para generar ideas puede ahorrar horas de investigación. Ocurre con frecuencia que una sesión de diez minutos produce muchas ideas muy valiosas.
- C. La sesión para generar ideas mejora las comunicaciones. Su falta de solemnidad fomenta la cordialidad.



- D. La sesión para generar ideas es un método que hace posible que hasta los miembros más callados tengan la oportunidad de aportar sus contribuciones.

Nota: Es imprescindible tener una mentalidad positiva. El instructor debe advertirles a los participantes que no se permitirán expresiones negativas tales como: “Eso no funciona”; “Esa idea es ridícula”. El resultado de esas expresiones negativas es parar en seco el flujo libre y entusiasta de ideas.

Estudio de Casos

¿Qué es?

El estudio de un caso es la descripción escrita de una situación que plantea varios problemas. Sirve de base para estudiar una situación, analizar sus aspectos importantes y descubrir distintas conclusiones.

¿Cómo se hace?

- Haga copiar los materiales para todos los que vayan a tomar parte en el cambio de impresiones. De esa manera cada participante podrá prepararse de antemano.
- El instructor no debe dar información; su función es ayudar a los participantes a analizar la situación y aclarar sus ideas.
- El instructor debe tratar de canalizar la discusión hacia el punto en cuestión y fomentar la participación de todos.
- Los grupos no deben ser de más de diez u ocho personas, con el fin de asegurar un máximo de participación. Los grupos mayores deben dividirse en subgrupos, cada uno de los cuales deberá rendir su informe al pleno.
- A continuación el grupo en pleno analiza el caso y cambia impresiones sobre él.
- Todo el ejercicio no debe durar más de 20 minutos.

¿Qué se logra?

- Los participantes podrán cambiar impresiones sobre los problemas del caso y llegar a percibir mejor las relaciones existentes entre los distintos factores que están en juego.
- El cambio de impresiones ayudará a los participantes a distinguir el material importante del que no lo es.
- Los participantes se darán cuenta de que, en sus comunicaciones con los demás, deben ver las cosas no sólo desde su propio punto de vista sino, también, desde el punto de vista de los demás.

Presentaciones en Equipo

¿Qué es?

Este método fomenta la creación del trabajo en equipo y ofrece una experiencia ideal de aprendizaje y revisión.

¿Cómo se hace?

- Divida a los participantes en equipos de no más de diez personas.

Técnicas de Capacitación de Adultos



- B. Asigne un tema o una tarea a cada equipo.
- C. El equipo debe preparar una presentación en vivo para los demás participantes, de acuerdo con las reglas establecidas por los instructores.
- D. Luego se discute el mensaje o los puntos principales de la presentación.

¿Qué se logra?

- A. Los miembros del equipo examinan detenidamente el asunto y crean una forma de explicarlo o presentarlo.
- B. Los participantes lograrán entender el asunto y presentarlo de forma creativa y entretenida.
- C. Una presentación expone opiniones o aspectos exagerados del asunto que a menudo no se discuten mediante un simple análisis del tema.
- D. Una presentación en vivo hace que los participantes retengan aspectos de un tema en su mente durante mucho más tiempo que cuando se presentan en una conferencia.

Juegos de Capacitación

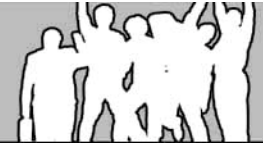
¿Qué es?

El propósito de los juegos es complementar la experiencia didáctica y no constituye ni su fin primordial ni su contenido esencial. Muchas sesiones de capacitación resultan mejores y más amenas gracias a la utilización de juegos originales con propósitos bien definidos. No obstante ello, los instructores deben escoger los juegos para sus sesiones de capacitación con suma prudencia. Los juegos que son extremadamente competitivos o en que no pueden participar los minusválidos, los juegos que colocan a los participantes en situaciones embarazosas, etc., pueden ser contraproducentes.

¿Cómo se hace?

- A. **Son breves.** Pueden ir desde una ilustración o miniatura de un minuto de duración hasta una sesión de deliberación de media hora. Pero, considerando que los juegos se utilizan para complementar otros materiales, los instructores deben reducir al mínimo el tiempo que se les dedica.
- B. **Son económicos.** Por lo general no es necesario comprar nada ni contratar a un asesor. En la mayoría de los casos los juegos que se utilicen no deben suponer ningún gasto.
- C. **Son participativos.** Para ser eficaces, los juegos deben exigir la participación física (movimientos) o psicológica (atención) de los estudiantes. Hacen que los participantes piensen, reaccionen o rían.
- D. **Han sido probados.** Los juegos deben someterse a varias pruebas antes de utilizarlos con los estudiantes. Si se les da el contexto apropiado y se les aplica de manera positiva y profesional, casi siempre dan excelentes resultados.
- E. **Son adaptables.** Los mejores juegos, como las mejores anécdotas, pueden adaptarse a cualquier situación y pueden reforzar diversos puntos. Con ligeras modificaciones, pueden retener su sabor y su parecer originales.
- F. **Se concentran en un punto.** A diferencia de los simulacros, los juegos suelen ilustrar un solo concepto o idea y se refieren a cuestiones limitadas y definidas más bien que a conceptos amplios e interdependientes.

Técnicas de Capacitación de Adultos



¿Qué se logra?

- A. **Repetición.** La probabilidad de retener habilidades o materiales nuevos es mayor si el participante los oye más de una vez o los practica reiteradamente. La inclusión de un juego en un módulo de capacitación le hace posible al instructor recalcar puntos y conceptos de otra forma, aumentando así las probabilidades de que los participantes los retenga y apliquen.
- B. **Refuerzo.** Muchos juegos a los participantes la oportunidad de triunfar, de lograr algo. Esta grata experiencia refuerza el comportamiento y hace que su utilización en el futuro sea más probable.
- C. **Asociación.** Mucho de lo que se aprende no es totalmente nuevo sino que está relacionado con algo que ya sabemos. Es más fácil pasar gradualmente de lo conocido al desconocido. Los juegos, aun los que nos son familiares, nos ayuda a establecer un vínculo entre distintos contextos que sirve para facilitar el aprendizaje. Es probable que el participante recuerde primero el juego pero que haga después una transición rápida y fácil al principio que ese juego ilustró.
- D. **Sentidos.** Los investigadores nos aseguran que el aprendizaje es más eficaz cuando aplicamos los cinco sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto). Los juegos generalmente los aprovechan por lo menos la vista, el oído y el tacto, impartiendo así nuevas dimensiones al proceso tradicional de aprendizaje.

El empleo de los juegos como medio de capacitación presenta muchos peligros. Los instructores inexpertos, inseguros o insuficientemente preparados pueden utilizar los juegos para matar el tiempo o para hacerles ver a los participantes lo poco que conocen y lo mucho que ellos (los instructores) saben.

Cuando los juegos opacan el proceso de aprendizaje, la mayoría de los participantes llega a la conclusión de que carecen de sentido y le restan seriedad y rigor al programa. Cuando de juegos se trata, los participantes deben poder preguntar: "Bueno, sí, ¿y que?" o "¿De que me sirve?" y recibir siempre una respuesta satisfactoria. Por último, los buenos juegos no deben ser sumamente complicados, intimidantes ni humillantes.



La Cámara Júnior Internacional (JCI) es una federación mundial de jóvenes líderes y emprendedores con casi 200,000 Miembros activos y millones de ex alumnos. Los Miembros de la JCI contribuyen con el adelanto de la comunidad mundial al crear cambios positivos en más de 5,000 comunidades en más de 100 naciones en todo el mundo.

Los Miembros de la JCI dirigen proyectos en los campos de Desarrollo Empresarial, Personal e Internacional. Se reúnen, aprenden y crecen. Al participar en distintos proyectos, reuniones, seminarios y eventos alrededor del mundo, los Miembros de la JCI crecen en el aspecto personal y profesional, y desarrollan las destrezas empresariales y el liderazgo necesarios para generar cambios positivos en sus comunidades, en sus países y en el mundo.

