



PERÚ

Ministerio
de la Producción



GUÍA DE CAPACITACIONES VIRTUALES EN PESCA Y ACUICULTURA

Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura
Av. Vasco Núñez de Balboa 271, Miraflores

Hecho el Depósito legal en la Biblioteca
Nacional del Perú N°

Guía de capacitaciones virtuales en pesca y acuicultura

Mes y año de publicación: Marzo 2021
Primera edición

Autor:

Carmen Ormeño
Mariella Miranda
Claudia Zuñiga

Con el apoyo de:

Aurore-Alexandra Castellacci
Paola Ferreyros
Hans Gómez
César Reyna
Bratzo Klauer
Dely Ramos



ÍNDICE

PRESENTACIÓN

3

AGRADECIMIENTOS

6

1. INTRODUCCIÓN

8

1.1. ¿Qué son las capacitaciones virtuales?

8

1.2. ¿Por qué son importantes las capacitaciones virtuales?

9

1.3. ¿Cuál es el objetivo de esta guía?

11

1.4. ¿A quién está dirigida la guía?

11

2. ANÁLISIS PRELIMINAR PARA LA CAPACITACIÓN VIRTUAL

12

2.1. Identificar la necesidad

12

2.2. Identificar objetivos de la capacitación virtual

16



3. SELECCIÓN DEL TIPO DE CAPACITACIÓN VIRTUAL 18

3.1. Tipos de capacitación 18

4. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN VIRTUAL 20

4.1. ¿Cuáles son las consideraciones previas que debes tener para una buena participación del capacitador? 20

4.2. ¿Cuál es tu público objetivo? 22

4.3. ¿Cuál es el nivel de acceso a internet de tu público? 24

4.4. ¿Cómo administrar el tiempo? 25

4.5. ¿Qué tener en cuenta para elaborar el material de la capacitación? 27

4.6. Ejemplo de una capacitación virtual modelo 30

4.7. Invitación o contratación de expositores 32

5. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL 34

6. ESTRATEGIA DE CIERRE Y RETROALIMENTACIÓN 38

7. SEGUIMIENTO DE APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS 42

8. DIFUSIÓN DE RESULTADOS DEL CONOCIMIENTO APLICADO 46

9. REFERENCIAS 48

ANEXOS 50



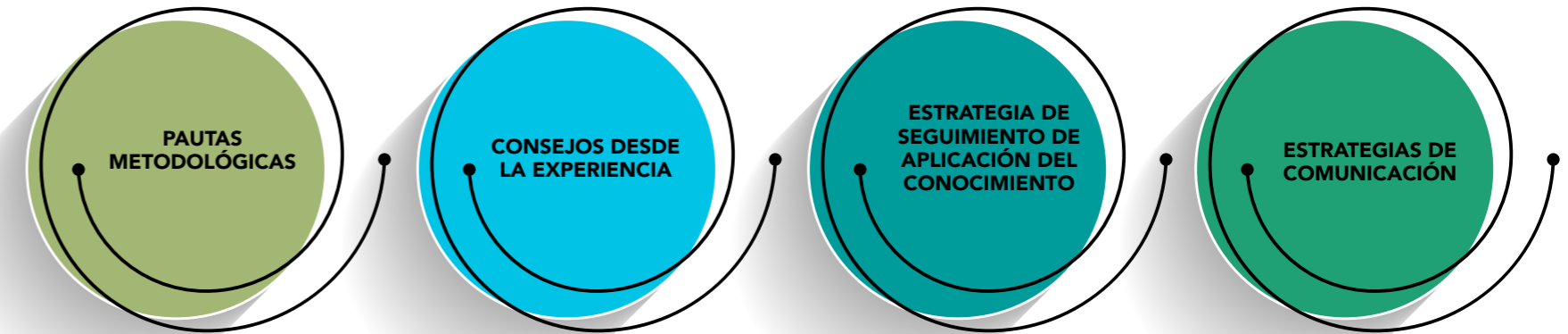
AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestra gratitud y reconocimiento a Adela Ruiz (Loreto), Benoit Diringer (Tumbes), Brenda Paulinich (San Martín), Daniel Valencia (Arequipa), Esperanza Tume (Piura), Marcelino Aranibar (Puno) y Marlon Romero (Piura), integrantes de las redes de innovación promovidas por el PNIPA, por tomarse el tiempo de revisar y dar sus mejores aportes a esta publicación. Esperamos que esta versión final condense todo lo que nos transmitieron con tanta amabilidad.

Así también, agradecemos a Fabricio Flores, Julio Santiago y Milthon Luján, integrantes del PNIPA, por sus valiosos comentarios y sugerencias para mejorar el contenido de la guía. Finalmente, gratitud especial a Miguel Figueroa de la Neurona Reina, por leer la guía y darnos comentarios tan acertados para comunicar mejor las ideas plasmadas, de modo que puedan llegar a captar la atención de nuestro público objetivo.

En la construcción de un sistema nacional de innovación en pesca y acuicultura es de suma importancia contar con visiones y experiencias diversas que converjan en objetivos comunes. Por eso, las personas y organizaciones que conforman las redes de innovación juegan un rol fundamental en este proceso. Contar con aportes desde afuera hacia adentro de las organizaciones y viceversa, enriquece los procesos de creación cuando compartimos y nos comunicamos para promover la innovación en el desarrollo sostenible del sector pesquero y acuícola del Perú.

¿QUÉ PUEDES ESPERAR DE ESTA GUÍA?



1. INTRODUCCIÓN

1.1. ¿Qué son las capacitaciones virtuales?

Las capacitaciones virtuales son herramientas de aprendizaje a través de medios digitales. Buscan generar y fortalecer capacidades en las personas interesadas en adquirir nuevos conocimientos y producir cambios en sus actividades profesionales, académicas o personales.

Actualmente existe una gran oferta de recursos educativos virtuales en diferentes plataformas y aplicaciones diseñadas para el aprendizaje interactivo. Sin embargo, el tener acceso a estos recursos no garantiza el aprendizaje de los participantes. Es por ello, que debemos fomentar aprendizajes efectivos que generen interés en los participantes y aseguren una mejora continua, gracias a definir propósitos claros y recibir retroalimentación.

Además, necesitamos incentivar a los participantes con comentarios positivos que motiven su compromiso con el curso y generen una buena conexión entre capacitador y participante. Esto demanda empatía para conocer y adecuar los tipos de capacitación y la metodología de acuerdo con la necesidad de aprendizaje de nuestro diverso público objetivo.

1.2. ¿Por qué son importantes las capacitaciones virtuales?

Es el desafío de los tiempos actuales. El contexto de crisis sanitaria ocasionado por la pandemia de la COVID-19 demanda nuevas maneras de interacción. Esto, sumado a la necesidad de nuevas y mejores formas de aprender y transferir conocimientos, plantea desafíos como la capacitación a través de medios digitales.



Es una alternativa más a la capacitación presencial. Existe una gran diferencia entre la capacitación presencial y la capacitación a distancia, desde las formas de interacción hasta el tiempo que tomará conseguir los resultados esperados.



Es una necesidad y una oportunidad. Dada la necesidad de contar con espacios de capacitación virtual, desde el PNIPA queremos apoyar a la creación de más y mejores capacitaciones virtuales en el sector pesca y acuicultura, aportando conocimiento y experiencia en el diseño, implementación y seguimiento de las capacitaciones a través de herramientas digitales puestas a disposición de nuestros socios estratégicos y público en general.

Compartir las experiencias, los retos y las lecciones aprendidas, ayuda a que generemos inteligencia colectiva como sistema de innovación sectorial, atravesando procesos de transformación digital.

1.3. ¿Cuál es el objetivo de esta guía?

Ser una herramienta de consulta para el diseño, implementación y seguimiento de las capacitaciones en el sector pesca y acuicultura, en un contexto de transformación digital. Ha sido preparada a partir de los procesos de aprendizaje continuo

del equipo del PNIPA en materia de capacitaciones virtuales. Este documento contiene estrategias y recomendaciones empleadas por el PNIPA y enriquecidas con la retroalimentación de los actores que congregan las redes de innovación.

1.4. ¿A quién está dirigida la guía?

A todos los actores que forman parte del Sistema Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (SNIPA), en especial a los miembros de las redes de innovación promovidas por el PNIPA y a los miembros de diversas instituciones del sector y entidades

de las alianzas estratégicas de los subproyectos (socios estratégicos).

Esperamos que el contenido de esta guía ayude a optimizar procesos de aprendizaje virtual de todos los actores del SNIPA. ¡Comencemos!



2. ANÁLISIS PRELIMINAR PARA LA CAPACITACIÓN VIRTUAL

2.1. Identificar la necesidad

Para empezar a diseñar la capacitación virtual, debes identificar el problema u oportunidad que te motiva a desarrollarlo y cómo esto va a promover la mejora continua en tu actividad productiva. Para ello, puedes responder las siguientes preguntas:

- **¿Cuál es el problema u oportunidad que quiero abordar con esta capacitación?**

En la identificación del problema deberás diferenciar las causas de las consecuencias. Esto ayudará a poner la atención en las causas que generan dichos problemas para, luego, diseñar mejor el material de capacitación.

- **Hagamos un ejercicio para identificar la causa principal de un problema:**

En TU EMPRESA, están gastando mucho dinero en el alimento balanceado y eso limita las ganancias. Como sabes, un porcentaje importante de los costos de producción de tu piscigranja se destina al alimento balanceado.

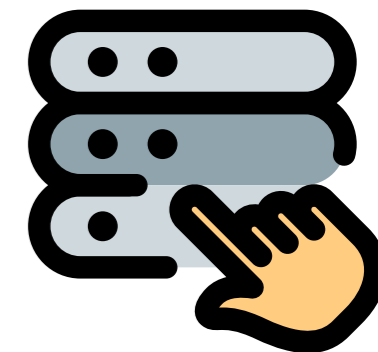
Sin embargo, una buena gestión del alimento permitirá mejorar los índices de conversión y, por ende, ahorrar. Imaginemos que tu granja no consigue los rendimientos en términos de conversión de alimentos. Esto podría deberse a:

- Fallas en la gestión logística de la empresa. **[SECUNDARIAS]**
- Mal manejo del alimento: ración, frecuencia o tipo de alimento requerido. **[PRINCIPAL]**
- Alto precio del alimento. **[SECUNDARIAS]**
- Escasa disponibilidad de alimentos balanceados. **[SECUNDARIAS]**
- Disminución en la rentabilidad de la empresa. **[CONSECUENCIA].**

Como se puede apreciar, existen múltiples causas y consecuencias

del problema identificado. Claramente, no todo se puede resolver con la capacitación que deseas llevar a cabo. Lo importante es que concentres tu atención en lo que sí podrás resolver. Para ello, ten en cuenta los siguientes factores, pues te ayudarán a priorizar la temática:

- Viabilidad: posibilidades para llevar a cabo la capacitación dependiendo del acceso a recursos humanos, técnicos, económicos, entre otros.
- Impacto: capacidad de generar un impacto directo en la actividad productiva de las personas que lleven la capacitación.
- Necesidad: nivel de importancia según la necesidad que el público objetivo tenga sobre el problema o desafío identificado.



Puedes definir los factores que creas conveniente para reforzar el ejercicio de selección del problema u oportunidad que abordarás con la capacitación virtual.



• **¿Cuál es la relevancia de esta capacitación para aportar a la solución del problema u oportunidad?**

Aquí debes señalar cómo la capacitación va a darle herramientas a los participantes, de manera individual o colectiva, para ayudarles a solucionar o /mejorar el problema u oportunidad identificado.

Siguiendo con el mismo ejemplo de TU EMPRESA:

El problema principal es el **mal manejo del alimento**. Entonces requieres una **capacitación en gestión de alimento**.

- Al aprender sobre gestión de alimento, podrás conocer cómo elegir el mejor alimento (proveedor), calcular el volumen de

ración de acuerdo al tamaño de los peces, determinar la conversión del alimento, así como las curvas de crecimiento para impactar positivamente en la rentabilidad de tu negocio.

Hagamos un ejercicio adicional relacionado con este ejemplo:

Frente al problema secundario de **escasa disponibilidad de alimentos balanceados** requieres una **capacitación en formulación de alimento balanceado**.

- Al aprender a formular alimentos y racionarlos, podrás utilizar el alimento requerido según las necesidades de la especie. Con ello, lograrás un mejor manejo del alimento que permita mejorar las ganancias de la empresa que antes se veían disminuidas

por la falta de estos conocimientos.

• **¿Qué valor agrega tu capacitación a los usuarios respecto de lo que hoy existe en la oferta de capacitaciones virtuales?**

En este punto es importante que resaltes qué valor diferencial tiene tu capacitación virtual en relación con lo que se ofrece actualmente en el sector. ¿Qué tiene de diferente este curso que haría que lo escojan frente a otros similares? Responder esta pregunta ayudará a diseñar mejor los mensajes para captar a tu público objetivo.

Siguiendo con el ejemplo de TU EMPRESA, si se parte de dos enfoques distintos, el diseño también será diferente:

- Enfoque para la misma granja: ejemplo del alimento balanceado (características de alimentos balanceados probados, con adaptabilidad).
- Enfoque de la cadena de valor: ejemplo de reproducción de peces amazónicos.

Identificar el valor agregado hará que tu capacitación virtual destaque entre la multitud para atraer a tu público objetivo.



IMPORTANTE

Es importante que te tomes el tiempo de pensar bien cuál es el problema que motiva el desarrollo de la capacitación virtual, para que así los objetivos que plantees tengan coherencia entre sí.

2.2. Identificar objetivos de la capacitación virtual

Cuando ya tengas la necesidad identificada, llega el momento de delimitar los objetivos de la capacitación virtual:

¿Cómo delimitar el objetivo general?

Una capacitación virtual busca que los actores del SNIPA puedan mejorar su productividad a través de la innovación. Se trata de coinnovar y generar nuevos conocimientos en los actores del sector pesca y acuicultura. De esta manera, los diversos actores pueden mejorar sus habilidades y desarrollar nuevas competencias, construyendo así un sector mucho más sostenible, inclusivo, articulado y competitivo.

Para delimitar el objetivo general te invitamos a que respondas la siguiente pregunta:

- ▣ ¿Qué cambio quieres producir en tu público objetivo con la capacitación?

Las respuestas pueden ser varias. Recuerda enfocar tu objetivo general según el objetivo u oportunidad identificados previamente. Hazlo de forma clara, pues ayudará luego a definir los objetivos específicos.

En el caso de TU EMPRESA, si el problema identificado es el mal manejo del alimento, el objetivo general será mejorar las capacidades de los operarios de la piscigranja en la gestión del alimento balanceado.

¿Cómo delimitar los objetivos específicos?

Los objetivos específicos son los procesos que debes seguir para ayudarte a cumplir paso a paso el objetivo general. Puedes considerar el desarrollo y fortalecimiento de competencias de tu público para plantear los objetivos específicos. Esto permitirá hacer un seguimiento más cercano de los procesos de aprendizaje. Recuerda que los objetivos específicos se expresan en infinitivo.

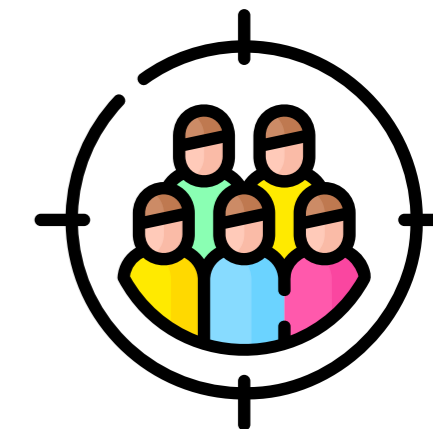


Aplica este ejercicio para delimitarlos:

- Responde la pregunta: ¿cuáles son las competencias que buscas desarrollar o reforzar para lograr el objetivo general?

Te recomendamos que consideres como máximo cuatro aspectos para que el público al que diriges la capacitación pueda identificarse e interiorizarlos.

Por ejemplo, en el caso de TU EMPRESA, puedes considerar este objetivo específico: comprender procesos de selección de alimentos balanceados en base a sus características nutricionales, precios, disponibilidad, etc.



IMPORTANTE

Al definir los objetivos específicos de la capacitación virtual, lograrás que tu público objetivo consiga desarrollar o fortalecer sus competencias.

3. SELECCIÓN DEL TIPO DE CAPACITACIÓN VIRTUAL

Existen dos modalidades de capacitación virtual: asincrónicas y sincrónicas. Las asincrónicas se refieren a las capacitaciones realizadas de manera diferida y que puedes tomar según tu disponibilidad de tiempo. Por su parte, las sincrónicas, son las capacitaciones en tiempo real, con las que puedes tener contacto directo con el capacitador y demás participantes.

3.1. Tipos de capacitación

Para elegir el mejor tipo de capacitación, debes conocer sus características. En esta guía te presentamos 4 tipos:

- **TALLER**

Es un espacio virtual en el que se intercambian ideas y opiniones, suele haber mucha interacción entre quien imparte la materia y los participantes.

Son más prácticos y apelan a la experiencia. Generalmente el responsable del aprendizaje es el participante, convirtiéndose en el protagonista de la capacitación, debido a las dinámicas

interactivas que permiten experimentar, compartir y comparar los conocimientos entre los participantes. Suelen durar como máximo 4 horas y contar con un público pequeño de participantes (máximo 30 personas).

- **SEMINARIO**

Es un espacio virtual donde suele haber más de un expositor. El seminario desarrolla a profundidad un tema específico que generalmente abarca cuestiones de enseñanza y actualización hacia los participantes. La duración varía de acuerdo con la temática y objetivos de la capacitación. Generalmente son jornadas largas ya que cuenta con varios expositores que exponen individualmente.

- **CURSO**

Es un espacio virtual formal de formación teórica o práctica donde el especialista que dicta el curso transmite conocimientos, teorías y conceptos mediante el apoyo de presentaciones digitales, manuales, pizarras o libros. En este tipo de capacitaciones, la interacción entre estudiantes y profesor suele ser menor que en los talleres. Normalmente, tienen una duración mínima de 12 horas y el público participante es más diverso.

- **PODCAST**

Es un material de audio en el que se desarrolla una temática concreta en uno o varios episodios. Tiene como característica principal que puede descargarse y subir a una plataforma virtual.



IMPORTANTE

Recuerda que la capacitación puede ser sincrónica, asincrónica o ambas de acuerdo con tus objetivos.

4. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN VIRTUAL

En este espacio verás cómo cocrear la capacitación virtual que mejor se adapte a tus objetivos y posibilidades.

Para ello, hemos organizado el contenido en 6 preguntas guía que te servirán para diseñar tu capacitación:

4.1. ¿Cuáles son las consideraciones previas que debes tener para una buena participación del capacitador?

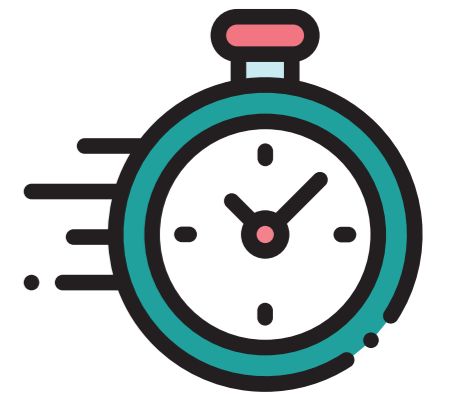
El primer paso es la preparación previa que debe tener el capacitador o expositores. Esto evitará errores en la conexión, alargar mucho los tiempos o tener interrupciones indeseadas durante la transmisión o grabación de la capacitación.

Recomendaciones:

- Conéctate 30 minutos antes del inicio de la capacitación para hacer las pruebas de calidad de video y de audio del dispositivo desde el que vamos a conectarnos. Considera la participación del capacitador o expositor en estas pruebas.
- Realiza el encuadre de la cámara. Así conocerás la distancia que debemos mantener con nuestros dispositivos. Recuerda que el encuadre recomendado permite ver desde la cabeza hasta por debajo de los hombros.
- Comparte pantalla, proyecta la presentación y aprovecha para practicar tu entonación.
- Prepara tu fondo. De preferencia procura tener de fondo una pared o panel por el que no vaya a pasar ninguna persona.

También evita tener fotos u objetos detrás que distraigan a tu público.

- Avisa a tu familia o a las personas con las que vives la hora de tu capacitación. Esto ayudará a controlar los ruidos y evitar interrupciones.
- Procura utilizar lenguaje corporal. Ayúdate de tus gestos y manos para comunicarte, y recuerda mirar a la cámara de vez en cuando.
- Controla tu tiempo. Ensayar puede ayudarte mucho para saber cuánto te está tomando tratar cada tema y plantearte cortes o descansos durante tu capacitación.
- Lista en una matriz sencilla todo lo que necesitas tener en cuenta para no olvidar nada.



Conéctate 30 minutos antes del inicio de la capacitación para hacer las pruebas de calidad de audio y video del dispositivo.

4.2. ¿Cuál es tu público objetivo?

Identificar tu público objetivo es vital al diseñar la capacitación. Muchas de tus estrategias dependerán de las características del público al que quieres llegar. Esta información se puede obtener mediante

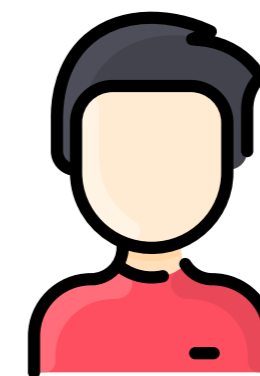
la aplicación de una encuesta corta previo a la capacitación o mediante un estudio detallado. Un punto de partida es conocer el nivel de formación de tu público objetivo.

NIVEL DE FORMACIÓN	Primaria o menos	En este grupo podríamos tener personas que no saben leer o escribir. Se deben utilizar estrategias audiovisuales con ejemplos de casos que puedan resultar cercanos o similares al grupo al que estamos dirigiéndonos.
	Secundaria completa	Este grupo puede manejar un mayor nivel de complejidad académica, pero se debe procurar ser claro y hablar en un lenguaje poco técnico. Con este público se pueden combinar estrategias audiovisuales con lecturas en boletines, artículos cortos o diagramas de flujo.
	Estudios técnicos o superiores	Este grupo puede manejar un mayor nivel de complejidad académica, por lo que se puede complementar la capacitación con artículos indexados o capacitaciones en lenguaje técnico.

De igual manera, es importante conocer a qué tipo de actor queremos llegar:

- Equipo del PNIPA
- Academia
- Instituciones públicas
- Empresas consultoras
- Empresa acuícola o pesquera
- Organización de pescadores y acuicultores
- Miembros de comunidades nativas o campesinas

Es relevante conocer cuáles son los tiempos y horarios disponible de tu público objetivo para las capacitaciones, como horas diarias, bloques semanales o espacios mensuales. También deberás identificar cuáles son sus preferencias al momento de aprender: uso de casos reales y concretos, experiencias exitosas, nuevos modelos a ponerse a prueba u otras.



IMPORTANTE

Recuerda seleccionar a tu capacitador o expositor de acuerdo con el público y la temática que abordes. Es mejor contar con un capacitador que tenga experiencia de trabajo con tu público objetivo.

4.3. ¿Cuál es el nivel de acceso a internet de tu público?

El nivel de conectividad a internet determinará el tipo de metodología de educación virtual que emplees. Para ello, debemos ubicar a nuestro público objetivo dentro de uno de los 3 niveles de conexión a internet.

Tipo de acceso a internet	Descripción
Todos tienen acceso	El público objetivo cuenta con conexión a internet y con las facilidades para realizar reuniones mediante plataformas virtuales. Se puede trabajar con ellos un modelo de aprendizaje sincrónico, en tiempo real y totalmente interactivo. Pueden usarse plataformas como Moodle o Chamilo, así como Zoom, Google Meet, Skype, Facebook Live, Microsoft Teams, YouTube Live, Jitsi, entre otras.
No todos tienen acceso	<p>No todos los individuos que conforman el público objetivo cuentan con conexión a internet o tienen una conexión inestable. Esto sucede en conexiones compartidas por muchos usuarios o conexiones con calidad no garantizada.</p> <p>En estos casos se puede coordinar con un actor aliado para utilizar sus instalaciones y realizar la capacitación. Las instalaciones deben estar dentro de la zona de movilidad del público objetivo.</p> <p>Cuando la conexión a internet no sea estable, es recomendable enviar una versión grabada de la capacitación que incluya opciones de preguntas frecuentes y datos de contacto para otras consultas. Esta puede enviarse virtualmente, mediante USB o CD.</p>

Nadie tiene acceso

El público objetivo o sus posibles aliados no cuentan con conexión a internet y no tienen posibilidades de proyección de material pregrabado. En esos casos se puede recurrir a:

- Difusión radial: audios, podcast o similares.
- Elaboración de materiales didácticos impresos: cartillas o trípticos.

4.4. ¿Cómo administrar el tiempo?

Las capacitaciones virtuales suelen requerir, incluso, mayor atención que las presenciales. Por ello, deben administrarse correctamente los tiempos. Así, podrás asegurar la atención de los participantes.

Recomendaciones para administrar el tiempo según el tipo de capacitación:

Tipo de capacitación	Duración máxima de bloques de dictado	RECOMENDACIONES
TALLER Tiempo sugerido: capacitaciones de hasta 4 horas.	Exposiciones de 40 minutos (máximo).	<p>Cuando se trata de una capacitación de dos fechas, se recomienda mantener un máximo de 40 minutos de exposiciones entre bloques y dejar espacio para preguntas del público de hasta 20 minutos.</p> <p>Según la complejidad del tema o el público objetivo, algunos ponentes aprovechan estos tipos de capacitaciones para tocar el tema como máximo por 30 minutos y dejan que el público guíe, con sus consultas, los temas en los que profundizará.</p>

<p>SEMINARIO Tiempo sugerido: capacitaciones de hasta 8 horas (2 días).</p>	<p>Exposiciones de 40 minutos (máximo).</p>	<p>Algunas capacitaciones virtuales pueden trabajarse en bloques grandes que suelen tomar una mañana o tarde. En estos casos, lo recomendable es trabajar con bloques de máximo 40 minutos de exposición de contenidos y mantener pausas activas.</p> <p>Se pueden complementar las exposiciones con bloques de preguntas, ejercicios cortos o espacios de interacción opcionales.</p> <p>Además, se pueden elaborar videos cortos de 2 minutos como máximo, que ayudarán a mantener la atención de los participantes y pueden revisarse varias veces.</p>
<p>CURSO Tiempo sugerido: capacitaciones de mínimo 12 horas.</p>	<p>Mantener bloques de 15 minutos (máximo).</p>	<p>Los cursos suelen ser espacios de aprendizaje con un ritmo propio, donde los participantes manejan sus tiempos y sus avances según sus posibilidades o tiempo disponible.</p> <p>Por ello, se recomienda que los videos o clases no superen los 15 minutos de exposición y se complementen con actividades, interacción en foros, ejercicios prácticos o análisis de casos.</p> <p>Adicionalmente, se pueden elaborar videos cortos de 2 minutos como máximo, que ayudarán a mantener la atención de los participantes y pueden revisarse varias veces.</p>

<p>PODCAST Tiempo sugerido: capacitación por audio.</p>	<p>Mantener bloques de 30 minutos (máximo).</p>	<p>Este tipo de material requiere la elaboración de un libreto o guion técnico previo que permita gestionar de mejor manera la entrevista o narración a realizar.</p> <p>Puedes acompañarlo de material visual de apoyo en caso de que lo publiques en plataformas digitales como YouTube.</p>
--------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.5. ¿Qué tener en cuenta para elaborar el material de la capacitación?

Los materiales ayudan a complementar la información del capacitador o expositor, quedando como material de consulta permanente. Recomendaciones para elaborar materiales de cualquier tipo de capacitación:

- o **Empieza con una introducción de impacto** que capturen la atención: cifras y datos impactantes, una experiencia personal, por ejemplo. Recuerda que mucha gente se conecta a la sesión, pero no necesariamente con toda su atención, pues en casa hay muchas distracciones. Por ello, el primer contacto es clave.
- o **Usa diapositivas con poco texto**, con palabras clave e imágenes ejemplificadoras. Evita diagramas complejos o con letras pequeñas.
- o **No todo lo expuesto debe estar en las diapositivas.** Las diapositivas deben ser un apoyo a la exposición, pero no es necesario que contengan todo lo que explicará el capacitador o expositor. Estos materiales quedarán como un resumen o recordatorio para aquellos participantes que ya escucharon la exposición.
- o **Utiliza lecturas complementarias.** Para ampliar contenido, resumir los contenidos o incentivar que los participantes ex-

ploren sobre el tema se puede dejar material complementario como artículos, libros, estudios o tesis.

o **Apóyate en videos y grabaciones.** Estos también pueden ser usados como material complementario. Puedes recurrir a documentales, entrevistas sobre el caso, testimonios, videos de aulas magnas, relatos de éxito, entre otros.

o **Emplea ejercicios prácticos o análisis de casos.** Los puedes trabajar con fichas de autoevaluación o plantearlos como una oportunidad para el intercambio de opiniones.

o **Implementa evaluaciones o prácticas al inicio y final de cada tema o módulo.** Esta estrategia ayuda a que los participantes validen los puntos que tienen claros en cada capacita-

ción y reconozcan aquellos que requieren reforzar.

o **Usa foros de discusión.** Mantener un espacio de discusión moderado por el capacitador o expositor, permite conocer las opiniones de los participantes sobre los temas tratados. También es un espacio de intercambio de experiencias.

o **Utiliza herramientas para efectuar preguntas.** Para capacitaciones cortas, te recomendamos utilizar plataformas de preguntas por votación. Así el capacitador podrá conocer cuáles son los puntos que más han llamado la atención o que han generado dudas en su audiencia (Slido, Mentimeter, entre otros).

o **Utiliza plataformas colaborativas.** Para los talleres y cursos recomendamos el uso de plataformas colaborativas con

el fin de facilitar la co-creación en tiempo real, manteniendo la comunicación eficaz entre los participantes y el capacitador, de esta manera, los equipos pueden trabajar juntos de manera efectiva, desde la lluvia de ideas con notas adhesivas digitales hasta el desarrollo de trabajos grupales (Miro, Mural, entre otros) **Ver anexo 1.**



Creación de marca (branding) de la capacitación

La creación de identidad visual es una parte importante en la creación de materiales para el aprendizaje. Por ello, recomendamos que definas diseños digitales que capten la atención de los participantes.

Puedes apoyarte de un especialista en Comunicación para este punto.



4.6. Ejemplo de una capacitación virtual modelo

TIPO DE CAPACITACIÓN	ESTRUCTURA BASE RECOMENDADA
<p>TALLER Capacitaciones de hasta 4 horas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del problema e indicación clara de qué obtendrá el participante al concluir la capacitación. • Exposición: <ul style="list-style-type: none"> ▫ Introducción: sus experiencias con el tema. ▫ Desarrollo: el contenido de la exposición dependerá del tema de cada capacitación. • Ejercicio grupal. • Ronda de preguntas. • Respuestas de los expositores. • Indicaciones sobre el material de consulta. • Agradecimientos y cierre.

<p>SEMINARIO Capacitaciones de hasta 8 horas (2 días).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del problema e indicación clara de qué obtendrá el participante al concluir la capacitación. • Presentación de capacitador/a. • Primer bloque de exposición. • Rondas de preguntas, trabajo o discusión. • Pausa activa. • Segundo bloque de exposición. • Ronda de preguntas, trabajo o discusión. • Resumen y revisión del programa: si la capacitación toma dos bloques de un día o se desarrolla en días diferentes, se recomienda hacer un resumen del bloque al finalizar y explicar el trabajo que se realizará en el bloque siguiente. • Agradecimientos y cierre.
<p>CURSO Capacitaciones de mínimo 12 horas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del problema e indicación clara de qué obtendrá el participante al concluir la capacitación (habilidades a desarrollar). • Presentación de capacitador/a. • Si el contenido se ha dictado en ocasiones anteriores, se puede incluir testimonios de exparticipantes sobre el uso que le dan al contenido. • Desarrollo de los módulos: se recomienda alternar clases con ejercicios prácticos, trabajo en foros, análisis de casos y evaluaciones progresivas. • Evaluación final. Dependiendo del curso, esta evaluación puede ser por medio de un examen, un trabajo escrito grupal o individual o una exposición virtual.

PODCAST

Capacitación de audio.

- Presentación del problema e indicación clara de qué obtendrá el participante al concluir la capacitación.
- Presentación de ponentes o entrevistados.
- Exposición o entrevista.
- Referencias y contacto.
- Agradecimientos y cierre.

4.7. Invitación o contratación de expositores

Luego de haber definido el programa general de la capacitación deberás realizar las siguientes coordinaciones con los expositores:

- Elaborar la propuesta de carta de invitación. Deberá estar firmada por la autoridad correspondiente y será enviada vía correo electrónico.
- Dar seguimiento a la confirmación del expositor.
- Confirmada su participación, desarrolla y envía un instructivo

para su participación. Incluye la metodología e información de la capacitación, así como los pasos a seguir para conectarse a la plataforma en la que se efectúe.

- Enviar una ficha de registro virtual con el objetivo de obtener toda la información necesaria sobre el expositor: resumen de

CV, foto u otros datos. Esta información servirá para la difusión de la capacitación y también para incluirla en una base de datos general de expositores que podrá servir para futuras capacitaciones (**Ver Anexo 2**).

- Deberás sostener al menos una reunión virtual con tu exposi-

tor/a para explicarle a detalle los objetivos de su participación y dinámica de la capacitación. Esta reunión estará a cargo del responsable de gestionar la capacitación.

- En caso de que el expositor/a desarrolle una capacitación sincrónica y se encuentre en una zona horaria diferente, deberás coordinar un horario adecuado en el que todos puedan conectarse sin problema.
- En caso de que el expositor/a no hable la lengua del público objetivo, se recomienda incluir el apoyo de un traductor.



5. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

La estrategia comunicacional es una de las herramientas más importantes a la hora de organizar una capacitación. Te permitirá crear, planificar y gestionar la distribución de los contenidos y mensajes clave que desees difundir para lograr una comunicación efectiva con tu público objetivo. En el PNIPA contamos con un equipo de comunicaciones responsable de diseñar la estrategia y, como parte de esta, definir las acciones comunicacionales necesarias para la difusión de los distintas capacitaciones. Si la entidad no cuenta con un especialista de Comunicaciones, te recomendamos tomar en cuenta los siguientes componentes para elaborar tu estrategia de comunicación:

- Identifica el problema que quieres abordar/solucionar.
- Define los objetivos comunicacionales, según la necesidad de capacitación.
- Define al público objetivo.
- Determina los recursos disponibles y fija un presupuesto.
- Elige los canales de comunicación que usarás.
- Elabora un plan de acción.
- Establece un calendario de acciones, a modo de cronograma o diagrama de Gantt.
- Da seguimiento y control a los resultados.

Uno de los puntos más importantes a la hora de desarrollar la estrategia comunicacional es la difusión y convocatoria. A continuación, te detallamos cómo desarrollar este proceso.

¿Cuál sería la estrategia de convocatoria?

Invitación de participantes

Teniendo en cuenta al público objetivo y sus tipos de conexión a internet, debes definir si la convocatoria será abierta o cerrada. En ambos casos, la invitación se deberá realizar con al menos 15 días de anticipación, enviándose recordatorios días previos al desarrollo de la capacitación.

A continuación, te detallamos los tipos de convocatoria:

- **Convocatoria abierta:** generalmente se hace una convocatoria abierta cuando la capacitación es diseñada para un público objetivo amplio y diverso. La difusión de la capacitación es a través de redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter.

- **Convocatoria cerrada:** se aplica en los casos que las capacitaciones han sido diseñados exclusivamente para un público objetivo específico. Por ello, se deberá tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Base de datos: elabora la base de datos de posibles participantes según las características del público objetivo de la capacitación. Puedes recurrir a una base de datos existente o a la coordinación con entidades vinculadas con el público objetivo. La base de datos que desarrolles deberá contener como mínimo los siguientes campos:

- Nombres y apellidos
- DNI
- Cargo
- Institución donde labora
- Correo electrónico
- Número de contacto



- Envío de invitación: una vez validada la base de datos de invitados, debes enviar la invitación por correo electrónico. Para ello, deberás definir el tipo de invitación:
 - Mailing general: a través de un diseño preestablecido, podrás enviar la invitación por correo electrónico a toda la base de datos.
 - Carta de invitación personal: podrás elaborar cartas de invitación personalizadas, es decir, dirigidas a cada participante de la base de datos. Se envían por correo electrónico y deberán estar firmadas por el responsable de la entidad organizadora (**Ver Anexo 3**).

IMPORTANTE

Contactar a los posibles invitados antes de enviar la invitación para conocer su disposición e interés, así se reduce el riesgo de generar una lista cuyas personas al final no aceptarán la invitación o no llegarán a verla en su correo. En el caso que primero se elabore la lista y luego se envíe la invitación, recurre al contacto directo vía telefónica para asegurar el llenado del formulario o lo que fuere que confirma la asistencia.

Inscripción de participantes

Se realiza de manera digital. Puedes apoyarte en formularios virtuales existentes que ayudan a canalizar y organizar los datos de los participantes interesados. Algunas de estas opciones las ofrecen:

- Google forms: pueden ser creados por usuarios que tengan cuentas personales o institucionales con GMAIL (Google).
- Microsoft forms: pueden ser creados por usuarios que tengan cuentas personales o institucionales con HOTMAIL, OUTLOOK (Microsoft).
- Typeform

Una vez que tengas a tus participantes inscritos, sigue los siguientes pasos:

1. Primer correo electrónico: envía un mensaje de bienvenida que contenga un diseño con los objetivos de la capacitación y los datos del capacitador/a.
2. Segundo correo electrónico: envía un recordación de la fecha de inicio de la capacitación y aprovecha para ofrecerte a esclarecer preguntas o dudas relacionadas a la capacitación. Para esto puedes usar un formulario.
3. Tercer correo electrónico: un día antes de la capacitación, envía las instrucciones de la capacitación virtual. Estas deben considerar aspectos técnicos y de comunicación para que la capacitación se desarrolle de manera óptima.



IMPORTANTE

Si la capacitación es de convocatoria abierta, podrás solicitar apoyo para la difusión y otros aspectos comunicacionales al área de comunicaciones del PNIPA, enviando tu solicitud al correo: comunicacionespnipa@pnipa.gob.pe

6. ESTRATEGIA DE CIERRE Y RETROALIMENTACIÓN

Finalizada la capacitación virtual es importante dar un cierre adecuado y cercano. Esto ayudará a establecer vínculos de gratitud con los participantes.

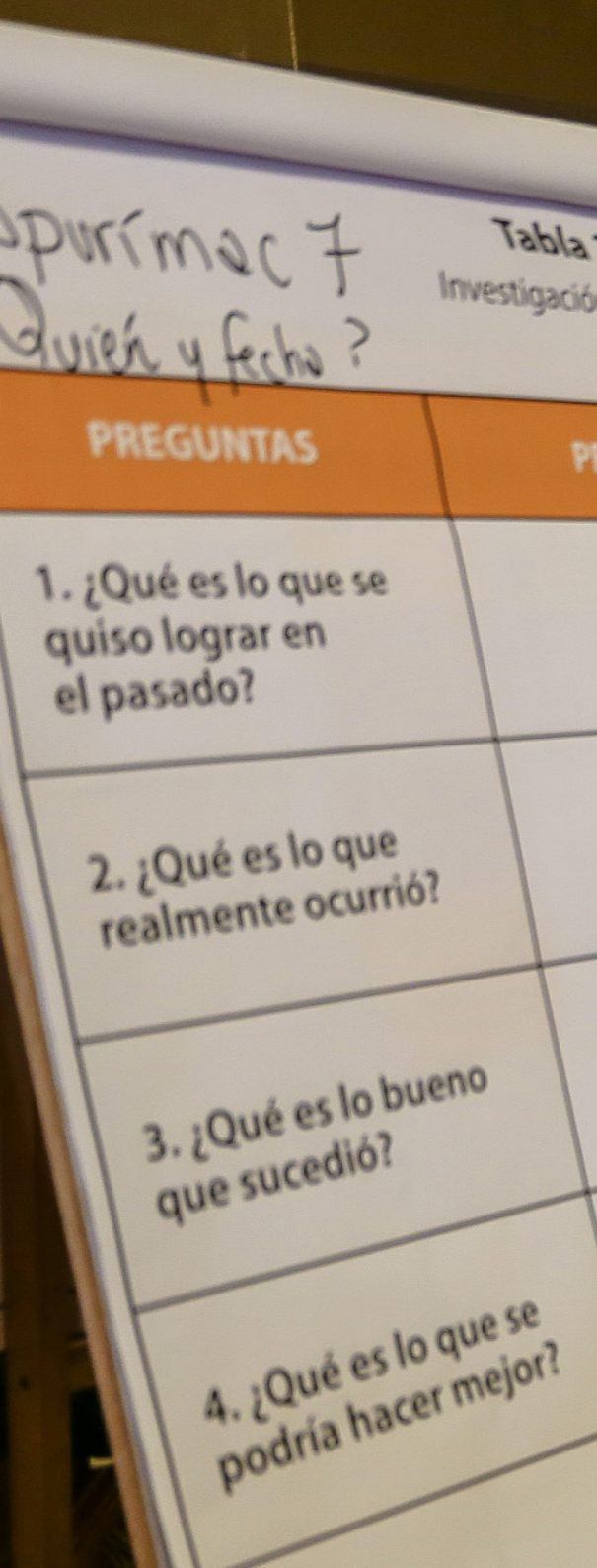
Recomendaciones para el cierre y retroalimentación:

- **AGRADECIMIENTO A LOS PARTICIPANTES.** Hazlo mediante un correo electrónico, en el que podrás incluir:
 - Fotos de la capacitación.
 - Encuesta virtual de satisfacción y retroalimentación: de preferencia utiliza preguntas cerradas con opciones y una pregunta abierta final para comentarios o recomendaciones generales. Te ayudará a sistematizar mejor los resultados. Enunciados que podría llevar la encuesta:

- ¿La capacitación cumplió con las expectativas que tenía?
- ¿Consideras que la combinación teórica-práctica del taller favorece el mejor entendimiento de los conceptos?
- ¿Consideras que la cantidad y extensión de sesiones fue adecuada?
- ¿Consideras que participar en la capacitación aumentó mis redes de contactos?
- ¿La capacitación me permitió compartir con los demás participantes?
 - Constancias de participación.
 - Compilación de preguntas virtuales canalizadas a través del chat, correo u otros medios virtuales, con las correspondientes respuestas.
 - Mostrar apertura a recibir consultas o sugerencias.
- **TESTIMONIOS.** Recolecta testimonios de participantes para difundirlos en redes sociales. Puedes hacerlo a partir de una pregunta abierta en la encuesta de satisfacción o solicitando por correo elec-

trónico opiniones o un registro en video, incluso, a las personas más participativas del curso o a todos los participantes.

- **AGRADECIMIENTO A LOS EXPOSITORES.** Hazlo mediante un correo electrónico que incluya:
 - Fotos de la capacitación.
 - Constancia de participación.
 - Encuesta de retroalimentación, en caso de realizar una serie de cursos. Si es un solo curso, puedes solicitar que te envíe sus recomendaciones de mejora por correo.
- **RETROALIMENTACIÓN INTERNA.** Realiza este ejercicio con el equipo organizador. Es importante para la reflexión y mejora constante de las capacitaciones y del desempeño del equipo. Puedes utilizar el siguiente formato para guiar este proceso.



FORMATO DE RETROALIMENTACIÓN

Título de la capacitación	(Texto abierto)
¿Qué funcionó bien?	¿Qué podría mejorar? Señalar cómo se solucionaron las dificultades
¿Qué preguntas surgieron?	¿Qué nuevas ideas surgieron?



7. SEGUIMIENTO DE APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS

Realiza un seguimiento a la aplicación de conocimientos adquiridos en la capacitación, solicitando la participación voluntaria del público participante. Si es la primera vez que haces este tipo de seguimiento, empieza solo con un caso.

Una vez que tengas definidos los casos a los que le darás seguimiento, debes considerar como línea base los conocimientos y experiencia previa de los participantes en el tema de capacitación elegido, así como la productividad de su actividad al momento de iniciar la capacitación. Se espera que al finalizar estas sesiones, los participantes logren aplicar lo aprendido para coinnovar, fortalecer sus habilidades, competencias y procesos en aras de mejorar su competitividad.

Para conocer si el proceso de aprendizaje y transferencia de conocimiento se hizo efectivo, podrás capturar evidencia de estos resultados, no solo en el plazo inmediato, sino también tomando en consideración el corto y mediano plazo.

Para ello, te recomendamos que lleves a cabo un seguimiento de los registros de productividad, el intercambio de experiencias con otros actores, participación en grupos de trabajo y material audiovisual que muestren los avances en los meses posteriores a la capacitación. Esto dependerá del tipo de resultado esperado según los aprendizajes generados por la capacitación.



MATRIZ DE SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS

Tipo de capacitación		Opciones: curso, taller, seminario, podcast.	
Título de la capacitación		(Texto abierto)	
Nombre del participante responsable		(Texto abierto)	
Nombre del responsable de seguimiento		Opciones	
Preguntas de seguimiento			
¿Cuál es la línea de base? Datos iniciales	¿Qué resultados esperamos?	¿Cómo capturamos evidencia?	¿Qué resultados se obtuvieron de la aplicación de lo aprendido?
Actividad: opciones en pesca y acuicultura Categoría productiva: opciones en pesca: industrial, artesanal; opciones en acuicultura: AREL, AMYPE, AMYGE. Factor crítico identificado: opciones Producción/extracción (volumen): opciones de rangos en toneladas o kilos por año.	Opción 1: coinnovar	Opción 1: panel de intercambio de experiencias	
	Opción 2: generar conocimientos	Opción 2: producción de material escrito o audiovisual (fotos, videos, manuales, guías, instructivos, reseñas)	
	Opción 3: mejorar habilidades o desarrollar competencias	Opción 3: consejos desde la experiencia	
	Opción 4: mejorar productividad	Opción 4: seguimiento a registros de productividad a partir del evento	
	Opción 5: otros	Opción 5: otros	



8. DIFUSIÓN DE RESULTADOS DEL CONOCIMIENTO APLICADO

A partir del seguimiento de la aplicación de conocimientos aprendidos en la capacitación, es muy importante comunicar los resultados obtenidos y las percepciones de quienes participaron en este proceso. Puedes consolidar los resultados teniendo en cuenta el siguiente formato.



CÁPSULA COMUNICACIONAL	
Título de la capacitación	(Texto abierto)
Detalles de la capacitación: cuéntanos qué te pareció más interesante de la capacitación y qué no pudiste aplicar en tu contexto actual.	Resultado obtenido: señala el beneficio generado a partir de la aplicación de los conocimientos.
Foto con descripción o testimonios	¿Qué consejos le darías a tus pares a partir de esta experiencia? ¡Anímalos a participar!



Este paso ayuda a consolidar todo el proceso de aprendizaje, así como a motivar a más actores del SNIPA a generar espacios de capacitación virtual.



9. REFERENCIAS

Laboratorio de Gobierno de Chile. (2018). Permitido Innovar: Guía para transformar el Estado chileno. ¿Cómo podemos resolver problemas públicos a través de Proyectos de Innovación? Chile: Gobierno de Chile.

Lauriac, Nathalie. (2016). Guía metodológica: Diseño e implementación de un sistema de monitoreo. Obtenido de https://www.tdh.ch/sites/default/files/161019_tdh_guidemonitoring_es_version_impression.pdf

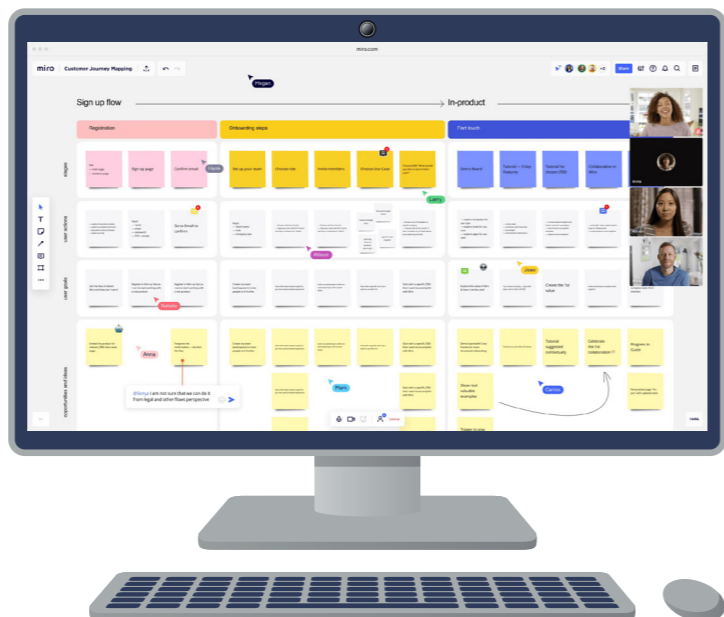


ANEXO 1. PLATAFORMAS COLABORATIVAS

miro

Miro es una herramienta educativa que nos permite trabajar en una pizarra colaborativa en tiempo real potenciando la co-creación y colaboración de equipos de trabajo, principalmente si se encuentran trabajando desde diferentes lugares.

Miro ofrece múltiples plantillas ya prediseñadas, con diagramas, mapas mentales y flujos de trabajo. Todo lo que está en la pizarra es editable por los miembros del equipo y los cambios se van viendo en tiempo real, sin límite en lo que se puede añadir.



¿CÓMO INGRESAR A MIRO?

1. Para hacer uso de la herramienta Miro, deberás ingresar a su página oficial: <https://miro.com/signup/>, la cual se encuentra configurada en idioma inglés, sin embargo, se puede utilizar el traductor del navegador.
2. Luego podrás registrarte de forma gratuita ingresando tu nombre, correo electrónico y contraseña.
3. Una vez dentro de la plataforma Miro te solicitará los datos de tu proyecto, así como el número de personas que integran cada grupo creado para luego poder iniciar con el trabajo de tu lienzo de acuerdo a la necesidad del trabajo grupal o dinámica requerida.

miro

Sign in


Get started free today

No credit card required

- I agree to Miro [Terms](#) and [Privacy Policy](#).
- I agree to receive Miro news and updates.

Get started now

or sign up with:

 Sign up with Google

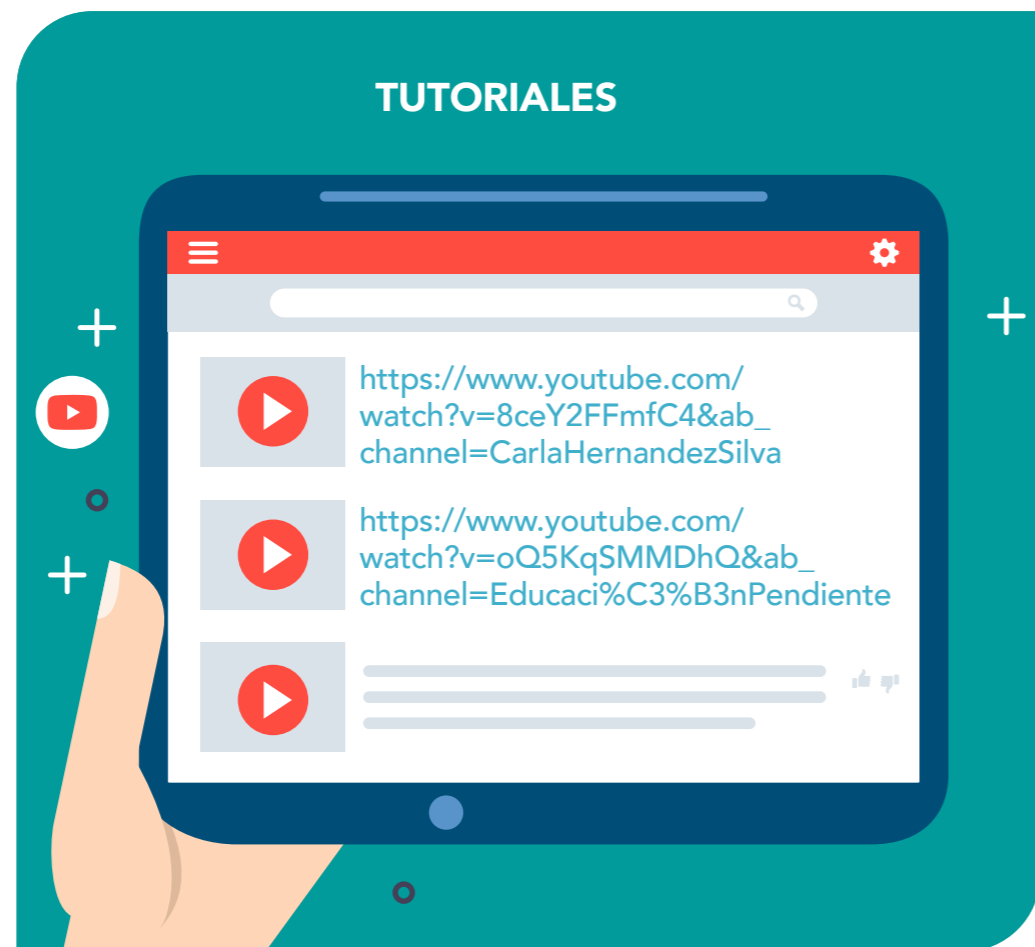


CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE MIRO

Lienzos infinitos: la pizarra colaborativa no tiene límites a lo ancho y largo, por eso las ideas se amoldan a la extensión que requiera el grupo de trabajo.

Plantillas prediseñadas: la plataforma te ofrece diagramas, mapas mentales y flujos de trabajo diseñados para planificar de forma práctica y útil con tu equipo.

Trabajo colaborativo: todo lo desarrollado por el grupo de trabajo en la pizarra colaborativa que es editable evidenciando cada cambio de inmediato.



M U R A L

Mural también es una herramienta colaborativa bastante intuitiva en cuanto a su funcionalidad. Permite elaborar y compartir murales digitales que se desarrollan de forma interactiva y creativa, integrando todo tipo de contenidos multimedia, sin importar las distancias ni las limitaciones físicas. Es una herramienta ideal para trabajar en equipo fomentando la creatividad y el trabajo colaborativo bajo un formato sencillo, interactivo y ágil.



¿CÓMO INGRESAR A MURAL?

1. Para ingresar a la plataforma colaborativa Mural, deberás ingresar a su página oficial: <https://www.mural.com/>, la cual, al igual que Miro, se encuentra configurada en idioma inglés, sin embargo, puede utilizar el traductor del navegador para facilitar la navegación.
2. Luego podrás registrarte de forma sencilla, ingresando datos tales como nombre, apellido, correo y contraseña, y deberás verificar las limitaciones de uso gratuito, así como del contrato de planes de acuerdo a tus necesidades. Asimismo, si quieres probar antes cómo funciona, puedes hacerlo desde la misma página.
3. Finalmente, una vez dentro de la plataforma podrás hacer uso de todas las herramientas colaborativas, personalizando el tamaño y apariencia de tu mural ofreciendo distintos tipos de texto, formas, stickers y plantillas para organizar la información.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE MURAL

Te proporciona un lienzo en blanco donde los participantes pueden colocar ideas y organizarlas para luego ser debatidas en equipo.

Para una mayor creatividad te brinda distintos textos, formas, stickers y plantillas para organizar la información, permitiendo personalizar la apariencia del mural de acuerdo a tus necesidades y/o requerimientos.

Una vez desarrollada la estructura de tu mural, tendrás la posibilidad de compartirlo de manera sencilla con tu grupo de trabajo a través de sus correos electrónicos a fin de que puedan interactuar todos a través del mural.





ANEXO 2. FICHA DE REGISTRO DEL EXPOSITOR O CAPACITADOR




ESCUELA PNIPA
FICHA DEL EXPOSITOR/CAPACITADOR

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE Y APELLIDO	FOTO
PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN EL QUE PARTICIPA	
FECHA DE PARTICIPACIÓN	
RESUMEN DE CV	

ANEXO 3. CARTA DE INVITACIÓN

ESCUELA PNIPA
MODELO DE CARTA DE INVITACIÓN

Lima, (fecha) de (mes) de (año)

CARTA N°XXXXXXXXXXXX

Sr.
NOMBRE Y APELLIDO
Cargo
Institución
Dirección

ASUNTO: Invitación a participar como (expositor, capacitador, profesor, panelista) en el (Nombre del programa de capacitación)

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted, para extenderle una cordial invitación para participar como (expositor, capacitador, profesor, panelista) en (nombre del programa de capacitación), organizado por el Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (PNIPA), del Ministerio de la Producción, el cual se realizará (fecha de realización).

Este (tipo de programa de capacitación) se ha organizado con el objetivo de (objetivos del programa de capacitación)

En ese sentido, conocedores de su amplia trayectoria en (resumen de trayectoria del invitado) y dada a su reconocida labor, quisiéramos contar con su participación como (expositor, capacitador, profesor, panelista) en (nombre del programa de capacitación).

Para las coordinaciones respectivas y mayor información, el equipo organizador tomará contacto con usted. Asimismo, de requerir alguna información inmediata, no dude de comunicarse con (nombre del encargado) al correo electrónico (correo electrónico) o al teléfono (numero celular).

Agradeciendo desde ya su invaluable participación, la que sin duda alguna colaborará con el éxito de este (tipo de programa de capacitación), reciba nuestros más cordiales saludos.

Atentamente,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore

