

308923
43
724



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

FACULTAD DE PEDAGOGIA
INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

PROCESO DE ASESORIA PEDAGOGICA
COMO APOYO A LA VENTA DE MATERIAL DIDACTICO
EN REPRESENTACIONES JUMAR.

**INFORME ACADEMICO
DE ACTIVIDAD PROFESIONAL
PARA OPTAR POR EL TITULO DE:
LICENCIADA EN PEDAGOGIA
QUE PRESENTA:
M. DEL ROCIO VIRGINIA GOMEZ TORRES**

DIRECTOR DEL INFORME ACADEMICO
M EN C GABRIEL J MENDOZA BUENROSTRO

MEXICO, D. F.

197

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Con todo mi cariño y agradecimiento dedico este trabajo a quienes me han apoyado e impulsado llenos de amor:

**Enrique, mi esposo
Rebeca y Rene, mis hijos
Enrique y Rocío, mis padres
Rocío y Enrique**

Y a todas las amigas y amigos que desde que salí de la universidad han estado cerca de mí para motivarme a concluir esta etapa de mi formación profesional.

ESTRUCTURA DEL INFORME

EXORDIO

- Exposición de motivos.** 1
- Justificación de la relación del informe académico con la carrera** 3

I. CUERPO DEL INFORME

- I.1. Descripción general.** 7
 - I.1.1 La institución.** 8
 - El servicio.** 10
 - Los recursos.** 11
 - I.1.2 Misión institucional.** 13
 - Objetivos específicos.** 13
 - I.1.3 Estructura general.** 15
- I.2 Descripción específica.** 18
 - I.2.1 Funciones desarrolladas.** 18
 - Estrategia de ventas.** 22
 - Acciones pedagógicas.** 24
 - I.2.2 Venta de material didáctico para equipar el preescolar del colegio Las Aureolas.** 28
 - Objetivos del preescolar.** 30
 - Relación del material didáctico.** 34

II. VALORACION CRITICA	
II.1. Fundamentación de la crítica.	40
II.1.1 Valoración pedagógica de la venta de material didáctico al colegio Las Aureolas.	45
• Características metodológicas.	48
• Resultados	53
II.2 Propuestas de solución	54
III. CONCLUSIONES	61
IV.- BIBLIOGRAFIA	63

EXORDIO

- **Exposición de motivos**

El viaje que emprendemos con nuestra vida los seres humanos es una sucesión de aprendizajes, un continuo devenir cuyo objetivo es la mejora, el perfeccionamiento humano. Podríamos equipararnos con la idea de empresa que tiene Luciano Benetton:

"Creo que la creación de una empresa se puede considerar como un viaje en el que tras cada llegada se emprende una nueva partida. Tras cada logro surge una nueva idea de desarrollo".¹

En este recorrido además de llegadas y logros hay errores, retrasos y fracasos, pero también después de cada uno de ellos es necesario retomar la marcha, reiniciar la búsqueda. Por eso considero que quien ha elegido la educación como objetivo de su trabajo, optó también por un sentido para su vida; a través de una actividad que puede ejercerse en cualquier ámbito donde se desarrolla el ser humano, donde haya un potencial humano por acrecentar.

La etimología del concepto *educación* ofrece el primer sustento a quien escogió la Pedagogía (Ciencia y arte de la educación) como profesión. Víctor García Hoz describe cómo los significados de los vocablos se complementan entre ellos junto con el significado vulgar de cualidad adquirida; educare: conducir, que es llevar a un hombre de un estado a otro, de una

situación a otra y educere: sacar de, extraer, acción de sacar algo de dentro del hombre; se refieren a la educación como una actividad para extraer del interior del ser humano esos hábitos o formas de vivir que determinan o posibilitan una modificación que -si es bien conducida- llevará hacia algo mejor, un camino hacia la plenitud, a la perfección del hombre. ²

Ahi es donde incide la labor del pedagogo (a): en la buena conducción, en el posibilitar la extracción de las cualidades, en estimular el desarrollo de la persona.

"El potencial creativo del hombre es un excelente recurso para la humanidad y debemos aprovecharlo si queremos un mundo mejor y más equilibrado". ³

- **Justificación de la relación del informe académico con la carrera.**

La educación del ser humano se da en tres contextos:

- a) Formal: institucional, en la escuela, a través de un proceso de aprendizaje sistemático y determinado en tiempo y espacio.**
- b) No formal: profesional, no escolarizado, a través de un proceso de aprendizaje sistemático en un tiempo y espacio elegidos, de corta duración.**
- c) Informal: En la vida cotidiana a través de un proceso permanente e irregular de aprendizaje, en cualquier tiempo y espacio.**

La labor del pedagogo (a) puede ubicarse en uno de los contextos o abarcar varios. En el ámbito empresarial se ha desarrollado la actividad pedagógica, generalmente, mediante la capacitación, es decir, se le ubica en el contexto de la educación no formal de los trabajadores de la institución.

Pero en la actualidad las empresas han ampliado sus márgenes de acción, ya no son sólo productoras industriales, o comercializadoras de productos o prestadoras de servicios, sino que pueden abarcar uno, dos o los tres objetivos con el fin de atender la demanda del mercado. Y ahora se cuenta con la Mercadotecnia cuyo fin es llevar a la empresa a satisfacer las necesidades del consumidor particular o industrial.

Estas nuevas alternativas amplían también el campo de trabajo de la Pedagogía: desde el contexto educativo no formal para los empleados, hasta el contexto informal dirigido al consumidor a través de la asesoría u orientación educativas.

Es un hecho que a excepción de los proyectos y metodologías particulares ideados por teóricos o educadores (as) interesados en el ser humano integral, los sistemas educativos en general no han sabido apropiarse de recursos vigentes desde hace ya tiempo en el seno de la vida social y tampoco relacionarse con lo que la gente ya es. "La distancia entre la escuela y la vida ha sido colmada cómodamente por los medios de difusión colectiva y por las técnicas de expansión del mercado". 4

Vivimos la Mercadotecnia como una realidad vigente, de la cual hay mucho que aprender, sobre todo por sus relaciones con la vida cotidiana, por su capacidad de llegar a donde la educación formal no puede hacerlo. " El mensaje mercantil, aparece como variante absoluta del educativo. Es flexible y alegre, no denota ni disciplina rígida, ni tampoco atención por la autoridad y sin embargo es captado y repetido sin problemas por el mismo niño que no puede memorizar la tabla del 3. De hecho aquí vemos un aspecto de fondo: El mensaje publicitario supone un grado importante de organización detrás y sin embargo se difunde en la cotidianidad no organizada del perceptor (ratos de ocio y descanso)". 5

El trabajo de venta de material didáctico y juguetes educativos que he venido desempeñando en los últimos años está ubicado en el sector empresarial: soy distribuidora independiente y por ello manejo un negocio, e incide en las instituciones educativas y en la familia, como consumidoras de los productos. Además de los bienes, ofrezco asesoría pedagógica, la cual es inclusive solicitada en muchas ocasiones para enriquecer el uso de los materiales y en otras, para resolver problemas educativos específicos.

Esto significa que mediante la venta personal de productos ejerzo la Pedagogía, a través de un contexto informal, para

asesorar problemas o necesidades educativas de escuelas y padres de familia. Tales circunstancias se manifiestan (si no son solicitadas con anterioridad) al describir las posibilidades que tiene el juguete o material didáctico para apoyar el desarrollo de potencialidades de las personas.

Notas

- (1) BERMEJO, M., et.al., La Creación de la empresa propia., prólogo. vii
- (2) cfr ., GARCIA HOZ, V., Principios de Pedagogía sistemática., p. 14-16
- (3) SEFCHOVICH, G., et.al., Hacia una Pedagogía de la creatividad., p.25
- (4) SANCHEZ DE ANTUÑANO, J., La Mercadotecnia como proceso educativo no formal., p. 13
- (5) ibidem., p. 67

I. CUERPO DEL INFORME

Una vez establecida en el exordio la relación de la Pedagogía con la Mercadotecnia a través de la venta de material didáctico y juguetes educativos, mencionaré en este apartado, primero, el contexto institucional de la empresa proveedora de los productos: Representaciones Júmar; después, las características de la venta personal y el apoyo pedagógico que ofrezco.

Posteriormente, describiré un proceso de venta de materiales para equipar la sección preescolar de la escuela Las Aureolas, así como las etapas y apoyos prestados durante ese proceso.

I.1 Descripción general

La empresa comercial Representaciones Júmar está dedicada a distribuir, a nivel nacional, material didáctico, juguetes educativos y de entretenimiento, como son los juegos de mesa. Esta compañía concebida como una oportunidad de negocio conjuntó las experiencias de sus directores con el apoyo de otra empresa dedicada a la importación y distribución de ese tipo de productos desde hace más de veinticinco años: La casa de la Educadora.

I.1.1 La institución

Representaciones Júmar, es una compañía fundada a finales de 1994 con el objetivo de comercializar material didáctico y juguetes educativos en el país. Su estrategia inicial debió ser replanteada al siguiente semestre de funcionamiento debido al incremento de las dificultades económicas que envolvieron a México. En ese contexto, los directores decidieron consolidar una empresa pequeña pero con amplias posibilidades de crecimiento a través de distribuidores(as) independientes. Así, han logrado ampliar en estos años de crisis económica en México la estructura y alcance de la empresa y consideran a 1997 como la etapa de su fortalecimiento.

Es factible considerar que la expansión de la compañía se debe a que los directores poseen, en conjunto, el perfil de lo que escuelas de negocios llaman el "nuevo modelo de empresario, con una formación específica en las áreas económico-empresarial, una mayor orientación a la innovación y a la sensibilidad hacia el cambio y una mayor comprensión de mercados complejos". 6

Y con características como:

- el deseo de lograr objetivos;**
- autoconfianza, perseverancia y dedicación;**
- capacidad de asunción de riesgos calculados;**
- capacidad organizativa;**
- iniciativa;**
- tolerancia hacia la ambigüedad;**
- optimismo;**
- integridad;**
- formación y capacidad de gestión;**

- espíritu innovador, creatividad;
- orientación al mercado y a las oportunidades;
- visión global de la empresa. 7

- **Productos que comercializan:**

- a) **Material didáctico:** de apoyo específico para el desempeño de la actividad docente en la escuela normal o especial.
- b) **Juguetes educativos:** cuya finalidad es el desarrollo de habilidades, destrezas, conocimientos, actitudes o valores, mediante objetos de entretenimiento para niños.
- c) **Juguetes de entretenimiento:** a través de la diversión fomentan el desarrollo de habilidades, conocimientos, actitudes o valores en las personas.

Los juguetes y materiales son producidos en México y otros países, dado que seleccionan los que sean de mejor calidad, para ofrecer al cliente un producto garantizado en cuanto a imagen, durabilidad, materiales calificados y una amplia variedad.

- **El servicio**

La compañía tiene distribuidores (as) regionales fuera del Distrito Federal y vendedores (as) dentro de éste. Los (as) vendedores (as) reciben capacitación en cuanto a motivación, estrategias de venta y conocimientos sobre los productos, puesto que: "si el vendedor conoce las ventajas, usos y limitaciones del producto, puede educar al cliente y enfrentarse con éxito a sus objeciones". 8

Ofrecen servicios de exhibiciones del material en escuelas y eventos especiales, así como la muestra en el domicilio particular de la institución o de la persona. Hay garantía de cambios por errores de fabricación (lo cual es excepcional). Esta presentación personal de los juguetes permite satisfacer y enriquecer las necesidades de los clientes tanto escolares (Secretaría de Educación Pública, centros de desarrollo infantil, escuelas de educación normal o especial) como particulares (padres de familia, terapeutas, educadoras, psicólogos (as), pedagogos (as) y otros profesionistas).

Se distribuyen juguetes y material didáctico también a través de tiendas (punto de venta) y se les da asesoría sobre la forma de exhibirlos y sus alternativas de uso. Algunos, como son los rompecabezas, no requieren explicaciones especiales, pero los juegos de estrategia mental, desarrollo de habilidades de pensamiento, de destrezas y otros, si necesitan instrucciones de cómo se juegan para promoverlos mejor.

Para los distribuidores(as) regionales ubicados en los estados del país, hay asesoría permanente a fin de apoyar la labor de ventas que realizan y material decorativo para exhibiciones

especiales o ferias, así como catálogos descriptivos de cada línea comercial de productos. El servicio de envío de la mercancía se realiza con rapidez y agilidad, buscando la mejor opción en cuanto a tiempo y costo. Por ejemplo, si los juguetes tienen más volumen que peso, se utiliza un servicio de mensajería, si es mayor el peso, se usa uno de carga.

El éxito del crecimiento de la empresa radica en la atención personal de los directores a todo su equipo de venta y distribución, en la selección de las líneas de juguetes y material didáctico, en la búsqueda constante de novedades atractivas para comercializar, en el respaldo de las compañías importadoras o productoras, pero sobre todo, en el espíritu general de integrar atención y servicio con productos de calidad.

• Los recursos

La compañía cuenta con los siguientes recursos humanos: director general, directora de ventas, jefa de ventas y un *staff* de apoyo integrado por secretaria, asistente y chofer.

Tienen un local para exhibición de los materiales, área administrativa y empaque; línea telefónica con fax; camioneta para distribución, y se apoyan en las bodegas de almacenamiento y sala de exhibición de la compañía importadora principal (La Casa de la Educadora).

En el Distrito Federal tienen 15 vendedoras y otros 15 puntos de venta (tiendas).

Cubren diez estados del país con vendedoras o distribuidores(as) regionales, quienes a su vez abarcan varias ciudades en la entidad.

- Toluca en el *Estado de México*.
- León con Guanajuato, Silao, San. Francisco del Rincón y Celaya en *Guanajuato*.
- San Juan del Río y Querétaro en *Querétaro*.
- Los Cabos en *Baja California Sur*.
- Veracruz en *Veracruz*.
- Tuxtla Gutiérrez en *Chiapas*.
- Culliacán en *Sinaloa*.
- Guadalajara en *Jalisco* (con 3 vendedoras)
- Puebla en *Puebla*.
- Cuernavaca en *Morelos*.

Cuentan con un sistema de control computarizado, el Sistema de Administración Especializado (SAE), y dos computadoras. Tienen contratados los servicios externos de contabilidad y auditoría.

El canal de distribución principal es la agencia de mensajería Mexpost, pero también utilizan líneas de transporte como Estrella Blanca, de carga como Julián de Obregón y otras.

I.1.2 Misión institucional

Desarrollar la actividad comercial de la venta de material didáctico y juguetes educativos y apoyar el crecimiento de una red de distribuidores (as) independientes, buscando siempre ofrecer productos de calidad, tradicionales e innovadores para satisfacer las necesidades de los clientes.

- **Objetivos específicos.**

A) Apoyar a los maestros (as) y educadoras con materiales que faciliten su tarea docente.

B) Fomentar la convivencia entre padres e hijos (as) y el aprendizaje a través del juego.

C) Apoyar las actividades de terapeutas, pedagogos(as), psicólogos(as), comunicadores(as) y otros profesionistas relacionados con la educación normal y especial.

D) Incrementar las ventas de los juguetes a través de tiendas.

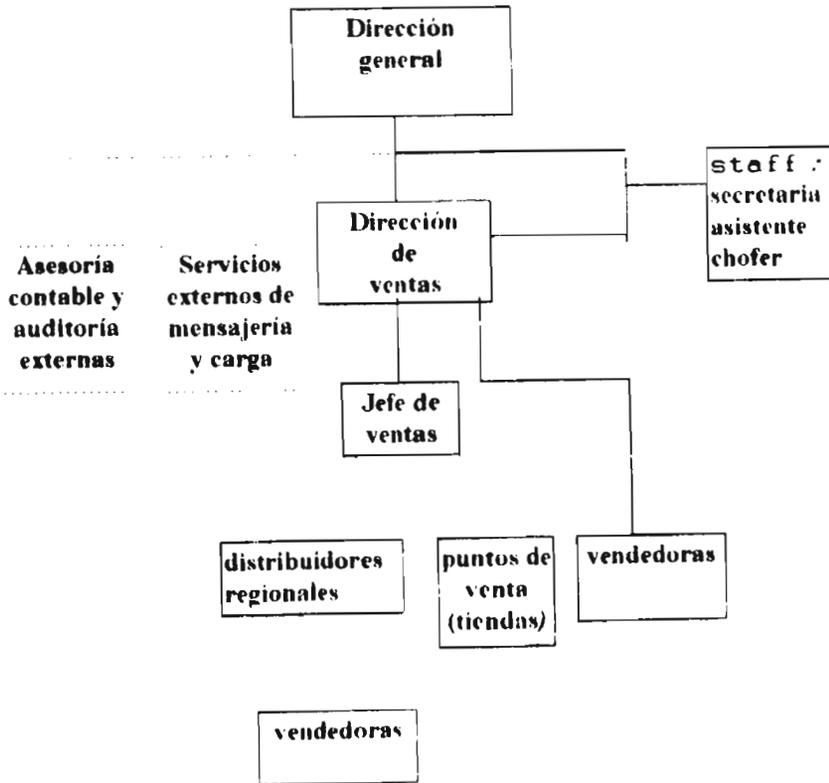
Esta empresa comercial proporciona y propicia "... un flujo de bienes y servicios al público que los desea o necesita. Su

objetivo principal es presentar un servicio económico a la comunidad". ,

Sus metas para 1997 son incrementar la cartera de clientes en un 50% para duplicar las ventas y ofrecer mejores servicios alternativos a los productos.

1.1.3 Estructura general

La estructura organizacional es la siguiente:



La compañía se organiza distribuyendo las funciones entre los directores y la jefa de ventas con el apoyo del personal del *staff*.

El director general se encarga de las funciones administrativas, de control y logísticas. Coordina la recolección de los productos, el empaque, envío de los pedidos foráneos y la entrega de los pedidos en el Distrito Federal. Coordina la cobranza y el pago a proveedores. Supervisa los servicios contables y de mensajería contratados.

La directora de ventas cubre las funciones de ventas, relación con proveedores y clientes, capacitación de vendedoras, organización y atención de eventos especiales, asesoría a distribuidores regionales. Juntos realizan las funciones de planeación y evaluación de actividades.

La jefa de ventas se encarga del contacto permanente con vendedores(as), puntos de venta y distribuidores(as) regionales para recabar los pedidos y atender sus necesidades. Organiza e integra los pedidos, realiza la facturación y apoya la venta directa en exhibiciones especiales.

igual que en muchas empresas pequeñas, además de las funciones correspondientes al puesto hay un trabajo en equipo que permite resolver con agilidad los problemas y necesidades que se presentan cotidianamente y ajustar las estrategias a los requerimientos del mercado. Y como afirma Luciano Benetton, se basan en el concepto del *partnership*, comparten la aventura empresarial, aportan su capacidad con tesón y energía, fórmula que les ha resultado triunfadora y se refleja en su crecimiento y nivel de ventas. 10

Notas

(6) BERMEJO, M., op.cit., p. 4

(7) cfr., ibidem., p. 4-7

(8) BROOM, M., et al., Administración de negocios., p. 450

(9) ibidem., p. 34

(10) cfr. BERMEJO, M., op. cit., prólogo, viii

I.2 Descripción específica

El significado etimológico de la palabra vender, que viene del latín, es traspasar o ceder a otro por un precio convenido la propiedad de una cosa. Este es un ejercicio que realizamos cotidianamente, algunas personas de manera sistemática en su profesión; otras, mediante un intercambio donde el precio convenido puede ser un bien tangible o un bien intangible como: información, afecto, regalos, aceptación, objetos, dinero, comida, ideas... la lista puede resultar muy extensa, pero es un hecho que vendemos productos, servicios, apoyos; algo, cuyo objetivo es enriquecer al otro sea comprador, consumidor o receptor.

Esta es la actividad que describiré a continuación y que he venido desempeñando profesionalmente en los últimos años.

I.2.1 Funciones desarrolladas

Las ventas se han incrementado en el mundo en la medida que la urbanización se expande, ya sea por la inmigración campesina o por el desarrollo de nuevos polos. El ingreso en dinero y no en cosechas; el problema de la vivienda; la reducción del tiempo disponible para la producción del alimento o el vestido y otros factores; han obligado a un cambio acelerado en las funciones de los miembros de la sociedad. La cual ha favorecido el desarrollo de la mercadotecnia, que ha aprovechado las necesidades más que causarlas. ,,

William Stanton y Charles Futrell definen mercadotecnia "como un sistema total de actividades comerciales ligadas entre si para planificar, dar precio, promocionar y distribuir mercancías y servicios que satisfagan necesidades entre consumidores particulares y usuarios industriales". 12

Vender es indispensable para mantener la fortaleza y el bienestar del sistema económico moderno y, quizá, ofrezca más oportunidades de empleo que otras profesiones. Los vendedores constituyen actualmente, un poder dinámico en el mundo de los negocios. Sin embargo, la venta personal es objeto de muchas críticas y resulta difícil atraer jóvenes bien preparados en este trabajo. No así, a la bibliografía o a los cursos motivacionales que ahora se ofrecen por doquier como herramienta indispensable para convertir a una persona en vendedor exitoso. El número de consumidores(as) de esos libros y cursos se incrementa cada día, pero no ocurre lo mismo con los verdaderos vendedores(as) preparados(as) cuyos resultados positivos son fruto de un proceso que abarca desde el diagnóstico hasta la evaluación y no se sustenta solamente en técnicas motivacionales.

A continuación citaré varias características con las que Stanton y Futrell 13 describen la venta personal y al vendedor:

-"La venta personal es una comunicación personal de información para persuadir al posible consumidor a que compre algo: un producto, un servicio, una idea u otra cosa".

-"... la venta personal tiene la ventaja de ser más flexible en su operación. Los vendedores pueden preparar sus presentaciones de ventas de manera que se ajusten a las necesidades y el comportamiento de cada cliente. Además, pueden ver la

reacción del cliente ante un enfoque de ventas particular y hacer los ajustes necesarios sobre la marcha..."

-" Los vendedores representan a su compañía ante el mundo, las opiniones sobre ésta surgen a partir de la impresión que causa la fuerza de ventas".

-"Los vendedores necesitan, sin duda, más tacto, más diplomacia y más habilidad social que otros empleados de una empresa... han de desplegar, además, una gran inteligencia social en su trato con los compradores".

-"... para tener éxito los vendedores deben trabajar duro, física y mentalmente. Han de ser creativos y persistentes, mostrar gran iniciativa; todo ello exige una fuerte motivación. Estas tensiones mentales, aunadas al desgaste físico, se combinan para exigir gran resistencia mental y vigor físico".

-"El vendedor debe mirar más allá de la venta inmediata para formar la buena voluntad del cliente. Una forma de lograr esto es mantener una buena apariencia, mostrar una personalidad agradable y demostrar buenos hábitos en todos los contactos con el cliente. La cortesía, la atención a los detalles y una amistad manifiesta ayudarán a crear la aceptación en el cliente".

14

-"Si el vendedor conoce las ventajas del producto, usos y limitaciones, puede enfrentarse con éxito a las objeciones del cliente o puede sugerir nuevos usos del producto. Rara vez el cliente es un especialista en el producto que está comprando; sin embargo, siente de inmediato los conocimientos o la ignorancia del vendedor". 15

Todas estas descripciones nos llevan a considerar que lo lucrativo de las ventas se obtiene con base en calidad y servicio y no en motivación o rebaja de precios; y que un buen vendedor requiere de formación y cualidades específicas dependiendo del tipo de ventas a que se dedique, pues éstas abarcan desde la simple toma de pedidos hasta la venta de servicios o bienes intangibles, para los cuales se necesita un despliegue de habilidad creativa.

• **Estrategia de ventas**

La estrategia de ventas se refiere al proceso de planeación, ejecución, y evaluación (proceso necesario, porque el exceso de ideas puede producir demasiados tipos de clientes y dificultar la comercialización). En la estrategia de ventas hay una similitud con los momentos y elementos didácticos porque tanto el vendedor (a) como el maestro (a) tienen como actividad transmitir o facilitar la adquisición de una información directamente a una o más personas: compradores o alumnos.

Su objetivo es lograr un cambio de conducta en esas personas, sea para que se de la adquisición del (os) producto (s) o de conocimientos, habilidades, destrezas, hábitos o valores. Por tanto, el proceso para lograrlo tiene elementos afines.

Momentos Didácticos

Elementos Didácticos

Diagnóstico: - antes de llevar a cabo la planeación, el vendedor debe:
 a) familiarizarse con los productos;
 b) conocer el mercado y la competencia

Contenido
qué

Planeación: - definir los objetivos concretos de la venta;
 - ubicar el perfil del cliente real o potencial;
 - determinar técnicas de venta;
 - considerar los recursos para realizar la venta;
 - determinar el tiempo mediante cita o visita al cliente;
 - considerar el lugar donde se realizará

Objetivos
para qué
Educando
quién
Metodología
cómo
Recursos
con qué
Tiempo
cuándo
Lugar
dónde

- Ejecución:**
- presentación de la venta (punto crucial donde el pedido puede conseguirse o de perderse);
 - usos de las técnicas de venta para mantener el interés al describir los productos, sus alternativas y despertar el deseo por ellos;
 - contestar objeciones y cerrar la venta;
 - atenuar la ansiedad posterior a la toma de decisión (disonancia cognoscitiva) mediante:
 - 1) Resumen de ventajas del producto(s);
 - 2) Repetir que la decisión es la mejor;
 - 3) Señalar lo satisfecho que estará con el rendimiento y funcionamiento del producto(s);
 - entregar la mercancía y cobrar.

- Evaluación:**
- Verificar el cumplimiento de los objetivos;
 - analizar la ejecución para considerar los aciertos y las fallas;
 - analizar la asertividad de la negociación y del cierre de la venta;
 - llevar el control de los resultados para retroalimentar nuevas planeaciones.

Es conveniente realizar la estrategia de ventas para optimizar el uso de los elementos que implica: tiempo, recursos personales, materiales y económicos; y así obtener el objetivo de la venta: una ganancia.

- **Acciones pedagógicas.**

Al definir el perfil de cliente real o potencial considero el posible apoyo: asesoría pedagógica, que puedo ofrecerle.

Entiendo por asesoría pedagógica: la acción de dar un consejo a otra persona cuyo objetivo sea facilitarle información o recursos válidos para apoyar la mejora de su actividad educativa en la familia, en la escuela o en su profesión.

Padres de familia: información sobre las características de la etapa de desarrollo en que se encuentran sus hijos(as).

- **Orientación para encauzar y resolver necesidades o carencias que los niños (as) presentan: atención, concentración, memoria y otras.**

- **Propuestas de uso de los juguetes para estimular el desarrollo de habilidades, destreza(s), conocimiento(s).**

- **Asesoría sobre centros de atención especializados en problemas de aprendizaje, conducta, lenguaje, creatividad, etcétera.**

- **Asesoría sobre las escuelas y sus características.**

- **Información sobre juguetes de entretenimiento familiar.**

Escuelas preescolares: Asesoría sobre el material didáctico y decorativo de apoyo al plan de estudios.

- Asesoría sobre centros de atención especializados para problemas de algún niño(a), en relación con el lenguaje, el aprendizaje y la psicomotricidad.

- Asesoría sobre juguetes que podrían hacer más atractivo el proceso de aprendizaje.

- Búsqueda de otros materiales didácticos que necesiten e información sobre cómo conseguirlos.

- Conferencias de orientación a padres de familia.

- Realización de exhibiciones de los productos para los padres de familia.

Centros de desarrollo infantil: Asesoría sobre materiales didácticos y juguetes para favorecer la aplicación de su metodología.

- Asesoría sobre centros de atención especializados, en relación con el lenguaje, el aprendizaje, la psicomotricidad.

- Conferencias de orientación para los padres de familia.

- Búsqueda de otros materiales didácticos que requieran.

- **Asistencia a eventos organizados por la escuela.**
- **Realización de exhibiciones de los productos para los padres de familia.**

Centros o escuelas

de educación especial : Asesoría sobre los materiales didácticos y juguetes de apoyo para la(s) deficiencia(s) que trabajan.

- **Orientación sobre otros materiales o servicios educativos que requieran.**
- **Asistencia a eventos organizados por la escuela o centro.**
- **Orientación a padres de familia sobre el uso de los juguetes para estimular la mejoría de la(s) deficiencia(s) de su hijo(a).**
- **Exhibición de los productos para los padres de familia.**

Profesionistas: psicólogos(as), terapeutas, educadores(as), pedagogos(as) : Asesoría sobre los materiales didácticos y juguetes de apoyo para la especialidad que manejan.

- **Información sobre conferencias o eventos educativos.**

**Secretaría de Educación de Guanajuato (SEG) o
Desarrollo Integral de la Familia
(DIF) :**
**Asesoría sobre materiales
didácticos o juguetes educativos
adecuados y accesibles para las
escuelas y centros que
coordinan.**
**- Exhibición de los productos
para los maestros(as) y
educadores(as).**

**En algunas ocasiones la solicitud de la asesoría va aparejada al
requerimiento de los productos; en otras, surge a partir de la
explicación sobre el uso de los mismos y en algunos más, sólo
se concreta al proceso de venta.**

**Puedo afirmar que he establecido junto con los(las) clientes,
mediante referencias cruzadas, una red de intercambio de
información sobre servicios educativos especializados en
problemas de desarrollo o aprendizaje; características de las
escuelas o difusión de eventos, alterna a la comercialización de
los productos. Esto ha prestigiado mi imagen como vendedora y
favorecido el inicio de la distribución regional.**

I.2.2 Venta de material didáctico para equipar el preescolar del colegio Las Aureolas.

A continuación y como acción específica, objeto de este informe, describiré la reciente experiencia de selección y venta de material didáctico para equipar el maternal y kinder del colegio Las Aureolas.

La dirección del preescolar del colegio Las Aureolas en León Guanajuato, consideró necesario modificar la metodología tradicional en la que basaban el proceso de enseñanza-aprendizaje

de los dos grados: maternal (3-4 años)

kinder (4-5 años)

Para lograrlo encargaron a una de las maestras, que es psicopedagoga, un estudio que fundamentara la propuesta de cambio y los nuevos programas de trabajo hacia el sistema personalizado. Solicitaron en una de las principales escuelas de formación de educadoras de la ciudad la capacitación necesaria para sus propias educadoras y me buscaron para que les asesorara primero en la selección y les vendiera después los materiales didácticos que necesitaban.

La coordinadora del preescolar conocía mis servicios porque con anterioridad realicé dos exhibiciones de los productos para las maestras y les vendí (a ellas en forma particular no a la escuela) juguetes y material didáctico.

Me reuní a finales del mes de mayo con la coordinadora y la psicopedagoga, revisamos en dos sesiones: los programas de

trabajo para cada grado, seleccionamos los materiales de apoyo, didácticos y juguetes que servirían para realizar las actividades que les permitieran alcanzar los nuevos objetivos que se proponían. Cuantificamos el número de productos necesarios para los niños y niñas de los cuatro o cinco salones de cada grado; cuáles materiales requerían para cada salón, cuáles para cada niño(a), cuáles podrían dividirse y cuáles rotarse.

Posteriormente ellas integraron una propuesta completa y me pidieron que cotizara todos los materiales que necesitarían. Algunos de los productos no los vendía, por lo que tuve que ir a buscar en diferentes comercios (mercerías, tiendas de música, de plásticos) y servicios (costurera, carpintero), el costo de los mismos a fin de presentar un presupuesto global.

Entregué a la directora del colegio Las Aureolas el presupuesto antes de que terminara el ciclo escolar 95-96.

Durante las vacaciones me informaron sobre su aprobación, así que procedí con rapidez para integrar todo el pedido, de manera que las educadoras tuvieran los materiales cuando recibieran el curso de capacitación en la metodología de educación personalizada, previo al inicio del periodo escolar 96-97.

Realicé tres visitas posteriores para: entregar un nuevo material, cambiar otro que no reunió los requisitos y para verificar si habían tenido algún problema o necesitaban algo más.

- **Objetivos del preescolar**

De la Revisión del Programa Académico,¹⁷ estudio en el cual se fundamentaron las modificaciones del nuevo enfoque metodológico del sistema educativo en el preescolar del colegio Las Aureolas, transcribiré a continuación los objetivos generales y de cada área que formularon para posteriormente describir el listado del material seleccionado.

Conceptos base:

Niño preescolar: ser desarrollado que presenta características físicas, psicológicas y sociales propias. Su personalidad se encuentra en proceso de construcción, posee una historia individual y social, producto de relaciones que establece con su familia y miembros de la comunidad en que se vive.

Los maestros mantendrán un buen canal de comunicación con los niños para que logren expresarse considerando esta libertad de expresión como elemento fundamental de todo programa escolar.

Objetivos:

- Que el niño se pueda reconocer a sí mismo como persona distinta y al mismo tiempo igual a otros.
- Que desarrolle la autonomía experimentando distintas oportunidades para valerse por sí mismo, hablar, decidir, opinar.

- Que desarrolle una relación con la vida, cuidado por el mismo y la naturaleza.
- Que desarrolle la socialización que se da con las relaciones humanas.
- Que desarrolle su expresión a través de los distintos lenguajes: hablado, escrito, corporal, gestual, gráfico, plástico, pensamiento (lógico-matemático).
- Que logre un desarrollo perceptual, motriz, cognitivo, del lenguaje, afectivo y social, de acuerdo a su madurez.

Esto último se desglosa en los objetivos correspondientes a cada una de las cinco áreas mencionadas:

Area perceptual:

Que el niño (a) logre un desarrollo progresivo en cada una de las habilidades siguientes:

Area perceptual visual

- **Discriminación visual:** Establecer semejanzas y diferencias.
- **Cierre visual:** percibir completas figuras incompletas.
- **Posición espacial:** Diferenciar posiciones en el espacio.
- **Constancia de forma:** Distinguir figuras geométricas, tamaño, color, posición, grosor.
- **Relaciones espaciales:** Analizar y copiar patrones.
- **Figura-fondo:** distinguir una figura en un fondo.
- **Memoria visual:** recordar, evocar, retener imágenes.
- **Coordinación visomotora:** Coordinar las partes del cuerpo.

Area perceptual auditiva.

- **Discriminación de sonidos:** Diferenciar y recordar sonidos.
- **Asociación:** Reconocer sonidos semejantes y unirlos.
- **Memoria:** Recordar, evocar información.
- **Campos semánticos:** Asociar palabras por su significado.

Area perceptual táctil.

- **Discriminación de texturas:** Reconocer semejanzas, separar y diferenciar una textura de otra.
- **Recepción:** dar significado a estímulos táctiles.

Area motora.

Area motora gruesa

- **Actividades básicas:** caminar, correr, saltar, trepar, equilibrio estático, inhibición del movimiento.
- **Esquema corporal:** ubicación de las partes del cuerpo humano.
- **Lateralidad:** Concepto de izquierda y derecha en sí mismo, en otros y en objetos externos.
- **Ubicación espacial:** aquí, allá, arriba, abajo, izquierda, derecha.

Area motora fina

- **Destreza manual:** precisión y calidad de movimientos de manos al manipular, pegar, raspar, recortar, arrugar.
- **Movimientos digitales:** Movimientos con dedos y control de ellos.
- **Trazos:** en un espacio amplio y en un espacio reducido.

Area cognoscitiva

- **Atención:** focalización perceptiva.
- **Formación de conceptos:** abstraer características físicas, funcionales, asociativas, semejanzas, diferencias, opuestos.
- **Memoria:** de corto y largo plazos.
- **Análisis:** separar y distinguir.
- **Síntesis:** componer e integrar.
- **Planeación:** prever pasos.
- **Anticipación:** antes y después.
- **Clasificación:** seleccionar por cualidades o cantidades.

Area del lenguaje

- **El desarrollo del lenguaje es una muestra del desarrollo de la inteligencia.** Conforme mayor lenguaje, el niño razona y piensa más.
- **Seriación:** hechos secuenciados.
- **Conservación:** uso y ampliación de vocabulario. Memorizar rimas, canciones.
- **Noción temporal:** antes, después, ahora.
- **Noción espacial:** ubicación en el espacio, aquí, allá....
- **Noción personal:** identidad, de si mismo.

Area afectivo-social

- Respeto por si mismo y su trabajo.
- Respeto a los demás niños.
- Convivencia con los compañeros.
- Participación en actividades extraescolares.
- Expresión ordenada de sus sentimientos y emociones.

- Relación de material didáctico

Con base en los anteriores objetivos se seleccionó el siguiente material para completar el equipamiento de los dos primeros grados del preescolar:

Maternal (3 a 4 años)

- Area de motricidad fina.

12 jarras de plástico con pico de 1.5 lts.

20 vasos de plástico chicos, medianos y grandes.

32 tazones hondos de plástico de 20 x 20 cms. y 10 cm. de hondo.

16 esponjas gruesas de 15 cms. de largo.

32 goteros.

8 paquetes de pinzas para ropa, de colores.

4 tablas con tornillos y tuercas.

20 ralladores de queso de plástico.

20 cucharas soperas de metal.

30 cañas para pescar.

4 espejos de 1.5 x 0.5 cms.

- 16 cuadros de tela de 20 x 20 cms. de cada figura marcados con zig-zag, según muestrario.
- 20 charolas de plástico de 25 x 20 cms.
- 40 charolas de plástico de 30 x 25 cms.
- 20 charolas de plástico de 35 x 30 cms.
- 50 franelas de 50 x 50 cms.
- 2,000 pijas de colores, de plástico.
- 4 juegos de cuentas de plástico grandes para ensartar.
- 4 madejas de hilo de cáñamo grueso.
- 1 juego de gusano de plástico para ensartar.

- **Area lógico matemática (cognoscitiva)**

- 1,000 pelotitas de hule espuma de 4 colores.
- 1 juego de dominó de verduras de plástico rígido.
- 1 juego de dominó de frutas de plástico rígido.
- 1 juego de dominó de animales de plástico rígido.
- 1 juego de dominó de figuras geométricas.
- 4 juegos de pijas grandes con tablero, en plástico.
- 4 juegos de material de construcción en madera: cubos y prismas rectangulares.
- 8 juegos de resaque con pijas en madera: niño, niña, frutas, verduras, figuras geométricas y transportes.
- 2 juegos de resaque con pijas: granja y zoológico.
- 1 juego de encaje de círculos por tamaños.
- 1 juego de encaje de cuadrados por tamaños.
- 1 juego de encaje de figuras geométricas.
- 4 juegos de encaje de volumen: pirámides.
- 4 juegos de torre rosa.
- 1 tablero de plástico rígido con figuras geométricas decrecientes.

- 3 juegos de rompecabezas de secuencia (gallina, mariposa, familia).**
- 2 juegos de rompecabezas de tamaño (casa y perro).**
- 4 juegos de bloques lógicos.**
- 4 rompecabezas de 4 piezas.**
- 4 rompecabezas de 8 piezas.**
- 4 rompecabezas de 12 piezas.**
- 2 juegos de encaje de números de 1 a 10 con el símbolo y pijas según la cantidad.**

- **Area de lenguaje**

- 2 juegos de secuencias de plástico con 3 pasos.**
- 1 juego de 12 tarjetas plastificadas: igual o diferente.**
- 1 juego de lotería plastificada sobre colores y formas geométricas.**
- 4 juegos de analogías (loterías).**
- 1 juego de rompecabezas de plástico de opuestos.**
- 1 juego de rompecabezas de asociación lógica.**

- **Area de percepción auditiva.**

- 1 cassette de sonidos clasificados por temas.**
- 4 campanas grandes.**
- 4 campanas chicas.**
- 8 cassettes nuevos de 90 minutos.**

- **Area de motricidad gruesa.**

64 pelotas de 15 cms. de diámetro.

105 aros de 50 cm. de diámetro de plástico.

105 paliacates de algodón de colores.

105 costalitos de tela de 15 x 15 cms. rellenos.

Kinder (4 a 5 años)

- **Area lógico-matemática (cognoscitiva)**

1000 pelotitas de hule espuma de 4 colores.

5 juegos de encajes de pirámides de cubos de madera.

5 juegos de encajes de prismas triangulares de madera.

5 juegos de encajes de bloques de madera.

5 rompecabezas de 12 piezas.

5 rompecabezas de 15 piezas.

5 rompecabezas de cubo grande con 6 imágenes.

5 rompecabezas de números 1 a 25 con símbolos y conjuntos de objetos.

2500 pijas de plástico en colores.

140 tableros de madera para pijas.

- **Area de lenguaje**

1 juego de secuencias (cuenta una historia) con 5 pasos.

2 juego de secuencias (alimentos) con 4 pasos.

3 juegos de opuestos en plástico.

5 láminas plastificadas rayadas.

**5 láminas plastificadas de cuadro grande.
1000 micas tamaño carta transparentes.**

• Area de percepción auditiva

**5 campanas grandes.
5 campanas chicas.
5 juegos de claves.
10 cassettes nuevos de 90 minutos.**

• Area de motricidad gruesa.

**5 espejos de 1.50 x .50 mts.
87 pelotas chicas de 10 a 15 cm. de diámetro.
175 paliacates con tela de algodón de colores.
105 costalitos de 15 x 15 cms. de tela, rellenos.**

Notas

- 11) cfr., SANCHEZ DE ANTUÑANO, J., op.cit., p. 47-48.
- 12) STANTON, W., et. al., Fundamentos de Mercadotecnia, prólogo.
- 13) Ibidem., p. 485-487.
- 14) BROOM, H., op.cit., p. 451.
- 15) Ibidem., p. 450.
- 16) cfr., STANTON, W., op. cit., p. 490-493.
- 17) SANCHEZ, Herrera, L., Revisión del programa académico, p.1-15

II. VALORACION CRITICA.

Valorar las acciones que hacemos nos permite sintetizar los elementos significativos para incorporarlos, hacerlos propios y así

-por lo aprendido- modificar nuestra conducta, acción, idea o valor.

Esta revisión del proceso de venta y de la asesoría realizadas me lleva a conclusiones valiosas para enriquecer y/o modificar el trabajo cotidiano y para sistematizar en este informe la acción pedagógica ofrecida en el colegio Las Aureolas. Primero evaluaré la estrategia de ventas y posteriormente el contexto metodológico de la selección de los materiales.

II.1 Fundamentación de la crítica.

Analice el proceso de venta de materiales de acuerdo con la descripción de la estrategia presentada en el primer capítulo y los elementos didácticos relacionados con dicha estrategia. Los siguientes son los resultados obtenidos:

**Elementos
didácticos**

**Estrategia de
ventas**

Diagnóstico

Contenido: Conozco los productos que ofrezco, qué sus características y posibilidades, así como el mercado y la competencia de los mismos en la ciudad de León.

Sin embargo, los materiales complementarios que debí seleccionar o mandar a hacer no los manejaba y conseguirlos significó una gran cantidad de tiempo y esfuerzo, que proporcionalmente no se reflejó en la ganancia.

Planeación

Objetivos: Los objetivos de la venta fueron:
para qué satisfacer las necesidades de material didáctico del colegio. Lograr una venta considerable de productos. Obtener una ganancia significativa.

Aparentemente los tres objetivos se cumplieron, pero la ganancia real fue menor, considerando el tiempo y esfuerzo invertido para proporcionar materiales distintos a los que ofrezco. Esto se dio por anteponer el objetivo de servicio al de la venta; lo cual es necesario invertir, sin que por ello disminuya la calidad del servicio en torno a la venta de los productos porque vender es un servicio comercial no es asistencialista.

Educando: El perfil del cliente estaba bien
quién definido: el colegio Las Aureolas es una escuela grande (con cuatro o

cinco grupos de 30 a 40 niños por grado), con características socioeconómicas de clase alta o media alta, con enseñanza bilingüe (español e inglés), metodología de enseñanza fundamentalmente expositiva, con prestigio y liderazgo en la ciudad.

Metodología: Las técnicas de venta fueron:
cómo primero ofrecer el servicio de asesoría pedagógica para seleccionar el material didáctico conveniente y posteriormente (por el servicio prestado) lograr la venta. Desde el punto de vista mercadotécnico, debía haber asegurado la venta antes o al dar el servicio, pero la decisión de compra la toma la directora, no la coordinadora del preescolar.

El análisis pedagógico del servicio prestado lo realizaré en el apartado II.1.1.

Recursos: Los recursos para seleccionar los con qué materiales fueron: la "Revisión del Programa Académico", documento interno mencionado con anterioridad; la relación de materiales necesarios para el curso de capacitación; los catálogos descriptivos de los productos que vendo; así como un muestrario de los mismos.

Tiempo: cuándo Las sesiones para seleccionar el material didáctico fueron tres y posteriormente hubo varias llamadas telefónicas complementarias.

Lugar: dónde Se llevó a cabo en el colegio Las Aureolas, en pequeñas salas de juntas y en la sala de maestros.

Ejecución:

Esta parte del proceso de venta la llevé a cabo simultáneamente con la asesoría al seleccionar los materiales. Sin embargo, el cierre de la venta fue realizado al presentar los presupuestos a la directora, quien tomó la decisión de compra sabiendo que había un proceso previo y concluido de determinación de las necesidades de esos productos y un descuento debido a la cantidad de los mismos.

Entregué la mercancía y posteriormente cobré.

Evaluación

Para verificar el resultado del servicio realice visitas e incluso cambié un

material que no reunía todos los requisitos. Este análisis que acabo de presentar también me servirá para llevar a cabo una mejor planeación y control en procesos de venta posteriores.

II.1.1. Valoración pedagógica de la venta de material didáctico al colegio Las Aureolas.

Después de evaluar la acción desde el ángulo mercadotécnico de la estrategia de ventas, presentaré a continuación el ángulo pedagógico del análisis de la metodología que debió sustentar la selección de los materiales. Me refiero a debió, puesto que realmente hubo un proceso intuitivo (válido pero insuficiente) más que sistemático, al determinar la elección.

La intuición es producto de la experiencia de trabajo: en el caso de la coordinadora y la psicopedagoga, es el resultado de varios años de organizar las actividades de los niños (as), en mi caso viene del conocimiento de los materiales, sus posibilidades de uso y los comentarios obtenidos en otras escuelas sobre la aplicación de los mismos. Esta experiencia analizada con base en los elementos que se manejan en el proceso de creatividad,¹⁸ nos lleva a considerar que utilizamos, al seleccionar los materiales, principalmente el hemisferio derecho del cerebro, que es el encargado del pensamiento lateral (generativo y provocativo), de las percepciones espaciales, no temporales, sintéticas y más bien intuitivas. Nos faltó el sustento metodológico que sería el trabajo del hemisferio cerebral izquierdo responsable del pensamiento vertical (selectivo y analítico), el cual se comporta en forma lógica, verbal, temporal, analítica y concreta. Es decir, la información que llega a nuestro cerebro es procesada de manera distinta por cada hemisferio, el cuerpo caloso que une los hemisferios se encarga de la comunicación entre ambos para que actuemos y nos comportemos como una unidad;¹⁹ sin embargo en las manifestaciones de nuestra vida cotidiana predomina el uso de

uno de los hemisferios y esto podemos observarlo al analizar la forma de resolver lo que se nos presenta cada día.

Desarrollé este tema como preámbulo de la importancia del cambio metodológico realizado en el preescolar del colegio Las Aureolas, porque esa modificación se fundamentó mas que en un objetivo pedagógico, en que están "de moda" los sistemas de trabajo activo en el jardín de niños, principalmente el método Montessori y el de educación personalizada de Pierre Faure lo cual hace que las madres de familia busquen para sus niños y niñas un preescolar con esas características.

En estos sistemas educativos lo importante no es la cantidad de conocimientos que el niño(a) "debe saber", ni se le hace memorizar lo que probablemente no le será útil en su vida futura, porque entonces habría un "aprendizaje no significativo, sin interés, por coerción, dispuesto a olvidar en cuanto cese la coerción; en realidad no tiene importancia para el sujeto y por ello no se internaliza, cae en el olvido"²⁰. Aucouturier y Lapierre consideran el olvido o bloqueo como un mecanismo de defensa que ayuda a mantener el equilibrio y la salud mental²¹.

Por el contrario, cuando el aprendizaje es significativo, la motivación proviene del interior de la persona o del asunto mismo, el estudiante capta no solo el significado objetivo de una explicación, de una lectura o de una conducta, sino que, además capta la relación estrecha de ese contenido con su propio mundo de experiencias e intereses personales²². Estará en capacidad de utilizar su potencial creativo, desarrollando habilidades de ambos hemisferios, de su cerebro completo. En este caso el estudiante tendrá la posibilidad de expresarse mejor, de adaptarse a los cambios y dar respuesta a los retos que se le presenten.

Pierre Faure dice que el hombre por su naturaleza se realiza "en" y "por" su creación.²³

María Montessori encontró que el desarrollo de la creatividad, las características sociales y afectivas del niño dependen también de su crecimiento cognoscitivo, en la interacción con un medio ambiente preparado. De ahí la importancia que da al espacio y a los materiales que utilizan los niños (as).²⁴

Debemos encontrar la forma de elaborar programas escolares equilibrados, con actividades diseñadas para desarrollar las habilidades cognoscitivas e intelectuales; pero, asimismo, debemos diseñar actividades que sean un reto para las habilidades expresivas del hemisferio cerebral derecho. Una programación equilibrada es aquella en la cual se toman en cuenta las necesidades del alumno en las áreas afectivo-expresivas y en las cognoscitivas.²⁵

El cambio en la forma de trabajo del preescolar de Las Aureolas, se enfoca hacia un aprendizaje significativo, integral y creativo para los niños (as). La metodología que siguen retoma planteamientos de la educación personalizada de Pierre Faure y del método Montessori, sin llegar a una aplicación completa o estricta de uno u otro sistema.

A continuación presentaré los principios básicos de ambas metodologías, y las características de los materiales que utilizan, para posteriormente relacionarlas con las características de los materiales adquiridos para equipar la sección preescolar del colegio.

- **Características metodológicas**

La relación entre el método de María Montessori y la pedagogía personalista de Pierre Faure se da a través de Mme. Lubienska de Lenval, quien en 1920 trabajó con Montessori y a partir de 1940 con Faure.

Los antecedentes más inmediatos de la pedagogía personalista de Faure son: su formación como sacerdote jesuita, Itard, Séguin, Montessori y Lubienska. Su relación con Piaget; así como como el movimiento educativo de la escuela Nueva Francesa.

Itard, Séguin y Montessori (médicos los tres) se ocuparon de niños deficientes mentales antes de hacer que los niños normales se aprovecharan de sus observaciones. Los dos primeros estudiaron el funcionamiento psicológico de la inteligencia expresado por el aparato motor. Elaboraron material didáctico para que el niño desarrollara la memoria muscular de las formas y adquiriera una apreciación experimental de dimensiones, pesos y volumen de los objetos: educación fisiológica.²⁶

El mismo Faure describe el trabajo que María Montessori desarrolló (después de trabajar con niños deficientes mentales) como: "Una pedagogía para niños normales, que tituló como Pedagogía Científica. Para cada grado y materia de enseñanza revisó, desarrollo y adoptó a las diversas edades el material didáctico de Séguin y de Bourneville. Este material asegura la precisión y la individualización de lo adquirido, la auto-corrección de los ejercicios y su progresión objetiva. Esta pedagogía supone un doble esfuerzo: uno de orden psicológico, para orientar el desarrollo del niño en cada una de sus fases

hacia el progreso de que es capaz; y otro de orden didáctico, para ordenar de forma progresiva las nociones a enseñar y traspasarlas a ejercicios progresivos que puedan conducir al espíritu, partiendo del conjunto global y concreto de las nociones, por medio de análisis, clasificación y síntesis, hasta llegar a su generalización y formulación abstracta. Este es el sentido y alcance, a menudo desconocidos, del material y de la simbología montessoriana".²⁷

Principios para la determinación de los materiales Montessori²⁸ :

- **La dificultad o el error que el niño debe descubrir y comprender debe estar aislado en una sola pieza de material.**
- **Los materiales progresan de un diseño y uso sencillo a otro más complejo.**
- **Preparan al niño indirectamente para un futuro aprendizaje.**
- **Comienzan como expresiones concretas de una idea y se convierten gradualmente en representaciones cada vez más abstractas.**
- **Están diseñados para la autoeducación y el control de error radica más en los materiales en sí que en la maestra (guía).**
- **Están diseñados específicamente para estimular la creatividad.**

"Los materiales están divididos en cuatro categorías:

- a) Los ejercicios de la vida cotidiana que involucran el cuidado físico de la persona y el medio ambiente.**
- b) Los materiales sensoriales.**
- c) Los materiales académicos.**
- d) Los materiales culturales y artísticos".²⁹**

Los materiales se presentan a través de la "la lección en tres tiempos:

- Una presentación o descubrimiento de la noción a adquirir: "esto es...". Este es el primer tiempo.
- El segundo tiempo consiste en encontrar la noción entre varias. Para ayudarle hay que ejercitar y ayudar a la memoria: "muéstreme"....(y se le nombra).
- El tercer tiempo, distinto de los otros dos, consiste en hacer que el niño sin ayuda encuentre de nuevo la noción: "¿qué es esto?". Solo en este tiempo tiene lugar la asimilación. Es el tiempo de re-juego."³⁰

Lo anteriormente descrito son los antecedentes metodológicos y características del material Montessori. Ahora describiré las innovaciones que añade Pierre Faure para su sistema de educación personalizada:

Considera que el hombre, debido a su naturaleza trascendente está hecho para superarse, que esta trascendencia se manifiesta en su actividad creadora. Capacidad mediante la cual el hombre se construye a si mismo, su modo peculiar de ser y de vivir con un estilo propio, con iniciativa.

"Una educación es objetivamente posible en el más profundo respeto del llegar a ser de las personas, promoviendo a cada una, ayudándola a hacerse dueña y responsable de su propio desarrollo personal, social, cívico: integralmente humano".³¹

Con base en estos conceptos de persona, la didáctica para Faure es como "un espíritu y unos instrumentos de trabajo", que busca menos la concreción de formas o modos de trabajo y más la creación de un ambiente favorable para hacer posible la expansión total de la persona.³² Supone la actividad personal del alumno e implica igualmente la posibilidad de control de esa actividad, a través de programas, planes, instrumentos de

trabajo. Los maestros (as) necesitan conocer su alcance educativo y manejar bien los instrumentos antes de presentárselos a los niños (as).

Características de los instrumentos de trabajo³³:

- a) Que permitan una actividad intelectual.
- b) Que permitan un movimiento mental y corporal ordenado, que lleve al alumno (a) a la adquisición del saber mediante el equilibrio. Deben presentar una progresión en su utilización.
- c) Que enseñen al alumno (a) a usar las cosas de un modo normal: mediante el buen uso de las mismas y el aprendizaje de hábitos.
- d) Que estén orientados a lograr en el niño la coordinación de movimientos (interior y exteriormente) y como consecuencia o exigencia, el dominio de sí.
- e) Es necesaria la responsabilidad y colaboración del propio alumno para no dejar la obra sin terminar, hasta haber concluido lo que eligió podrá emprender algo nuevo.
- f) Que ofrezcan una progresión en el trabajo, una continuidad en el hacer y en el aprender, evitando caer en la rutina de la repetición.
- g) Que ofrezcan la posibilidad de controlar el error.

Clases de instrumentos

- La programación.
- Los planes de trabajo.
- Las directrices o guías de trabajo.

- La biblioteca.
- El material manipulativo y de síntesis.
- Los medios de control.
- Los medios de expresión.
- Instrumentos de educación sensorial.

La relación no es exhaustiva, pueden incluirse todos los instrumentos de trabajo que ayuden a personalizar en educación, siempre y cuando hayan sido probadas sus características y su eficacia.

Antes de valorar si los materiales seleccionados para el colegio Las Aureolas responden a las características que los anteriores enfoques metodológicos plantean, tomaré como definición de material didáctico la de Ferrández, Sarramona y Tarín³⁴:

“ Entendemos por material didáctico los soportes materiales en los cuales se presentan los contenidos y sobre los cuales se realizan las distintas actividades”.

- **Resultados**

De acuerdo con los criterios de Montessori, el material seleccionado para los ejercicios de la vida cotidiana (la mayor parte de lo seleccionado para el área de motricidad fina en la Relación de material didáctico) sí responden a los requisitos que plantea la metodología.

El material de las demás áreas se adecúa a los requisitos aunque no estrictamente, porque varios de ellos pueden ser utilizados para diferentes aprendizajes, no aislan una sola variable o dificultad, pero sí responden a las demás características y a los objetivos de aprendizaje de cada una de las áreas.

En ese aspecto, coinciden más con los criterios de Faure, que son menos estrictos en cuanto al diseño de los materiales y su aplicación, pues se enfocan más al uso de los instrumentos como elementos para educar a cada persona.

Algunos de los materiales no contienen en sí mismos el control del error, esto dependerá del uso que haga de ellos la maestra y será ella quien delimite el error.

Finalmente, de acuerdo con la definición de Ferrández, Sarramona y Tarín, los productos vendidos sí corresponden todos a la categoría de material didáctico y son útiles para un proceso de enseñanza-aprendizaje activo en el preescolar.

II.2 Propuesta de solución

A partir del análisis y sistematización que realicé considero necesario complementar, junto con la coordinadora del preescolar, el equipamiento de material didáctico, puesto que debe haber resultado insuficiente para lograr el desarrollo de todas las habilidades planteadas en la Revisión del Programa Académico, documento en el que sustentaron el cambio metodológico.

Al llevar a cabo la nueva selección podremos conjuntar: La experiencia de trabajo que han tenido durante este año escolar en el colegio, con los resultados de este informe y con los criterios precisos para determinar el tipo de material útil y adecuado para lograr los objetivos de aprendizaje de un programa académico mejor sustentado metodológicamente.

Los formatos siguientes son una guía para seleccionar el material de manera ordenada y completa, de acuerdo con el sistema de aprendizaje y los programas de cada escuela.

Presento a continuación un ejemplo de formato por cada área de desarrollo.

Formato para seleccionar material didáctico

Grado escolar _____ Número de alumnos _____

Objetivos por áreas	Habilidades a desarrollar	Material didáctico	Características del material	Control de error	Cantidades de material
Area del lenguaje Senación	Describir una secuencia de hechos de por lo menos tres pasos.	Juego de tarjetas cuenta una historia	10 secuencias de 6 tarjetas de cartón cada una para seleccionar tres con relación lógica y describirlas	Por la maestra	1 juego por cada 20 niños
		Juego de tarjetas de elaboración de alimentos	Juego de baraja de cartulina para obtener una secuencia de 4 tarjetas del mismo alimento y ordenar el proceso correctamente	Por la maestra	1 juego por cada 6 niños
		Juego "el lápiz mágico"	Tarjetas sensibles a un lápiz con punta eléctrica (funciona con pilas) y facilita o omite según sea la respuesta	Por el material	1 tarjeta por niño
		Titeres	Titeres digitales de tela o "Dedikos de plástico" para que cada niño cuente una historia.	por la maestra	1 titero por niño

Formato para seleccionar material didáctico

Grado escolar _____ Número de alumnos _____

Objetivos por áreas	Habilidades a desarrollar	Material didáctico	Características del material	Control de error	Cantidades de material
Área cognoscitiva Formación de conceptos	Relacionar objetos semejantes por alguna característica común o por su imagen	Pelotas de colores	Pelotas pequeñas de hule espuma de 4 colores para clasificarlas por color	En el material	10 pelotas por cada 10 niños
		Dominó de animales	Dominó en plástico rígido con figuras de animales para relacionarlas (28 fichas)	Por la maestra	1 juego por 4 niños
		Juego de bloques lógicos	Figuras geométricas en plástico con 3 características para relacionarlas por 4 colores o por 2 tamaños o por 2 grosores	Por la maestra	4 figuras por niño
		Juego de números con pijas	Caja de madera con 10 espacios de colores para encajar el número de pijas según corresponda y tapar con la tablita del número	En el material	1 caja por cada 10 niños

Formato para seleccionar material didáctico

Grado escolar _____ Número de alumnos _____

Objetivos por áreas	Habilidades a desarrollar	Material didáctico	Características del material	Control de error	Cantidades de material
Area afectivo-social Expresion respetuosa de emociones	Aprender a expresar emociones con respeto a los demas	Juego "expresiones graciosas"	Juego de tarjetas con expresiones faciales de emociones para que cada niño imite la que le tocó viéndose en el espejo	Por la maestra	1 juego por cada 30 niños
		Juego "El Reloj embrujado de la torre"	Juego de azar en carton donde en equipo y con un tiempo limite se deben meter los fantasmas en la torre	Por la maestra	1 juego por cada 10 niños
		Titeres para contar historias y teatrno	Teatrno de madera y titeres de guante en tela para contar historias a los niños	Por la maestra	1 juego para todos los niños
		Sociodramas organizados con los niños sobre temas especificos	Promover la actuación de los niños en diferentes roles sociales	Por la maestra	1 juego por cada 5 niños

**Formato para seleccionar
material didáctico**

Grado escolar _____ Número de alumnos _____

Objetivos por áreas	Habilidades a desarrollar	Material didáctico	Características del material	Control de error	Cantidades de material
Area perceptual visual					
Posición espacial	Diferenciar posiciones en el espacio arriba, abajo, izquierda, derecha, adelante, atrás	Tablero de coordenadas	Material de madera con figuras de colores para ponerlas arriba, abajo, izquierda y derecha	En el material	1 Tablero por cada 10 niños
		Tarjetas plastificadas con dibujos impresos	Tarjetas con figuras para que con plumón borrrable marquen su ubicación en el espacio	Por la maestra	1 Tarjeta por niño
		Tablero de pijas	Tablero de plástico con pijas de colores con agujeros alineados para colocarlas según posición indicada y color	por la maestra	1 Tablero por cada 10 niños
		Listones de tela de colores.	Listones para formar un tablero grande en el piso y pedir a los niños que se ubiquen en una posición	por la maestra	4 Listones de 4 metros de largo por cinco cms de ancho uno de cada color

Formato para seleccionar material didáctico

Grado escolar _____ Número de alumnos _____

Objetivos por áreas	Habilidades a desarrollar	Material didáctico	Características del material	Control de error	Cantidades de material
Area motora fina Precisión de movimientos	Desarrollar la precisión en el movimiento y control de las manos	Jarra de plástico y vasos chicos	Jarra de plástico para verter agua en vasos chicos	En el material	1 jarra por 5 niños 1 vaso por cada niño
		Pinzas para ropa.	Pinzas para que el niño las coloque sobre tela, papel y madera de 1 cm	En el material	3 pinzas por cada niño
		Cuentas de plástico grandes para ensartar e hilo de cáñamo	Cuentas de plástico de colores para ensartar con un pedazo de hilo de cáñamo y formar un collar	En el material	10 cuentas y 30 cms de hilo por niño
		Cuchara de metal y semillas de frijol en platos.	Cuchara de metal para que el niño cambie las semillas de frijol, una por una de un plato a otro.	En el material y por la maestra	1 cuchara por niño 2 platos por cada 3 niños

ESTA TEST NO DEBE SALIR DE LA INSTITUCIÓN

Notas

18) SEFCHOVICH, G., et.al.,Hacia una Pedagogía de la creatividad., p. 22-23.

19) ibidem., p. 21-23.

*El funcionamiento del cerebro ha sido investigado por diferentes científicos desde muchos años atrás, pero el doctor Roger Sperry, premio Nobel de medicina 1981, y sus colegas del Instituto Californiano de Tecnología, en los estudios sobre Psicología fisiológica, dieron indicaciones concretas sobre el funcionamiento de los hemisferios cerebrales, las habilidades que desarrolla cada uno, la importancia del cuerpo calloso para su comunicación y por ende, la necesidad de fomentar habilidades de ambos hemisferios para acrecentar al potencial creativo humano.

20) GUTIERREZ SAENZ, R., Introducción a la Didáctica., p. 23.

21) apud., SEFCHOVICH, G., op.cit., p. 16.

22) GUTIERREZ SAENZ, R., op.cit., p. 23.

23) apud., PEREIRA M. N.,Educación Personalizada., p. 45.

24) cfr., POLK LILLARD, P., Un enfoque moderno al método Montessori., p. 51.

25) SEFCHOVICH, G. op.cit., p. 68.

26) cfr., PEREIRA M. N., op.cit., p. 21-23.

27) FAURE, P., Ideas y métodos en la educación, p. 10.

28) cfr., POLK LILLARD, P., op.cit., p. 91-94.

29) ibidem., p. 100.

30) FAURE, P., op.cit., p. 144.

31) apud., PEREIRA, M. N., op.cit. p. 225

32) ibidem., p. 59.

33) cfr., ibidem., p.62-65.

34) FERRANDEZ, A. et.al., Tecnología didáctica, p. 245.

CONCLUSIONES

La labor del pedagogo tiene un campo muy vasto, dado que la educación es su objeto de estudio y que la persona tiene la posibilidad de vivir un proceso educativo permanente: en el contexto escolar de manera sistemática; en el laboral, como formación o capacitación; y en la vida cotidiana como una asesoría u orientación.

El mensaje publicitario, producto de la mercadotecnia, ha sido mejor diseñado e incide más fácilmente en la vida cotidiana y familiar, que el mensaje educativo sistemático.

Las características del maestro y el vendedor coinciden porque ambos ofrecen un bien que busca una modificación del comportamiento de la persona, sea por el aprendizaje o por la adquisición de dicho bien. Además lo hacen mediante un proceso de comunicación, la diferencia se establece en los objetivos y finalidades de cada uno.

También hay una similitud entre la planeación de los elementos didácticos y la estrategia de ventas.

Desafortunadamente encontramos muchos vendedores (as) y maestros (as) pasivos o rutinarios y pocos creativos y exitosos; a pesar de que el desarrollo de la ciencia y la tecnología les ha facilitado un cúmulo de técnicas y herramientas para mejorar su trabajo.

Un pedagogo (a) aporta a quien compra material didáctico o juguetes educativos (además del bien que ya es una herramienta

valiosa) una asesoría para resolver problemas educativos personales, escolares o terapéuticos.

El pedagogo (a) que desarrolla en sí mismo (a) las características del perfil del empresario moderno tiene grandes posibilidades de ser exitoso en su actividad profesional al conjuntar la formación académica recibida con los elementos específicos de ese perfil.

Es necesario desarrollar programas educativos que consideren las necesidades de los dos hemisferios del cerebro humano si queremos -como educadores- futuras mujeres y hombres capaces de adaptarse a los cambios y dar respuesta a los retos que la vida les presente.

Actualmente -en el medio urbano sobre todo- vivimos una época de hiperinformación, por ello es conveniente que a través de los sistemas educativos se enseñe a los alumnos (as) a seleccionar y transformar los datos para hacerlos más útiles y aprovechables, no solo a almacenarlos esperando la indicación de cuándo y cómo usarlos.

El juego, la imaginación y las preguntas son tres características del preescolar que si se fomentan mediante el sistema educativo, se estará construyendo mujeres y hombres creativos, con capacidad de respuesta a los retos del mañana.

Los materiales didácticos y los juguetes educativos son herramientas que facilitan la individualización de la enseñanza, la comunicación con los alumnos (as), el desarrollo de habilidades creativas y el aprendizaje significativo.

BIBLIOGRAFIA

- BERMEJO, Manuel, et.al., La Creación de la empresa propia, Mc Graw-Hill, España, 1994, 209 pags.
- BROOM, H. y Logenecker, J., Administración de negocios, Compañía Editorial Continental, México, 1977, 800 pags.
- CORRAL, Isabel, et.al., Desarrollo de material educativo para el sistema Montessori, Tesina, Universidad Iberoamericana, México, 1984, 65 pags.
- DIEZ, M. Nieves y Reynoso, Alicia, Adaptación del material Montessori a programas curriculares para niños con retardo en el desarrollo, tesis, Universidad Iberoamericana, México, 1984, 183 pags.
- FAURE, Pierre, Ideas y Métodos en la educación, Narcea, S.A. de ediciones, Madrid, 1972, 207pags.
- FERRANDEZ, Adalberto, et.al., Tecnología didáctica, Ediciones CEAC, España, 1993, 349 pags.
- GARCIA HOZ, Víctor, Principios de Pedagogía sistemática, Ediciones Rialp, Madrid, 1974, 558 pags.
- GUTIERREZ SAENZ, Raúl, Introducción a la didáctica, Ed. Esfinge México, 1980, 239 pags.
- MIALARET, Gastón, et.al., Psicología de la educación, vol. II en Tratado de Ciencias Pedagógicas, Ed. Oikos-tau, España, 1975, 181 pags.

- MONTESSORI, María, El niño, el secreto de la infancia, Ed. Diana, México, 1982, 338 pags.
- PEREIRA, Ma. Nieves, Educación personalizada, Ed. Trillas, México, 1981, 268 pags.
- POLK LILLARD, Paula, Un enfoque moderno al método Montessori, Ed. Diana México, 1982, 214 pags.
- SANCHEZ DE ANTUÑANO, Jorge, La mercadotecnia como proceso educativo no formal, UAM Azcapotzalco, México, 1983, 85 pags.
- SANCHEZ HERRERA, Lourdes, Revisión del programa académico, León, 1996, 41 pags. documento interno.
- SEFCHOVICH, Galia y WAISBURD, Gilda, Hacia una pedagogía de la creatividad, Ed. Trillas, México, 1987, 131 pags.
- STANTON, William y FUTRELL, Charles, Fundamentos de mercadotecnia, Mc Graw-Hill, México, 1990, 732 pags.
- TUCK, Mary, ¿Cómo elegimos?, estudio de la conducta del consumidor, Ediciones CEAC, Barcelona, 1981, 136 pags.
- UNICEF-PROCEP, Mi niño de 0 a 6 años, Equipo editor, México, 1988, 117 pags.
- UNICEF-PROCEP, El niño preescolar en programas de educación no formal, Equipo editor, México, 1989, 132 pags.
- WRIGHT, Harold, La guía de los pequeños negocios, Mc Graw-Hill, México, 1994, 243 pags.