

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

Propuesta de curso de capacitación como consultor empresarial

Informe Técnico De Residencias Profesionales

Que para obtener el título de
Licenciatura en Administración
Con la especialidad en
Negocios internacionales

Presentan

Samuel Osiris González Macías
Emmanuel Aram Lorenzo Cardenas

MATRÍCULA:

201720168

201820563

Asesor Interno

M. en I. Socorro Fragoso Díaz

Coacalco de Berriozábal, Mayo/ 2024

RESUMEN

Como producto de las constantes necesidades de crecimiento y desarrollo de las organizaciones, los negocios o firmas dedicados a ofrecer apoyo a las empresas mediante servicios de consultoría han sufrido un mayor auge en los últimos tiempos, esto se debe, a que los mismos mediante su efectiva intervención se suministran recursos y herramientas a las organizaciones, para cumplir de forma eficaz sus objetivos y mantenerse competitivos, y para nosotros es algo que queremos seguir apoyando creando un curso de capacitación enfocado en ayudar como consultores empresariales.

El presente trabajo tiene como objetivo caracterizar el liderazgo en el ámbito empresarial dentro del contexto del desarrollo humano. Se hace una identificación de los referentes tópicos que se desglosan, los cuales se analizan y se relacionan mediante una presentación crítica en el marco teórico, como resultado del trabajo; se dan conclusiones y recomendaciones y un análisis personal.

En el análisis de cada uno de los elementos en que se desenvuelve la empresa, la responsabilidad demostrada, los tipos de liderazgo, los cuales no se puede analizar solo en el entorno del trabajo asignado, sino que se debe hacer en todo su contexto. Así como el trabajo en equipo de alto rendimiento, finalmente la creatividad y solución de problemas, para las organizaciones es relevante el enfoque de desarrollo humano, de ahí la necesidad de inversión en el talento humano, para favorecer la calidad de vida, las habilidades y el trabajo organizacional en las organizaciones.

El módulo tiene como objetivo adquirir nuevos conocimientos o habilidades durante el desarrollo del mismo. Identificando cada segmento para realizar una buena propuesta para la empresa que quiera mejorar cada área administrativa.

Así como el análisis total de la empresa para saber que se puede innovar o dar un cambio de dirección en el proceso del módulo, entre otros temas, como;

- Valoración /diagnóstico de situación actual.
- Identificación de puntos de mejora.
- Identificación y priorización de acciones concretas de mejora.
- Temporalización y asignación de responsabilidades.
- Análisis de riesgos.

ÍNDICE

CAPÍTULO I.

RESUMEN	1
GENERALIDADES DEL PROYECTO	8
INTRODUCCIÓN	9
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	11
MISIÓN, VISIÓN, FILOSOFIA Y/O VALORES	13
BREVE HISTORIA DE LA EMPRESA	15
ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL	16
DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	17
ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO	18
PROBLEMA A RESOLVER	19
OBJETIVOS	21
JUSTIFICACIÓN	22
MARCO TEÓRICO	23
LIDERAZGO	24
ACCOUNTABILITY	25
PRINCIPIO DE OZ	26
TIPOS DE LIDERAZGO	27
EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO	29
COACHING	33
CREATIVIDAD Y SOLUCION DE PROBLEMAS	34
FORMACIÓN INTEGRAL COMO CONSULTOR EMPRESARIAL	35
INMERSIÓN Y VALIDACIÓN (IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DENTRO DE CUALQUIER EMPRESA)	35
IMPORTANCIA DE LA IDENTIFICACIÓN DE UN PROBLEMA COMO CONSULTOR	36
IDENTIFICACIÓN COMO CONSULTOR DE LOS DIFERENTES PROBLEMAS DENTRO DE UNA EMPRESA	36
PERSONAS FISICAS Y MORALES	37
PROCESO DE INMERSIÓN	38
PROCESO DE INMERSIÓN (SE BASA EN 3 CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES QUE SON HECHOS, HIPÓTESIS DEL CLIENTE, HIPÓTESIS DEL CLIENTE)	38
PROCESO DE VALIDACIÓN	39
PROPUESTA DE VALOR	39

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

DESARROLLO DE CLIENTES VS DESARROLLO DE PRODUCTOS	40
APORTACIÓN DEL VALOR	40
3 ELEMENTOS QUE APORTAN VALOR A UNA EMPRESA	41
INNOVACIÓN DE LA PROPUESTA	41
EL CONSULTOR EMPRESARIAL INNOVADOR	41
PROPUESTA DE VALOR: CLIENTES FELICES	42
LA PROPUESTA DE VALOR ES BENEFICIO + LA SOLUCIÓN	42
MODELO CANVAS	43
DESARROLLO	46
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	47
DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO	48
ETAPA1: EVALUACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN	48
ETAPA 2: DISEÑO DE TEMAS Y PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	49
PRIMERA ENCUESTA DE FORMA INDIVIDUAL DIRIGIDA A CADA PARTICIPANTE	50
SEGUNDA ENCUESTA DIRIGIDA A TODA LA EMPRESA Objetivo de la encuesta B	51
Introducción	52
1. Liderazgo	53
1.1 Componentes básicos personales	53
1.2 Ser jefe o líder	53
1.3 Desarrollo de habilidades como líder	55
2 Coaching empresarial	56
2.1 Manejo de grupos	56
3 Solución de problemas y creatividad	57
3.1 El conflicto	58
3.2 Estilos de enfrentamiento	59
3.3 Comunicación	59
3.4 Asertividad	60
3.5 Creatividad al resolver un problema	61
Etapa 3: Evaluación del programa de capacitación	62
Etapa 4: Medición de los resultados	63
Recolección y Análisis de datos	64
Material de Apoyo	65
PROGRAMA DE CAPACITACION DE WORKSHOP	69
DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO	69

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

DISEÑO DE TEMAS DE TEMAS Y PROGEMA DE CAPACITACIÓN	70
1. Evaluación Integral	70
2 Propuesta de Valor	74
3 Modelo Canvas	76
Evaluación del programa de capacitación	81
Medición de resultados	81
Material de Apoyo	82
	82
	82
RESULTADOS	86
CONCLUSIONES	88
COMPETENCIAS DESARROLLADAS	91
FUENTES DE INFORMACIÓN	92
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Figuras

Figura 1.	Mapa de Tesco	10
Figura 2.	Organigrama Institucional del TESCo	16
Figura 3.	Estructura organizacional donde se realizó la residencia	17
Figura 4.	Estructura organizacional de Jefatura de LAM e IGE	18
Figura 5.	Diferencias entre persona fisica y moral	31
Figura 6.	Diferencias entre desarrollo de clientes y desarrollo de productos	34

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

Figura 7.	La pirámide de Maslow: clientes felices	36
Figura 8.	Cuadro de beneficio o solución	36
Figura 9.	Actividades a realizar para curso de capacitación de liderazgo	41
Figura 10.	Tópicos	43
Figura 11.	Cuadro de instrucciones	44
Figura 12.	Encuesta individual	44
Figura 13.	Cuadro de instrucciones	45
Figura 14.	Encuesta General	45
Figura 15.	Diferencias entre un líder y un jefe	48
Figura 16.	Estilos de enfrentamiento	53
Figura 17.	Como ser creativo	56
Figura 18.	Instrucciones	57
Figura 19.	Encuesta	57
Figura 20.	Material de apoyo 1	60
Figura 21.	Material de apoyo 1.1	60
Figura 22.	Material de apoyo 1.2	61
Figura 23.	Material de apoyo 1.3	61
Figura 24.	Material de apoyo 1.4	62
Figura 25.	Material de apoyo 1.5	62
Figura 26.	Material de apoyo 1.6	63
Figura 27.	Tópicos Workshop	65

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

Figura 28.	Metodología para evaluación	66
Figura 29.	Importancia del modelo canvas	71
Figura 30.	Segmentos de clientes	72
Figura 31.	Puntos a desarrollar flujo de ingresos	74
Figura 32.	Material de apoyo Workshop 1	77
Figura 33.	Material de apoyo Workshop 1.1	77
Figura 34.	Material de apoyo Workshop 1.2	78
Figura 35.	Material de apoyo Workshop 1.3	78
Figura 36.	Material de apoyo Workshop 1.4	79
Figura 37.	Material de apoyo 1.5	79
Figura 38.	Material de apoyo 1.6	80
Figura 39.	Material de apoyo 1.7	80
Figura 40.	Cuadro de competencias	84

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a las organizaciones que están inmersas en constantes cambios debido al entorno competitivo y global en el que operan, lo que les exige ser cada vez más capaces de satisfacer las necesidades de sus grupos de interés a través de la mejora continua de sus procesos y la maximización de la productividad, la calidad y la rentabilidad según los más altos estándares. Este escenario de cambios inminentes, hace imprescindible que los colaboradores de las organizaciones se apropien de nuevos y actualizados conocimientos y prácticas que les ayuden a mantenerse a la vanguardia.

Las empresas deben ser las principales interesadas y promotoras de la formación esencial y profesional de las mismas, el impacto que este aspecto tiene en el cumplimiento de los objetivos organizacionales es importante, ya que la responsabilidad de las organizaciones en brindar la formación correcta y oportuna de sus empleados.

Esta investigación pretende proponer una propuesta de curso de capacitación como consultor empresarial dirigido a TESCo: Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. El propósito básico al que se orienta la investigación es diseñar un plan de capacitación adaptado a las necesidades de una propuesta de capacitación. Logrando a su vez establecer y analizar los beneficios que aportan su diseño e implementación, determinar los contenidos que deben considerarse para su diseño, así como determinar los pasos para su creación e imponer los métodos de valorización que se considerarán al momento de ejecutar los mismos.

Para la investigación se utilizarán como referente teórico el ciclo básico de capacitación que incluye las siguientes fases: detección de la formación integral como consultor empresarial y de liderazgo, diseño de programa de capacitación, estrategias de implementación y evaluación de los resultados.

La investigación estará compuesta por Dos capítulos, en el capítulo uno, se desarrollará el marco de teórico de la Formación integral como consultor empresarial que servirá de guía para establecer elementos como consultor empresarial, tomando en consideración los referentes establecidos por diversos autores sobre el tema, abordando dichos tópicos desde una perspectiva analítica.

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

En el capítulo dos, se plantea el Liderazgo, en el mismo se abarca la filosofía, actividades y operaciones que realiza, la metodología e instrumentos a utilizar en el estudio de la misma, incluyendo los resultados obtenidos por recopilación de datos, todo esto con el objetivo de tener un buen diagnóstico y comprobar el cumplimiento de la hipótesis de que requieren un plan de capacitación.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Nombre o razón social:

Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco (TESCo), GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO.

Ubicación:

Avenida 16 de septiembre #54.

Colonia Cabecera Municipal C.P. 55726.

Entidad Federativa: México.

Municipio: Coacalco De Berriozábal, San Francisco Coacalco.

Nombre de la clase de actividad:

Escuelas de Educación Superior del Sector Público.

Código de la clase de actividad: 611312.

Personal ocupado (estrato): 251 y más personas.

Área geoestadística básica: 0194.

Manzana: 032.

Número de teléfono: 552 159 43 24.

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

Datos de contacto:

Correo electrónico

DIRIGENTESCO@YAHOO.COM.MX

Sitio en Internet:

<http://www.tecnologicodecoacalco.edu.mx/>

Tipo de unidad económica: Fijo.

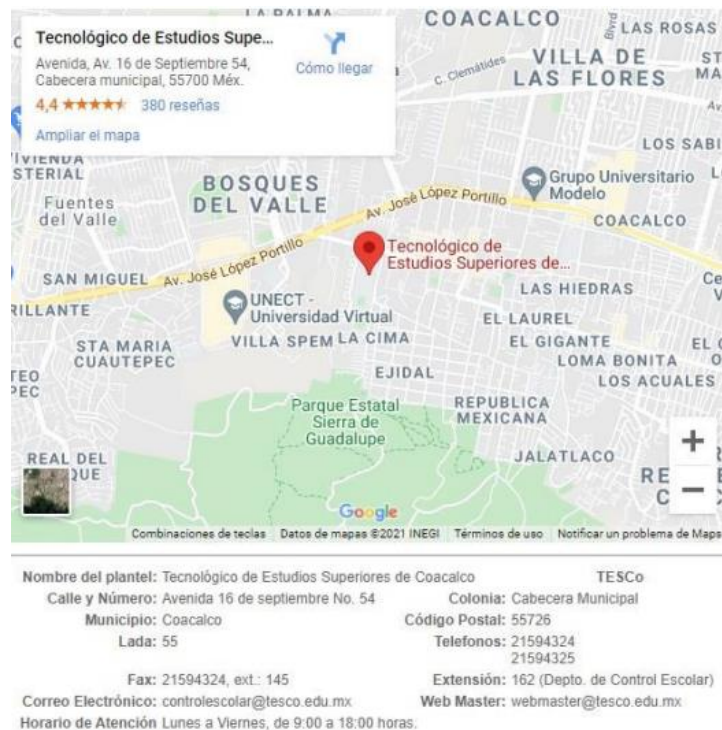
Latitud: 19.63215717.

Longitud: -99.11439107.

Fecha de incorporación al denue: 2014-12.

ID: 2277951.

CLEE: 150206113120000270000000000U4.



FUENTE (Google maps, 2022)

Figura 1.
Mapa de Tesco

MISIÓN, VISIÓN, FILOSOFIA Y/O VALORES

Misión:

“Somos una institución pública de Educación Superior Tecnológica que forma de manera integral profesionistas e investigadoras e investigadores, con creatividad e innovación, capaces de resolver problemas de su ámbito laboral y de apoyar el desarrollo tecnológico; a través de la oferta de programas educativos de licenciatura y posgrado reconocidos por su calidad, con un enfoque de responsabilidad social basado en valores y el respeto al medio ambiente” (TESCo, 1996/2022).

Visión:

“Consolidarse como una institución pública de Educación Superior Tecnológica que fomenta la investigación básica, aplicada y el desarrollo tecnológico vinculado con las empresas e instituciones nacionales e internacionales a través de su alumnado, egresadas y egresados, profesoras, profesores, investigadoras e investigadores con enfoca que en las áreas de automatización y control, manufactura avanzada y desarrollo sustentable”. (TESCo, 1996/2022).

Valores:

“A fin de guiar y orientar las acciones cotidianas del personal, el TESCo define los siguientes valores institucionales:

- El ser humano:
La existencia de una institución se justifica sólo si los resultados de sus trabajos inciden en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- El espíritu de servicio:
Es la actitud que debe distinguir al personal del TESCo por el profesionalismo en su desempeño.
- El liderazgo:
Es la capacidad que debe caracterizar al personal del Tecnológico para integrarse en la conducción innovadora, visionaria, participativa y comprometida.
- El trabajo en equipo:

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

Es el proceso que se realiza de manera armónica, en el que las actitudes multiplican los logros en la consecución de objetivos comunes y se propicia el desarrollo de las personas.

- La calidad:

Es la cultura compartida por el personal del TESCO que lo motiva a transformar su forma de ser y hacer las cosas con los más altos estándares de servicio.” (TESCO, 1996/2022).

BREVE HISTORIA DE LA EMPRESA

En 1996, en el Municipio de Coacalco se presentaba una considerable demanda de educación superior en comparación con la oferta existente, además, esto se reflejaba en la demanda no atendida, en la calidad de la enseñanza y en la falta de vinculación entre los procesos productivos y los procesos educativos.

El 26 de agosto de 1996, el Gobierno Federal y el Gobierno del Estado de México consideraron lo anterior y dentro del programa para la Modernización Educativa firmaron el convenio para la creación, operación y apoyo financiero del Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco (TESCo).

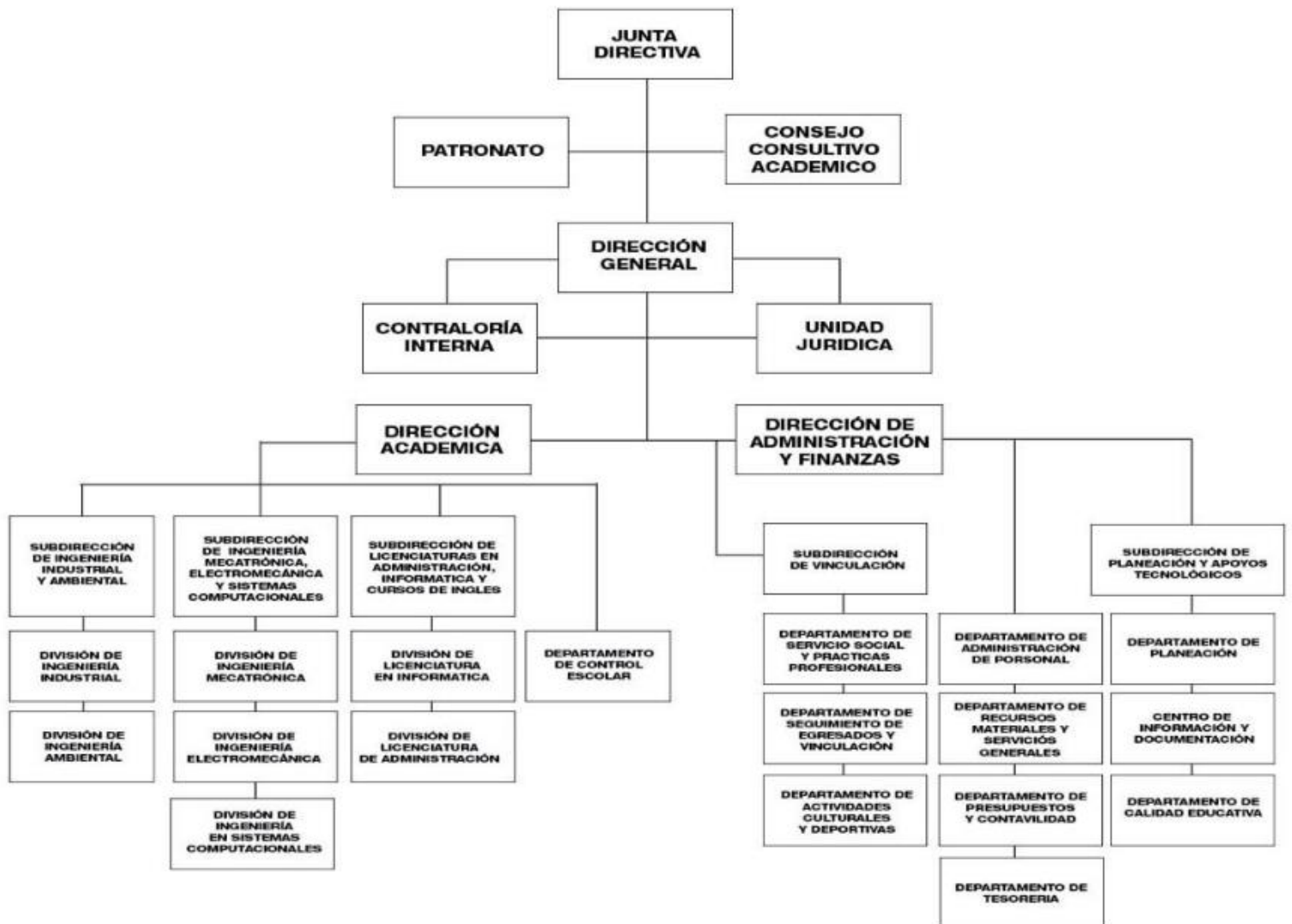
El 4 de septiembre de 1996 como Organismo Público Descentralizado de Carácter Estatal, con personalidad jurídica y patrimonio propios fue creado el TESCo; de acuerdo a los requerimientos del entorno, el Estado y el País el objetivo es formar investigadores y profesionales con capacidad analítica en la solución de problemas, con sentido innovador aptos para la aplicación y generación de conocimientos.

En los últimos cuatro años el TESCo ha logrado niveles de calidad importantes en sus programas educativos; por ello, la Secretaría de Educación Pública le ha otorgado el Reconocimiento de “Excelencia Académica”, por mantener acreditados el 100% de sus programas susceptibles de acreditar.

Los programas acreditados ante el Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Ingeniería A.C., CACEI, son: Ingeniería Industrial, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería Electromecánica, Ingeniería Ambiental, Ingeniería Mecatrónica e Ingeniería en Materiales; asimismo, se tiene acreditado el programa de Licenciatura en Administración ante el Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración A.C., CACECA El TESCo se desarrolla en busca de su consolidación en beneficio de la juventud mexiquense.

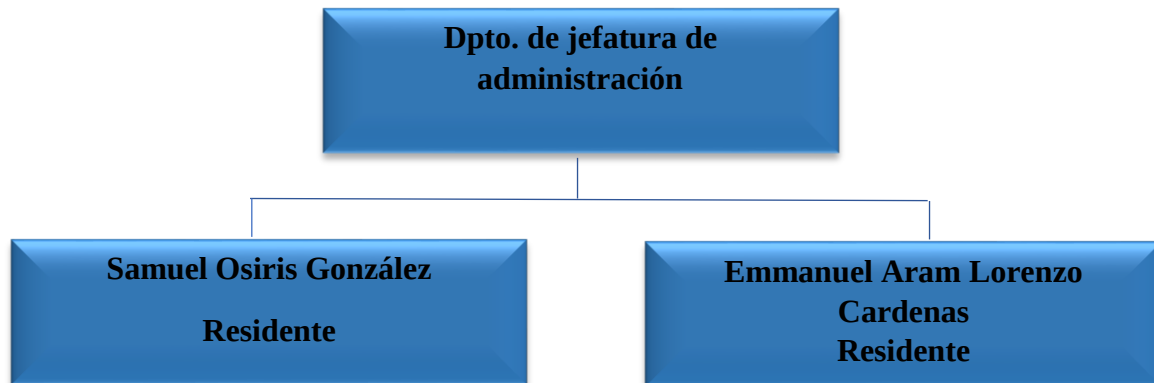
ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

Figura 2.
Organigrama Institucional del TESCO



DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

Figura 3.
Estructura organizacional donde se realizó la residencia

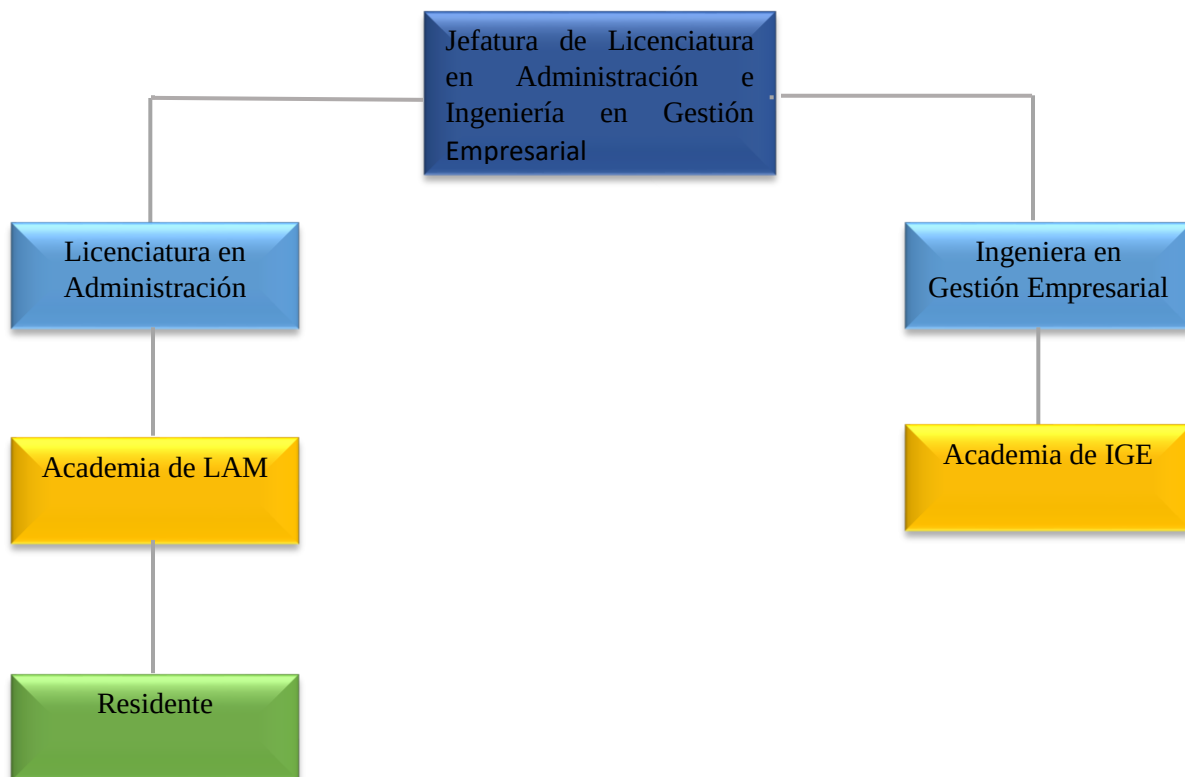


FUENTE Elaboración propia, 2022

- Lugar en donde se sitúa el rol dentro del equipo, departamento y toda la empresa: Todas las actividades se realizan dentro de Jefatura de Administración e Ingeniería Empresarial, en las instalaciones del TESCo.
- Bajo las asesorías de quién estará el rol y otras interacciones clave: M. en I. SOCORRO FRAGOSO DIAZ.
- Descripción de actividades del departamento: Formar profesionales de la administración capaces de actuar como agentes de cambio, a través del diseño, innovación y dirección en organizaciones, sensibles a las demandas sociales y oportunidades del entorno, con capacidad de intervención en ámbitos laborales.
- Objetivos a corto, mediano y largo plazo: Planear, coordinar y controlar las actividades docentes, académicas y administrativas de la carrera de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial, dirigiendo sus resultados al logro de los objetivos institucionales y de la misión del Tecnológico, asegurando la competitividad del proceso educativo y la conservación de la acreditación del programa.

ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO

Figura 4.
Estructura organizacional de Jefatura de LAM e IGE



FUENTE Proporcionada por la academia, 2022

Puesto y nombre del asesor Externo:

Jefa de División de Licenciatura de Administración e Ingeniería Empresarial ING. Adriana Becerril Aguirre.

Puesto y nombre del asesor Interno:

Docente con M. en I. Socorro Fragoso Diaz.

PROBLEMA A RESOLVER

En atención a sus múltiples beneficios, cada día más empresas invierten cuantiosas sumas de dinero en la ejecución de programas de capacitación, en las cuales procuran que la formación del personal y sean capaces de llevar a cabo con mayor eficiencia las tareas organizacionales.

Durante el avance desarrollo de esta investigación, el término preparación (capacitación) se percibirá como la disposición de ejercicios de desarrollo creados y ejecutados en una organización para que los involucrados cumplan productiva y satisfactoriamente los objetivos dentro de la organización.

De igual forma, es útil destacar la forma en que la idea de preparación ha pasado de ser una simple preparación para el nuevo personal de la asociación a una necesidad muy duradera que va más allá de las limitaciones de una simple inducción en la organización.

La preparación educa al personal a todos los niveles y en todos los aspectos de la ejecución, trabaja con potenciales puertas abiertas para los representantes e incrementa la polivalencia dentro de la asociación, por ejemplo, la portabilidad de las personas a diversos puestos tanto en sentido de cargo vertical u horizontal.

Se tiende a deducir en este sentido, que las asociaciones forman debido a las numerosas ventajas que esto ofrece tanto a nivel jerárquico, como respecto a los socios, que se ven igualmente beneficiados debido al giro y ejecución de los ejercicios de preparación.

Desde una perspectiva global y valorando cada uno de estos enfoques por separado, los elementos de la investigación a considerar pueden verse favorecidos por la variedad actual y no de forma restrictiva sino consolidada, con el objetivo de que sean más viables en la elección de los proyectos a realizar como componente del programa de la capacitación.

A menudo, muchos jefes creen que resulta muy sencilla, pero es muy necesaria, ya que las empresas generalmente no cuentan con todos los recursos y tiempo para capacitación. Es útil comprender que no es necesario centrarse en sumergir a la organización en procesos de capacitación, sino ser conveniente y hacer lo que sea necesario para no dejar de recordar cuáles son los objetivos que la asociación necesita lograr con una gran preparación,

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

considerando continuamente la preparación como un método e instrumento para lograr con éxito lo anterior.

Por esto es que decidimos crear esta investigación acompañada de una propuesta de curso de capacitación, buscando que cada integrante de cada empresa expanda su conocimiento y mejoramiento en su trabajo.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar herramientas y materiales para curso de consultor empresarial

Objetivos específicos

- Analizar la información del curso
- Crear el material y herramientas del curso
- Diseñar plan de trabajo

JUSTIFICACIÓN

La motivación de desarrollar este proyecto se debe a impulsar de manera personal y profesional a los directivos y colaboradores a tomar el desafío del cambio como una oportunidad de crecimiento profesional y personal dentro de la institución en la que estén trabajando, atendiendo a la actividad profesional y el sector de la Consultoría.

Un curso de capacitación por su naturaleza, requiere de los servicios de consultoría organizacional, a la par que necesita ser desarrollado. En tal sentido, es necesario que las personas que sean capacitadas al tomar un curso de capacitación y adquieran los conocimientos, hayan obtenido de una serie de entendimiento, habilidades, asimismo, capacidades que les permitan impulsar esta labor con mayor eficacia, para adquirir resultados idóneos en consonancia con los supuestos de mejora institucional dentro de una asociación.

Esto impulsando y desarrollando las propias habilidades y conocimientos integrados como profesionistas desempeñando este trabajo como una propuesta de curso de capacitación como consultor empresarial para lograr el objetivo de mejora planeado. Este aspecto es imprescindible para lograr la empatía, flexibilidad y compromiso de las personas involucradas a las cuales va dirigido este proyecto, en los procesos, objeto de desarrollo o revisión, utilizando conceptos de autores y de investigación

Por último, cabe señalar que cada organización decide, a partir de esta exploración, cuáles son los elementos más importantes que deben conocer las personas que asumen el papel de especialistas o investigadores autorizados.

Como fin sobre los hipotéticos puntos de vista referidos a la materia de preparación y asesoramiento jerárquico, es pertinente hacer referencia a la cercana conexión entre los puntos que se crearán, a la luz del hecho de que se espera amueblar el acto experto de hablar con viabilidad.

Para la planificación y ejecución de un plan de preparación de expertos, se prevé realizar todos y cada uno de los medios de la disposición convencional de preparación de cualquier organización, comenzando por la forma más común de distinguir las necesidades, siguiendo con el giro y plan de la disposición y su procedimiento de ejecución y terminando con la evaluación para cuantificar la viabilidad de consistencia con la misma, pensando en las particularidades, especialización y requerimientos para la mejora del movimiento experto de los expertos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

LIDERAZGO

El liderazgo es un tema de alta ocupación de las instituciones y empresas que desean mejorar e incrementar la calidad en sus operaciones y servicios, requiriéndose para ello agotar un proceso sistémico y organizado por parte de un buen líder que permita su máximo aprovechamiento como herramienta para el desarrollo sostenible en las organizaciones.

En atención a sus múltiples beneficios, cada día más empresas invierten cuantiosas sumas de dinero en la ejecución de programas de capacitación, procurando la formación, capaz de llevar a cabo con mayor eficiencia las tareas organizacionales.

De acuerdo al autor JOHN C. MAXWELL

“El liderazgo representa la facultad de mejorar a las personas de un área, a través de la guía u orientación de un líder, que define como aquel que tiene esa capacidad de influencia a través de la cual sus subordinados mejoran sus aptitudes y capacidades”. **MAXWELL, JOHN C. (cita extraída octava edición 2016). Los 5 Niveles de Liderazgo: Pasos Comprobados Para Maximizar Su Potencial. E.U.A: Center Street.** El autor se refiere a la misma como la influencia tiene dos modos de funcionamiento; ya sea, de forma positiva o negativa. En cualquiera de los casos, lo principal en cuanto a crear impacto es tener una perspectiva edificante, ya que ésta es contagiosa y permite que otros actúen de manera similar a como actúa el líder; logrando así que los elementos de cada uno de los elaborados se complementen y enrejen en un marco similar, haciendo que la administración se cumpla de manera exacta e idónea.

Por su parte, IDALBERTO CHIAVENATO, se refiere al termino Liderazgo como “El liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos”. **Chiavenato. (cita extraída octava edición 2016). Introducción a la teoría General de la Administración. Brasil Sao Paulo: McGraw-Hill.** Explicando que se debe de ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa, al proporcionarles la posibilidad de adquirir conocimiento, la práctica y la conducta requeridos por la organización.

Al explorar las definiciones expuestas por estos distintos creadores, salta a la vista un componente típico, que consiste en subrayar que un objetivo definitivo de cualquier medida adoptada por una organización para preparar al personal es inequívocamente la mejora de la ejecución y la satisfacción de objetivos directamente relacionados con el trabajo realizado por los compañeros de equipo. Esta idea caracteriza la idea positiva de preparar a los trabajadores, en cuanto a la puerta abierta que les brinda para desplazar el escalón jerárquico, a partir de la formación que se les brinda, lo que apunta de forma preponderante al concepto de desarrollo de forma correcta como explican los conceptos de los dos autores pasados. Entendiendo esto se desarrolla de manera explícita y en-lista los conceptos que ayudaran a entender el Workshop y el Liderazgo dentro de esta propuesta de capacitación, los cuales se detallaran.

ACCOUNTABILITY

La información que se muestra a continuación ayudara a entender la importancia que tiene el Accountability, término en cuanto al tema a desarrollar.

“Consiste en tomar la decisión de superar los conflictos que se pueden presentar en el trabajo, sin buscar excusas o culpables, sino ser responsables de sus accidentes, porque la habilidad de superar las circunstancias y lograr los resultados deseados se encuentran en uno mismo”, **Roger Connors, Tom Smith, Craig Hickman, . (cita extraída 2018). El Principio De Oz. Logrando Resultados Personales Y Organizacionales A Través De Acconuntability. E.U.A: Portfolio; Edición Revised**, entendiendo a los autores, la responsabilidad demostrada, nos invita a ver el problema, a enfrentarlo y tener la sabiduría para resolverlo de una manera correcta sin tener que culpar a nadie, tomando cuentas sobre los resultados ya obtenidos, los avances, retrocesos y limitantes. Es decir, identifica el error, pero no se señala se resuelve y se identifican los logros señalándolos, siendo algo mucho más motivante y favorable para cautivar a las personas.

“Hoy, es el término accountability el que expresa la demanda continua de revisión y supervisión, de vigilancia y constreñimientos institucionales al ejercicio del poder” **Andreas, Schedler. (cita extraída décima edición 2019). The Self-Restraining State: Power and Accountability in New Democracies. E.U.A: Lynne Rienner Pub.**

Para entender debidamente un accountability la persona debe de tener un buen autoconcepto de sí mismo, no tener miedo a separarse de las personas, ni al cambio o a las críticas, se debe de hacer responsable de sus propias acciones en el momento.

La construcción de este proceso requiere de características específicas que lograr cumplir con el cometido de una responsabilidad demostrada (accountability), siendo tres:

1. Compromiso: Una obligación o acuerdo que se tiene ante un hecho o situación el cual debe de cumplirse por la persona que lo tomo.
2. Proactividad: La actitud que tienen las personas al asumir tareas o actividades que precisan ser controladas, acompañadas de una gestión responsable y una alta capacidad de respuesta buscando el mejor camino y herramientas necesarias para superarse.
3. Responsabilidad: Habilidad que hace enfrentar circunstancias que se presentan y optan por actuar, asumiendo todas aquellas consecuencias generadas tras los actos que realicen de manera consciente e intencionada.

PRINCIPIO DE OZ

Principio de OZ, este consiste en 4 actitudes vitales para lograr cumplir con un buen accountability, como:

1. Principio del León (VERLO); Reunir el valor para verlo, reconocer la realidad con objetividad y honestidad, tomar en cuenta la perspectiva de otras personas para profundizar en una propia realidad, para así lograr obtener una retroalimentación de asociados, socios, consultores u otros. Mientras más perspectivas se tenga mejor se podrá reconocer y animarse a sí mismo como a otros de hacer lo mismo.
2. Principio del Hombre de Hojalata (ADUEÑARSELO); Hallar el corazón para adueñárselo, empezar evaluando e identificando la situación actual en la que se encuentra estancado y ver si otros presentan el mismo problema. Aduéñese de las circunstancias dejando de victimizarse a sí mismo o a otros, iniciando la acción para la corrección, principalmente comprometiéndose a superar y cambiar esas circunstancias para mejorarlas anticipando lo que podría ocurrir.
3. Principio del Espantapájaros (SABIDURIA PARA RESOLVERLO) Obtener la sabiduría para resolverlo, empezar con una buena preparación o formación, siendo un experto ampliando sus habilidades y conocimientos, red de amigos especialistas o pedir el acompañamiento de un experto.

4. Principio de Dorothy (HACER); Usar los medios para hacerlo, sobreponiéndose a las circunstancias y lograr los resultados que se quieren. Todo haciéndolo de manera apasionada, activa y persistente logrando empoderar y guiar tanto a la actividad personal como la organizacional.

Todos estos pasos nos invitan a ver el problema, adueñarnos de, tener la sabiduría para resolverlo y hacerlo. Siguiendo los siguientes pasos:

- Rindiendo cuenta sobre lo ya hecho.
- Definiendo claramente los resultados esperados.
- Crear una alineación de los resultados.
- Influir la responsabilidad demostrada necesaria para lograr los resultados.
- Mantener ese mismo cambio.

La Accountability se da cuando ya se ha transitado por los cuatro Principios de OZ, y empezar este proceso desde el inicio requiere de diligencia, perseverancia, la voluntad de aceptar el riesgo y de dar el gigante paso evitando construir muros entre Resolverlo y Hacerlo. Valora cada avance del resultado deseado y vigila no cometer errores ni que salgan cosas negativas, así al final se lograra el resultado deseado.

TIPOS DE LIDERAZGO

Para entender los diferentes tipos de liderazgo hay que aclarar la diferencia entre liderazgo y poder. El liderazgo es el poder de influir en otros para hacer frente a las complejidades de los cambios rápidos en el ambiente global. El poder es la facultad, habilidad, capacidad o autorización para llevar a cabo una determinada acción.

“Todo mandato comprende para bien o para mal, cuando los jefes logran encausar las emociones hacia lo positivo, sacan a relucir lo mejor de todo el mundo. Llamamos a ese efecto resonancia. Cuando las dirigen hacia lo negativo, provoca disonancia y sacan los cimientos emocionales que permiten que la gente triunfe. El fracaso o el éxito depende de un porcentaje destacable de la eficiencia de líderes en esa dimensión emocional básica” **Beatriz Velilla. (13 julio 2017). ¿Qué tipo de líder eres? Estilos de liderazgo de Daniel Goleman. ENDALIA. Grupo Endalia Recuperado de <https://www.endalia.com/news/estilos-liderazgo-goleman/>.**

Otro concepto de los tipos de liderazgo es “Los estilos de liderazgo o de dirección son las formas alternativas en que los líderes estructuran su conducta interactiva para llevar a cabo

sus roles en tanto a líderes” **Bass, B. M. (cita extraída 2017). Leadership and Performance Beyond Expectations. Nueva York: The Free Press.,.**

Tipos de liderazgo

- **Liderazgo autoritario:**
Impone expectativas y resultados, además de robustecer la cadena de mando disminuyendo el margen de error. Este liderazgo necesita imponer pautas y poner reglas claras de cómo será la forma de trabajo.
- **Liderazgo Participativo:**
Involucra a todos los miembros del equipo en el proceso de toma de decisiones, incrementa la creatividad y la satisfacción del trabajo en equipo, motiva la unión y la comunicación.
- **Liderazgo Delegativo:**
Delega la iniciativa a los miembros más competentes aprovechando las experiencias y competencias, son personas capaces de crear e innovar la forma de trabajo, además de mantener un ambiente de trabajo positivo.
- **Liderazgo Transaccional:**
Se trabaja sobre la base de “Dar y Recibir”, se brindan objetivos claros, medibles y alcanzables en plazos factibles de cumplir motivando la productividad de los empleados intercambiando recompensas, castigos u otros, todo depende del resultado final del trabajo.
- **Liderazgo Transformacional:**
Este modelo es inspirador, basado en una visión y modelo a seguir para todos los empleados otorgando un valor a la visión cooperativa, capaz de reducir la tasa de rotación y creando un compromiso y relación grata.
- **Liderazgo a la carta:**
De acuerdo con estos datos, lo que en la actualidad inspira confianza es alguien capaz de hacerles partícipes de una visión inspiradora, que al mismo tiempo sea capaz de respetar y entender las ventajas de la diversidad y que partiendo de los talentos específicos de cada uno, sea capaz de apoyarles en su desarrollo como profesionales y como personas.

Aquí podemos decir que el buen líder ya no es el que lidera bien un equipo, sino aquel que es capaz de modelar su liderazgo para inspirar y guiar, de manera personalizada, a cada uno de los miembros de ese equipo.

Importancia de los Tipos de liderazgo;

Se puede concluir que, en el entorno organizacional, el liderazgo se convierte entonces, en un elemento primordial para el logro de los objetivos, y por tal razón se denomina al liderazgo como la capacidad más importante dentro del dominio jerárquico organizacional.

Desde esa perspectiva, las organizaciones deben contar con personas que ejerzan un liderazgo, con percepciones, motivaciones, y de una gestión tal, que quienes reciban las orientaciones desarrollen habilidades y competencias, así como la de establecer y posibilitar potencialidades, tanto en el plano empresarial como en el de personal.

Según Goleman, “Los ejecutivos utilizan una variedad de estilos en la medida y momento apropiado. Donde esa flexibilidad representa grandes resultados en la actuación”. **Goleman, Daniel. (cita extraída 2017). Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional. E.U.A: B DE BOOKS** Por lo cual el liderazgo es algo que se puede aprender.

EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO

El equipo de alto desempeño se define como;

“Una disposición de ánimo general, una actitud compartida, volcada y comprometida a fondo con su tarea, una actitud que puede extenderse a cualquier tipo de equipo”. Y agregan: “cualquier equipo puede convertirse en uno de alto desempeño si consigue imbuirse de esa disposición de ánimo distintiva, además de tener una determinación y dedicación total para alcanzar una meta relevante”. en palabras de los autores **Lipman & Harold (GÓMEZ FERNÁNDEZ, ÁLVARO , ARBOLEDA JARAMILLO CARLOS AUGUSTO), . (2019). LOS EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO EN LA GESTIÓN CURRICULAR. Revista Ciencias Estratégicas, (60), 16(19), 9-21.**

Teniendo en mente otro concepto más corto “Ante el contexto dinámico de las organizaciones la ganancia, creación y actualización del conocimiento son elementos básicos de las estrategias necesarias para construir equipos de alto desempeño” **Alcover, C. y Gil, F. (2002). Crear conocimiento colectivamente: aprendizaje organizacional y grupal. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 18(2-3), 259-301. y Gil.**

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

La forma e desarrollar estos conceptos en los colaboradores de una empresa, o en los equipos de alto rendimiento, inicialmente deben de ser grupos de trabajo formados por individuos centrados en objetivos. Estos equipos cuentan con experiencia y determinan las fortalezas de la conformación de los equipos mediante procesos de escucha efectiva para optimizar la toma de decisiones, diseñados para alcanzar la excelencia en los diferentes ámbitos de la actividad de una tarea asignada.

Importancia del trabajo en equipo:

El esfuerzo coordinado se considera la premisa del progreso para el desarrollo y el avance rápido de las asociaciones, ya que la administración de diversas circunstancias a nivel mundial requiere capacidad y obligación jerárquica agregada.

Competencias de los equipos de alto rendimiento:

Cada integrante de cada equipo debe de saber cómo integrarse, colaborar y trabajar en conjunto con diferentes características que se deben de compartir. Esto significa que todos los integrantes deben de saber cómo colaborar y no competir entre sí, laborar en conjunto de manera interpersonal apoyándose uno a los otros dentro de los equipos de trabajo.

Las competencias que cada integrante debe de tener son:

- Responsabilidad de cada uno de los integrantes de la organización, no victimizarse y tomar acción ante cualquier situación que se presente.
- Desarrollo del pensamiento crítico y creativo, ser capaces de hacer juicios propios teniendo un análisis propio con juicio de valor diseccionando las partes de una situación entregándolas de manera aprobativa y decisiva.
- Reconocer sus habilidades, destrezas, fortalezas e integrarlas.
- Relaciones interpersonales sanas manteniendo un ambiente sano dentro del clima laboral donde los colaboradores se sientan felices de llegar a desempeñar su trabajo, y en caso de no haber una buena relación, dar hincapié a que se solucione y evite cualquier problema entre los colaboradores.
- Comunicar de manera clara, directa y de manera efectiva todo lo que se quiere expresar.
- Ser un agente de cambio, significa que cada uno de los miembros se proponga y apoyen entre ellos, a ser capaces de realizar cambios necesarios para la solución de ciertos trabajos implementando la creatividad.

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

- Incrementar de la actitud asertiva sin ser agresivo ni pasivo, equilibrándolo expresando lo que se necesita dentro del trabajo a realizar.
- Autoconocimiento, saber de lo que los trabajadores son capaces de hacer, que conozcan sus habilidades, conocimientos, destrezas, aptitudes, actitudes y valores, como todo eso englobado ponerlo en marcha.
- Desarrollo de la tolerancia y aceptación de la expresión de los demás integrantes del trabajo.
- Adaptación al trabajo, a las circunstancias y situaciones donde nadie manda, nadie obedece, todos colaboran en proceso de promesa y cumplimiento y con empatía con los compañeros de trabajo.
- La reacción inmediata para la toma de decisiones en busca de resolver el problema.
- Crecimiento mutuo, personal e interpersonal de lo que los colaboradores tienen sobre lo que está aportando a la organización.
- Desarrollo de la expresión oral y escrita de la comunicación para comunicar de manera efectiva el mensaje sin que lo que se quiera comunicar pierda el valor.

En caso que no cuenten con alguna de estas características, es importante capacitar y reforzar aquellas competencias faltantes. Si las tienen el mismo equipo de trabajo y los encargados están sujetos a sostenerlas y compartirlas para que no se pierdan.

Modo de seleccionar al equipo de trabajo

El rol del individuo que ejerza dentro de la organización dependerá de dos factores:

1. Sus conocimientos técnicos.
2. Sus habilidades interpersonales en el trabajo de equipo.
3. Su capacidad de evaluar el rigor de la situación en la que se encuentra la organización así mismo y a sus compañeros.
4. Ser capaces de impulsar y avanzar al grupo de trabajo.

Los integrantes que se integren al equipo de trabajo de alto rendimiento deben de acreditar un examen de evaluación y así acredite tener el perfil del puesto que se requiere. Dentro de

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

los protocolos de evaluación se determina si la persona cumple y ejecuta adecuadamente los conocimientos requeridos.

COACHING

Partiendo de la idea de que “el coaching es una estrategia para lograr el cambio, para conseguir ver posibilidades donde, aunque existen, no se llegan a vislumbrar”, podemos afirmar que el coaching empresarial es “un concepto nuevo que alude a viejas prácticas de enseñanzas modernizadas para lograr 'mover' las organizaciones y transformar a una masa crítica suficiente que modifica la cultura de las compañías” **Aparicio, (Recuperado el 2022).**

Tal y como apunta el coaching “debe perseguir ante todo la labor del cambio en las personas como base de cambio empresarial, pues la toma de conciencia e interiorización de las personas, es vital para que se lleve a cabo la evolución organizacional” **Arqueros, (cita extraída, 2016).**

Teniendo claro las definiciones de aquellos autores, el coaching es el acompañamiento de la fase inicial de los equipos de alto rendimiento, esto encausado en la construcción grupal e integración de los integrantes, corrigiendo aquellas fallas y brindando un acompañamiento emocional a la organización para que se reintegren todo el equipo en forma de cohesión.

Formación en base de los 4 principios:

Para lograr la colaboración entre los equipos de trabajo y fomentar su desarrollo y lograr crear un equipo de alto desempeño es importante que el líder identifique:

Principio 1. Incluir personas con fuerte predisposición a la ejecución y posicionándolas correctamente.

Principio 2. Claridad en lo que se hará y necesita para saber cómo y cuándo se hará.

Principio 3. Claridad en la justificación de porque se hace y el fin).

Principio 4. Explicar detalladamente cómo se harán las cosas.

CREATIVIDAD Y SOLUCION DE PROBLEMAS

De acuerdo con Brown 2020, Independientemente del sector de que se trate “La creatividad no es sobre líderes que se vuelven más creativos. Es sobre individuos que fomentan la creatividad” **Tim Brown. (09 de octubre 2020). Liderazgo creativo: ¿por qué será la fuerza que moverá el mundo?. MÉXICO. Santander Open Academy Recuperado de <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/liderazgo-creativo-para-mover-el-mundo.html>.**

Asegura “Esto significa que tú, como líder, debes desbloquear el potencial creativo de tu organización. Es tu trabajo dejar sentadas las bases para generar y ejecutar nuevas ideas” **Tim Brown, . (14 noviembre 2018). ¿En qué consiste el liderazgo creativo?. []. Recuperado de <https://emprendedores.es/gestion/liderazgo-creativo-tim-brown/#:~:text=%C2%ABE1%20liderazgo%20creativo%20no%20es,ejecutar%20nuevas%20ideas%C2%BB%2C%20defiende.>**

Esto hace referencia al proceso de guiar a otros hacia el logro de un resultado de forma innovadora que engloba al mismo tiempo, es aquí donde entra en juego la creatividad y soluciones de problemas como vía para potenciar el desarrollo de nuevas habilidades. Trabajar con compromiso en situaciones complejas e impulsar el resultado de cualquier asociación.

En consecuencia, los equipos de alto rendimiento tendrán que cambiar de ocupación y desarrollar nuevas competencias que les permitan hacer esas tareas de manera creativa implementando, el liderazgo, la comunicación interpersonal, el trabajo en equipo y la empatía, convirtiéndose en requisitos imprescindibles para generar alternativas, reduzcan el impacto del problema y se cree una solución creativa que ayude a resolver dicho problema.

En este sentido, la iniciativa empresarial imaginativa rompe principios, normas y reglas a la vez que gestiona un complejo

FORMACIÓN INTEGRAL COMO CONSULTOR EMPRESARIAL

“La formación integral de un consultor según Cohen William, se basa en que cualquier empresa o persona, que da consejos o presta otros servicios de naturaleza profesional”. **Cohen. (29/3/2022). ¿Qué es la consultoría y porque se contratan sus servicios? | Consultoría Empresarial. Uruguay. Tips Empresariales Recuperado de <https://www.tipsempresariales.com/tips/que-es-la-consultaria-y-porque-se-contratan-sus-servicios-consultoria-empresarial>.**

Por otra parte, señaló que el autor Díaz Zambrano Alfonso “La formación como consultor empresarial es un servicio prestado por una persona o personas independientes, calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos”. **Díaz, Zambrano Alfonso. (cita extraída 2018). Necesidades de consultoría en las MIPYMES. Colombia: MIPYMES del Valle.**

INMERSIÓN Y VALIDACIÓN (IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DENTRO DE CUALQUIER EMPRESA)

“La primera acción formal de la ejecución de un proyecto, como consultor empresarial, cualquiera que sea su tipo, es identificar el problema o necesidad que se pretende resolver. A objeto de evitar ambigüedades incluyo la definición de problema. se asemeja a los métodos de investigación, dado que utiliza una colección de datos de tipo cuantitativo, cualitativo al centrarse en la solución de un problema específico y práctico”. **John W. Creswell, . (2017). QUALITATIVE INQUIRY AND RESEARCH DESIGN Investigación Cualitativa y Diseño Investigativo. México: Roark.**

“Se expone cómo se lleva a cabo el muestreo, los procesos de codificación y análisis de datos, así como la construcción de una teoría basada en los datos empíricos procedentes del trabajo de campo”. **Hernández Hernández Carrera. (2016). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. España. Depósito de investigación Universidad de Sevilla Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/36261?show=full>.**

IMPORTANCIA DE LA IDENTIFICACIÓN DE UN PROBLEMA COMO CONSULTOR

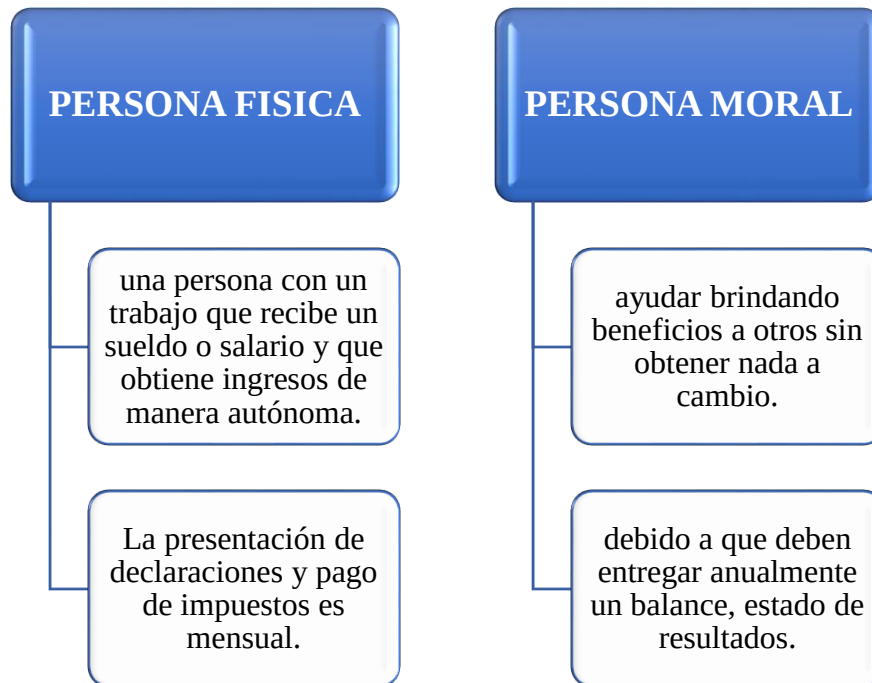
El mayor problema de un consultor viene siendo la creencia de la persona a la cual presta sus servicios. El consultor Contribuye no solo a una rápida orientación, sino a que el cliente comprenda cuál es su situación real, que a menudo difiere bastante con lo que el cliente cree.

IDENTIFICACIÓN COMO CONSULTOR DE LOS DIFERENTES PROBLEMAS DENTRO DE UNA EMPRESA

1. Identificación de la empresa: cualquier empresa tiene un nombre que la identifica, tanto interna como externamente. conformado por medios económicos y financieros, derechos y obligaciones con los que lleva a cabo sus actividades.
2. Misión: traza un camino desde lo que se hace en el presente hasta lo que se pretende alcanzar, pudiera indicar qué medios usará la empresa en el corto y mediano plazo para conseguir cumplir su visión.
3. Visión: declaración de la meta corporativa que viene siendo una descripción a largo plazo de lo que pretende ser la compañía.
4. Imagen corporativa: define su personalidad y es el reflejo de sus valores por lo cual los clientes se sienten identificados.

PERSONAS FISICAS Y MORALES

Figura 5. Diferencias entre persona física y moral



FUENTE Elaboración propia, 2022

PROCESO DE INMERSIÓN

Las empresas deben centrarse su capacidad de crear valor; aprovechar las motivaciones de sus socios de manera eficaz para mantener una relación de trabajo productiva; adoptar nuevos socios; y comprometerse con los proyectos que persiguen a través de innovación.

“Una inmersión preliminar porque muchas veces no conocemos el problema, nos aproximaremos al problema para adoptar diferentes perspectivas”. **Dahlander, (cita extraída, 2020).**

“Las motivaciones de sus socios de manera eficaz para mantener una relación de trabajo productiva; adoptar nuevos socios; y comprometerse con los proyectos que persiguen a través de innovación abierta para cosechar sus beneficios”. **Wallin, (cita extraída, 2020).**

PROCESO DE INMERSIÓN (SE BASA EN 3 CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES QUE SON HECHOS, HIPÓTESIS DEL CLIENTE, HIPÓTESIS DEL CLIENTE)

Hechos: Se define la situación actual de la empresa, Se analizan pretensiones, alcance del problema y de los objetivos esperados.

- Problema por resolver.
- Objetivos y resultados previstos.
- Información de base y de apoyo.
- Presupuesto o límite de recursos.
- Informes provisionales y definitivos.
- Aportes del cliente.
- Exclusiones.
- Restricciones.
- Contactos y direcciones.

hipótesis del cliente: aspectos de mejora observados por el cliente: Se definen los integrantes y se fijan las primeras reuniones, Descubrir hechos – análisis y síntesis – examinar detalladamente el problema.

PROCESO DE VALIDACIÓN

“Evalúan el impacto del entorno en el comportamiento estratégico, a partir de variables asociadas a la turbulencia de mercados y tecnología, distancias psicológicas entre los mercados nacional e internacional y la capacidad adaptativa”. **Arenas y Rondán, (cita extraída, 2014).**

“Estudian la influencia de factores como el capital humano, el capital social y los recursos financieros en la velocidad con que se desarrolla el proceso de exportación de las empresas”. **Cabrera y Olivares, (cita extraída, 2012).**

Con la información obtenida de los 2 autores el proceso de validación se refiere a la consistencia o estabilidad de una medida. Una definición técnica de confiabilidad que ayuda a resolver tanto problemas teóricos como prácticos es aquella que parte de la investigación de qué tanto error de medición ahí.

PROPUESTA DE VALOR

“Es una estrategia que se pone en marcha en las empresas para poder distinguir a sus competidores por algo concreto y así tener la aprobación del público en el cual se trata de destacar un mejor negocio y como va a beneficiarse a las personas que van utilizar el producto o servicio y no los que ofrece la competencia”. **Peiró, (cita extraída, 2019).**

“Está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar, y no sólo por el posicionamiento de la oferta”. **Nirmalya Kumar, (cita extraída, 2019).**

Tomando en cuenta a los autores creo que una propuesta de valor es darle al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular puede ser relevante para él.

DESARROLLO DE CLIENTES VS DESARROLLO DE PRODUCTOS

Figura 6. Diferencias entre desarrollo de clientes y desarrollo de productos

Clientes	Productos
Enfoque en el producto garantiza un stock o inventario para un cliente definido.	Enfoque en el cliente garantiza ventas, producto dinámico y escalable.
está diseñada para corregir una serie de problemas en la creación de productos cuando se utiliza el modelo tradicional de creación de productos.	se refiere al ciclo de vida de un producto, desde el concepto inicial, pasando por su creación y, finalmente, su lanzamiento. Sin embargo, el lanzamiento de un producto no pone fin al ciclo de desarrollo del mismo, y los productos pueden seguir desarrollándose y mejorando mucho después de su lanzamiento.

FUENTE Elaboración propia, 2022

APORTACIÓN DEL VALOR

Economía circular: Es una alternativa atractiva que busca redefinir qué es el crecimiento, con énfasis en los beneficios para toda la sociedad. Esto implica desvincular el movimiento monetario de la utilización de activos limitados y eliminar el despilfarro del marco mediante un diseño.

Los valores se manifiestan en la no indiferencia y en la no independencia ante los objetos y entre ellos existe un orden jerárquico y esa jerarquía permite clasificarlos. Para este pensador a los valores se le contraponen los contravalores. **Lotze, (cita extraída, 2019).**

3 ELEMENTOS QUE APORTAN VALOR A UNA EMPRESA

- Valor económico (viable) se define por ser un riguroso análisis económico y financiero, observamos que la inversión que un día llevamos a cabo es inferior al retorno que, a lo largo del tiempo, esperamos obtener por haberla realizado.
- Valor social (deseable) se basa en las cualidades, actitudes y estándares que los individuos y los grupos utilizan para orientar sus acciones.
- Valor ambiental (factible) creo que es valor más importante porque todo lo que tenemos es gracias a la naturaleza y debemos de tomar decisiones sustentables para tener un mayor entendimiento de un fenómeno o proceso que conduce a mejores decisiones.

INNOVACIÓN DE LA PROPUESTA

La innovación de una propuesta radica en poner ideas a acción desarrollando ideas con un propósito, ejecutando las ideas de forma medible. Toda la innovación de la propuesta de valor se verá enfocada en los cambios del sistema de actuación estable tradicional, desarrollándolos diseñándolos y construyendo soluciones a problemas dentro de la empresa.

EL CONSULTOR EMPRESARIAL INNOVADOR

El consultor experimenta un proceso creativo que agrega valor a un contexto en específico (en este caso el problema a solucionar de la empresa). Aporta soluciones que involucren los tópicos sociales, económicos o ambientales del cliente en lo individual y en el ecosistema.

PROPUESTA DE VALOR: CLIENTES FELICES

Figura 7. La pirámide de Maslow: clientes felices.

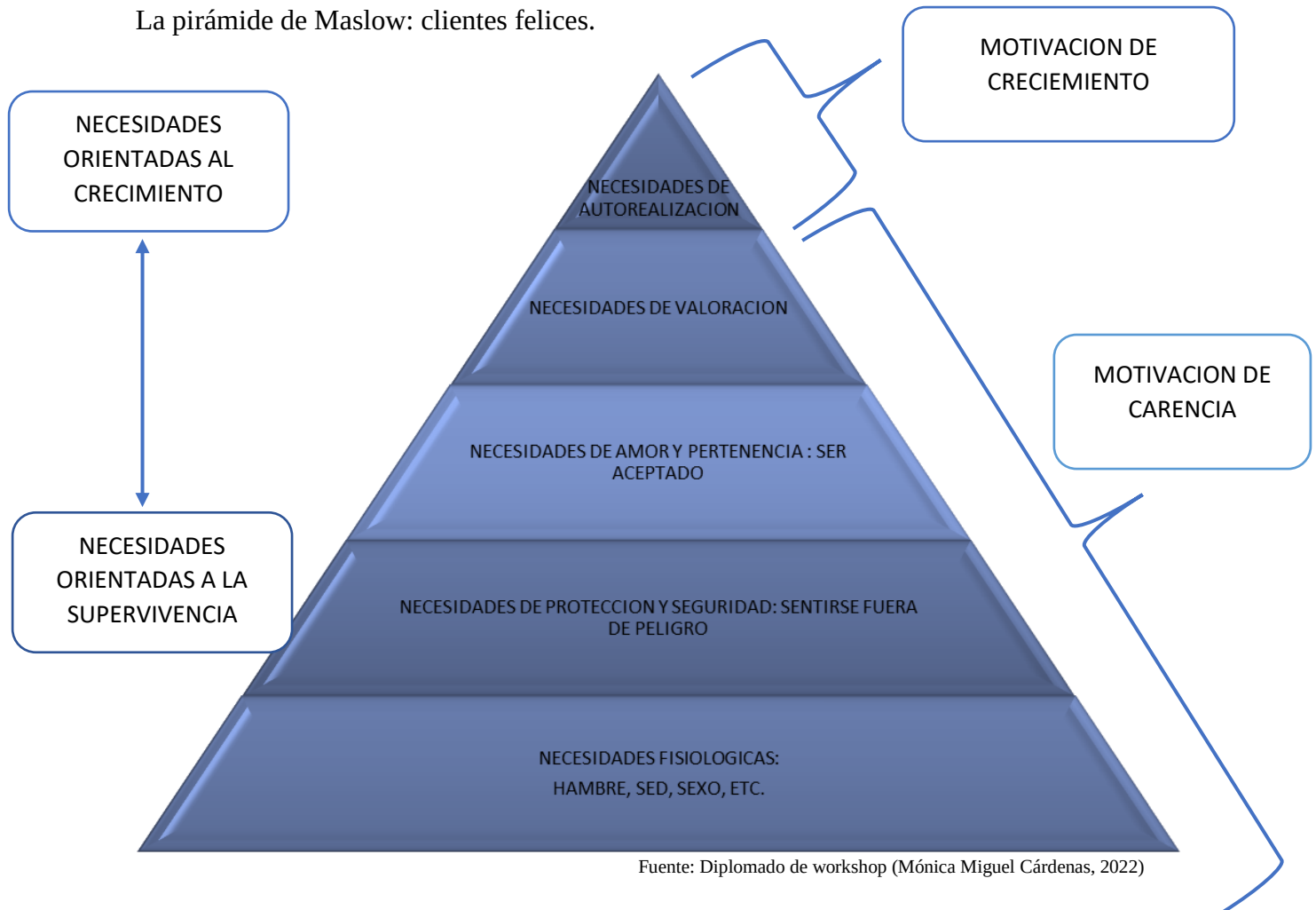


Figura 8. Cuadro de beneficio o solución

LA PROPUESTA DE VALOR ES BENEFICIO + LA SOLUCIÓN

BENEFICIO	SOLUCION
Es la felicidad o bien que obtiene el cliente	Es el medio, forma o producto mínimo viable con la que le genere ese beneficio al cliente
-Se identifica cada uno de los riesgos. -Se puede tomar medidas a tiempo de cada problema que aparezca en la estructura organizacional.	-Promueve un cambio en la empresa. -Ayuda a tener un mejor control de calidad. -Ayuda a obtener un mejor conocimiento sobre cada proceso de la empresa.

FUENTE Elaboración propia, 2022

MODELO CANVAS

“Método de modelo de negocio Canvas, uno de los principales objetivos al momento de implementar un negocio, agregar valor a nuestra idea empresarial y propone una metodología sencilla y busca un modelo integral para analizar a la empresa como un todo”. **Osterwalder & Pigneur, (cita extraída, 2011).**

Entendiendo esto y teniendo en cuenta otra visión del modelo cambas “Hasta unos años, era imprescindible un plan de negocio con una gran cantidad de páginas para analizar si un negocio era viable, innovador y tenía público objetivo. Ahora además debemos analizar el modelo de negocio, que se ha convertido en una obligación, pues definir el modelo de negocio es saber cuál es el ADN de la empresa, como está hecho, como se puede modificar, como pulir o cambiar.” **Escudero, (cita extraída, 2011).**

DEFINICIÓN

Se trata de una herramienta simple, practica y aplicable a la estrategia, el emprendimiento y la innovación, lo suficientemente sencilla paraque pueda ser aplicada en cualquier escenario: pequeñas, medianas y grandes empresas.

Segmento de clientes: Lo clave es que sean clientes rentables, y a largo plazo, puedan agruparse por necesidades o comportamientos.

Propuesta de valor: Sirve como carta de presentación. A través de esta, se comunica al mercado los distintos beneficios del negocio, producto o servicio, así como su importancia para el cliente.

- **Novedad:** Suplir necesidades hasta entonces inexistentes y que los clientes no podían percibir por no tener ninguna oferta parecida.
- **Mejora del rendimiento:** En productos o servicios más eficientes.
- **Personalizar:** Adaptación a las necesidades específicas del cliente.
- **Marca / estatus:** Se puede encontrar valor en la exclusividad o lo que se atribuye al utilizarlo.

- **Precio:** Ofrecer un valor inferior a lo que se encontraba en el mercado.
- **Accesibilidad:** Tener los productos o servicios de una forma más cercana a lo que se tenía.

Canales:

1. **Información:** dar a conocer los productos y servicios de la empresa.
2. **Evaluación:** facilitar la evaluación de nuestra propuesta de valor realizada por nuestro segmento de mercado.
3. **Compra:** cómo se puede adquirir nuestro producto o servicio.
4. **Entrega:** es la forma como se entrega la propuesta de valor.
5. **Posventa:** servicios de atención ofrecidos posventa.

Relación con los clientes: Es una atención personal o automatizada. Las relaciones pueden ser enfocadas en captación de clientes, en fidelización de clientes o en algún otro.

- Asistencia personal.
- Asistencia personal exclusiva.
- Autoservicio.
- Servicios automáticos.
- Comunidades.
- Creación colectiva.

Flujo de ingresos: Está basado en el flujo de caja necesario para cubrir los gastos y tener una rentabilidad.

Los ingresos pueden ser: venta de activos, cuota por uso, cuota de suscripción, préstamo, alquiler, concesión de licencias, etc.

Recursos clave: representa los activos más importantes para que el modelo de negocio funcione.

Los recursos clave pueden ser:

- **Físicos:** Algunos ejemplos son carros, máquinas, puntos de venta y redes de distribución.

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

- **Intelectuales:** Pueden ser marcas, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos.
- **Humanos:** Representa el valor humano que ayuda a funcionar a la empresa.
- **Económicos:** Algunos ejemplos son recursos, garantías económicas, dinero en efectivo, líneas de crédito o acciones.

Actividades clave: Se refiere a las acciones más importantes que se debe realizar para que el modelo de negocio funcione.

Producción: Son actividades relacionadas con diseño, fabricación y entrega de un producto en grandes cantidades o con una calidad superior.

Socios clave:

- Describe los proveedores y socios que ayudan al funcionamiento del modelo de negocio.
- Alianzas estratégicas entre empresas que no son competencia.
- Competición, es decir asociaciones entre empresas que son competencia.

Estructura de costes: Implica la puesta en marcha de un modelo de negocio. Involucra tanto la creación y entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos.

CAPÍTULO III

DESARROLLO

PROGRAMA DE CAPACITACION DE LIDERAZGO Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

En el desglose del marco teórico, se estructuro el cronograma de actividades y diseño del plan de trabajo desarrollado en 3 meses para su aplicación.

Las etapas que se trataran durante el proceso de capacitación, proponen un proceso de gestión de capacitación desarrollado en cuatro etapas sucesivas, cuyo propósito de estas es fundamentalmente; revisión de necesidades, planificación del programa, ejecución del programa y evaluación del resultado.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Figura 9. Actividades a realizar para curso de capacitación de liderazgo

Tiempo de realización	Etapas 1	Etapas 2	Etapas 3
Mes 1	1.Realización de la evaluación de necesidades		
	1.1Análisis de la problemática		
Mes 2		2.Diseño de temas y programa de capacitación (creación del material de trabajo)	
		2.1Conducción y aplicación del programa de capacitación por medio de diapositivas	
Mes 3			3.Evaluación del programa de capacitación
			4.Medición de resultados

FUENTE Elaboración propia, 2022

DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO

ETAPA1: EVALUACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Esta etapa tiene por objetivo asegurar que la capacitación es oportuna y se encuentra enfocada en las principales necesidades estratégicas de la organización:

1. Realización de evaluación de necesidades: Para implementar esta capacitación la organización determina que el papel del líder es fundamental para lograr los objetivos de la misma, en otras palabras, el resumen de altas habilidades sociales y mentales practicadas en una reunión, que de este modo crean en ellos la autosuperación y autodesarrollo.
2. Análisis de la problemática: Por lo que se ha desarrollado esta capacitación al personal con el fin de alcanzar los metas propuestos, a través del personal y establecer las competencias críticas que se deben desarrollar en cada trabajador y así crear nuevos líderes que sepan resolver problemáticas dentro de la empresa.

ETAPA 2: DISEÑO DE TEMAS Y PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

El diseño de la capacitación son los temas que se desarrollaran y la creación del material, así como su conducción y aplicación mediante diapositivas:

Figura 10. Tópicos

Temas	Actividades	Sesiones, (Duración 3 meses)
1. Liderazgo	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	1
1.1 Componentes básicos personales	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	2
1.2 Ser jefe o líder	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	3
1.3 Desarrollo de habilidades como líder	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	4
2. Coaching empresarial	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	5
2.1 Manejo de grupos	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	6
3. Solución de problemas y creatividad	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	7
3.1 El conflicto	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	8
3.2 Estilos de enfrentamiento	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	9
3.3 Comunicación	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	10
3.4 Asertividad	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	11
3.5 Creatividad al resolver un problema	Presentación dirigida por el instructor y actividades a desarrollar por los asistentes	12

FUENTE Elaboración propia, 2022

PRIMERA ENCUESTA DE FORMA INDIVIDUAL DIRIGIDA A CADA PARTICIPANTE

Objetivos de la encuesta A

Evaluar el impacto del liderazgo en el desempeño de los empleados: La encuesta debe ayudar a evaluar el impacto del liderazgo en el desempeño de los empleados, incluyendo la motivación, el compromiso y la productividad.

Proporcionar retroalimentación a los líderes: La encuesta debe proporcionar retroalimentación valiosa a los líderes para ayudarles a mejorar sus habilidades y su desempeño en el liderazgo.

Figura 11. Cuadro de instrucciones

Instrucciones	
La serie de preguntas que se realizan a continuación presentan una escala del 1 al 5 de acuerdo al grado de aprobación o desaprobación de cada afirmación. Esta está dividida en 2, una encuesta individual (tipo A) y una para el trabajo en equipo (tipo B). Marca con una X el recuadro que elijas. • 5 totalmente de acuerdo • 4 de acuerdo • 3 ni de acuerdo, ni desacuerdo • 2 en desacuerdo • 1 totalmente en desacuerdo	

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 12. Encuesta individual

A	Encuesta Individual	5Totalmente de acuerdo	4De acuerdo	3Ni de acuerdo, ni desacuerdo	2En desacuerdo	1Totalmente en desacuerdo
1	¿Consideras que tu rendimiento actual es bueno?					
2	¿Eres una persona exitosa?					
3	¿Eres una persona de alto rendimiento?					
4	¿Trabajas en equipo?					
5	¿Consideras que tu trabajo en equipo es bueno?					
6	¿Crees que tu desempeño es el mejor a la hora de trabajar en equipo?					

FUENTE Elaboración propia, 2022

SEGUNDA ENCUESTA DIRIGIDA A TODA LA EMPRESA

Objetivo de la encuesta B

Evaluar el impacto del liderazgo en el desempeño de los empleados: La encuesta debe ayudar a evaluar el impacto del liderazgo en el desempeño de los empleados, incluyendo la motivación, el compromiso y la productividad.

Proporcionar retroalimentación a los líderes: La encuesta debe proporcionar retroalimentación valiosa a los líderes para ayudarles a mejorar sus habilidades y su desempeño en el liderazgo.

Figura 13. Cuadro de instrucciones

Instrucciones	
La serie de preguntas que se realizan a continuación presentan una escala del 1 al 5 de acuerdo al grado de aprobación o desaprobación de cada afirmación.	
Esta está dividida en 2, una encuesta individual (tipo A) y una para el trabajo en equipo (tipo B). Marca con una X el recuadro que elijas.	
• 5 totalmente de acuerdo • 4 de acuerdo • 3 ni de acuerdo, ni desacuerdo • 2 en desacuerdo • 1 totalmente en desacuerdo	

Figura 14. Encuesta General

FUENTE Elaboración propia, 2022

B	Encuesta Trabajo en equipo	5Totalmente de acuerdo	4De acuerdo	3Ni de acuerdo, ni desacuerdo	2En desacuerdo	1Totalmente en desacuerdo
1	¿Consideras que la comunicación es buena?					
2	¿Los métodos de trabajo que ejecutan son adecuados?					
3	¿Te proporcionan las herramientas y/o materiales necesarios para desempeñar tu trabajo?					
4	¿Consideras que tú y tus compañeros participan al enfrentar una problemática para darle solución?					
5	¿Cuentas con fuentes de datos claras y medibles para realizar sus actividades?					
6	¿Crees que podrían mejorar los aspectos laborales para mejorar las tareas?					

FUENTE Elaboración propia, 2022

Se tomarán en cuenta los siguientes temas para ejemplo de los cursos de capacitación que se pueden impartir entre otros.

Introducción

El liderazgo, el coaching, la solución de problemas y la creatividad son habilidades clave en la administración. Cada una de estas habilidades es esencial para el éxito de un líder y de una organización.

El liderazgo se refiere a la capacidad de guiar y dirigir a un grupo de personas hacia un objetivo común. Un líder eficaz es capaz de inspirar y motivar a su equipo para alcanzar sus metas y objetivos. El liderazgo también implica la toma de decisiones y la asunción de responsabilidad. Un buen líder es capaz de tomar decisiones difíciles y asumir la responsabilidad de sus acciones y decisiones.

El coaching es un proceso mediante el cual una persona (el coach) ayuda a otra persona (el coachee) a mejorar sus habilidades y alcanzar sus metas. El coach ayuda al coachee a identificar sus fortalezas y debilidades, ya desarrollar un plan para mejorar. El coaching también implica dar retroalimentación y apoyo para ayudar al coachee a alcanzar sus metas.

La solución de problemas es una habilidad esencial en la administración. Un buen líder es capaz de identificar los problemas y encontrar soluciones eficaces. Esto implica la capacidad de analizar la situación, identificar las causas.

1. Liderazgo

A lo largo del tiempo se han realizado diversas investigaciones y estudios para determinar los elementos que conforma una definición más real del liderazgo. Sin embargo, para comprender mejor una definición de líder, es necesario identificar las dimensiones que componen la estructura primordial de conducta de un líder, que contempla habilidades sociales y cognitivas; y que, a su vez, éstas contienen un componente tanto de aprendizaje como genético.

La capacidad que tienen las personas para interrelacionarse determina las habilidades sociales, entre las que podemos encontrar: las relaciones interpersonales, el establecimiento de una visión compartida grupal, inspirar el autodesarrollo en los demás, entre otras.

Por otro lado, las habilidades cognitivas están compuestas por las funciones mentales superiores, que permiten realizar: abstracciones, deducciones, inducciones, síntesis, análisis, juicio, planificar, resolver problemas y algunas más. Estas funciones dan a un líder la capacidad de planificar a largo plazo.

1.1 Componentes básicos personales

Conocimiento de sí mismo(a):

Para una persona la posibilidad de describirse de la manera más real y objetiva posible, en los aspectos esenciales de su ser: gustos, preferencias, habilidades, fortalezas, debilidades, prejuicios, valores. Tener noción de la forma de ser y de reaccionar (autoconciencia). Sentimiento interior que permite reconocerse, conocer la propia vida y ante todo, el propio sentido de la vida.

- Auto control:

Es saber manejar los propios sentimientos, permaneciendo la persona serena y tranquila para afrontarlos y para recuperarse rápidamente de los negativos.

- Autonomía

Tiene que ver con la capacidad para tomar decisiones en forma independiente, con resolver los propios problemas en lugar de buscar a otros para que lo hagan y con manejar la presión que ejerce el medio cuando se hace una escogencia.

1.2 Ser jefe o líder

Ser un líder y ser un jefe son dos roles diferentes en el ámbito administrativo. Un líder se enfoca en inspirar y guiar a su equipo para alcanzar objetivos comunes, mientras que un jefe se enfoca en supervisar y dar órdenes a su equipo para alcanzar objetivos específicos. Ambos roles son importantes, pero en ciertas situaciones uno puede ser más efectivo que el otro.

Es importante tener una combinación de ambos estilos de liderazgo para tener una gestión eficaz en una empresa, por ello es importante aprender la diferencia entre ambos.

Figura 15. Diferencias entre un líder y un jefe

Líder	Jefe
Se enfoca en inspirar y guiar a su equipo	Se enfoca en supervisar y dar órdenes a su equipo
Fomenta un ambiente de trabajo colaborativo	Fomenta un ambiente de trabajo jerárquico
Se preocupa por el desarrollo y bienestar de su equipo	Se preocupa por la eficiencia y productividad de su equipo
Trabaja con su equipo para alcanzar objetivos comunes	Trabaja para alcanzar objetivos específicos y cumplir con las expectativas de sus superiores
Enfatiza en la toma de decisiones colectivas	Enfatiza en la toma de decisiones individuales

FUENTE Elaboración propia, 2022

Es importante tener en cuenta que estos son solo algunos de los aspectos que diferencian a un líder de un jefe, y que ambos roles son importantes en una empresa. Un buen líder debe tener habilidades de liderazgo y de gestión para ser eficaz en su trabajo. Ser un líder tiene varios beneficios en comparación con ser un jefe:

1. **Fomenta un ambiente de trabajo colaborativo:** Un líder con su equipo trabaja para alcanzar objetivos comunes, mientras que un jefe trabaja para alcanzar objetivos específicos y cumplir con las expectativas de sus superiores.
2. **Mejora el desempeño del equipo:** Un líder se preocupa por el desarrollo y bienestar de su equipo, lo que aumenta la motivación y el compromiso de los empleados, lo que a su vez mejora el desempeño del equipo.
3. **Aumenta la innovación y la creatividad:** Al fomentar un ambiente de trabajo colaborativo, un líder permite que los miembros de su equipo compartan sus ideas y opiniones, lo que puede aumentar la innovación y la creatividad en la empresa.

4. Fomenta la toma de decisiones colectivas: Un líder enfatiza en la toma de decisiones colectivas, lo que aumenta la participación y el compromiso de los miembros del equipo en las decisiones importantes de la empresa.
5. Mejora la adaptabilidad y resiliencia de la empresa: Un líder es capaz de guiar a su equipo en momentos de incertidumbre y cambios, lo que mejora la adaptabilidad y resiliencia de la empresa ante cambios en el mercado y entorno.

Es importante tener en cuenta que un líder efectivo debe tener habilidades de liderazgo y gestión para ser efectivo en su trabajo, y que ambos roles son importantes en una empresa. Sin embargo, en términos generales, el liderazgo puede ser más beneficioso para la empresa y para el equipo en comparación con un enfoque puramente jerárquico.

1.3 Desarrollo de habilidades como líder

Las habilidades que debe tener un líder son variadas y dependen del ámbito de aplicación, pero algunas de las más importantes son:

1. Comunicación efectiva: Un buen líder es capaz de comunicar sus objetivos y metas de manera clara y efectiva, tanto a su equipo como a otros departamentos de la empresa.
2. Habilidades de negociación y persuasión: Un líder debe ser capaz de negociar y persuadir a otros para alcanzar sus objetivos y metas.
3. Toma de decisiones: Un líder debe ser capaz de tomar decisiones rápida y efectivamente en situaciones de incertidumbre o presión.
4. Habilidades de motivación: Un buen líder debe ser capaz de motivar a su equipo para alcanzar objetivos y metas.
5. Habilidades de planificación y organización: Un líder debe ser capaz de planificar y organizar tareas y proyectos para alcanzar sus objetivos y metas.
6. Habilidades de resolución de problemas: Un líder debe ser capaz de resolver problemas de manera eficaz y buscar soluciones creativas.

7. Habilidades de liderazgo: Un líder debe ser capaz de guiar a su equipo y dirigirlo hacia el éxito.
8. Habilidades de adaptación y flexibilidad: Un líder debe ser capaz de adaptarse a cambios y ser flexible ante nuevas situaciones y desafíos.
9. Habilidades de empatía y habilidades interpersonales: Un líder debe ser capaz de entender y relacionarse con los miembros de su equipo y otros departamentos de la empresa.
10. Habilidades de autocontrol y autodisciplina: Un líder debe ser capaz de controlar sus propias emociones y mantener la disciplina en momentos de estrés.

Es importante destacar que estas habilidades son solo algunas de las que un líder debe tener, y que la combinación de varias de estas habilidades es lo que hace un líder efectivo.

2 coaching empresarial

El coaching empresarial es un proceso de desarrollo personal y profesional que ayuda a las personas a alcanzar sus metas y objetivos en el entorno laboral. El coaching empresarial se enfoca en mejorar el desempeño, la productividad y el bienestar de los empleados en la empresa.

Se basa en la creencia de que cada individuo tiene un gran potencial y el entrenador ayuda a desbloquearlo mediante la reflexión, el aprendizaje y la acción. El entrenador ayuda al individuo a tomar conciencia de sus fortalezas y debilidades, a desarrollar nuevas habilidades ya crear un plan de acción para alcanzar sus objetivos.

El coaching empresarial se puede utilizar en una variedad de contextos, incluyendo el desarrollo de líderes, el mejoramiento del desempeño individual y el cambio organizacional.

2.1 Manejo de grupos

Desarrollar el manejo de grupos en el coaching implica varios pasos:

1. Identificar los objetivos del grupo: Es importante tener claros los objetivos del grupo antes de comenzar el proceso de coaching, ya que esto ayudará a diseñar un plan de coaching adecuado para el grupo.
2. Crear un ambiente seguro: Es importante crear un ambiente seguro en el que los miembros del grupo se sientan cómodos compartiendo sus pensamientos y sentimientos. Esto se puede lograr mediante el establecimiento de reglas claras, la promoción de la confidencialidad y la creación de un ambiente libre de juicios.
3. Fomentar la participación activa: Es importante fomentar la participación activa de todos los miembros del grupo, ya que esto ayudará a asegurar que todos se sientan involucrados y comprometidos con el proceso de coaching.
4. Facilitar el aprendizaje: Es importante facilitar el aprendizaje mediante la presentación

3 solución de problemas y creatividad

La solución de problemas y la creatividad son habilidades clave. Ambos procesos son esenciales para el éxito de una empresa, ya que permiten a los líderes y empleados abordar problemas y desafíos de manera efectiva y encontrar soluciones innovadoras.

La solución de problemas es un proceso mediante el cual se identifica y analiza un problema, se generan alternativas y se toma una decisión para resolverlo. Es un proceso crítico en la toma de decisiones empresariales, ya que permite a los líderes y empleados abordar problemas de manera estratégica y encontrar soluciones efectivas. Además, la capacidad de resolver problemas es esencial para la adaptabilidad y resiliencia de una empresa ante los cambios en el entorno y el mercado.

La creatividad es otra habilidad clave en el ámbito administrativo de una empresa. La creatividad permite a los empleados y líderes pensar fuera de la caja y encontrar soluciones innovadoras a los desafíos y problemas de la empresa. La creatividad también es esencial para la innovación, lo que es esencial para el crecimiento y el éxito a largo plazo de una empresa.

Sin embargo, a menudo se piensa que la solución de problemas y la creatividad son habilidades excluyentes, pero en realidad son complementarias. La solución de problemas proporciona un marco estructurado para abordar problemas y tomar decisiones, mientras que la creatividad proporciona nuevas perspectivas y enfoques para resolver problemas. Juntos, la solución de problemas y la creatividad pueden ayudar a una empresa a encontrar soluciones efectivas e innovadoras a los desafíos y problemas a los que se enfrenta.

En resumen, la solución de problemas y la creatividad son habilidades clave en el ámbito administrativo de una empresa. La capacidad de resolver problemas estratégicamente y encontrar soluciones innovadoras es esencial para el éxito y la sostenibilidad de una empresa en el entorno empresarial actual. Es importante fomentar estas habilidades en los líderes y empleados de una empresa mediante la capacitación, el desarrollo de habilidades y la promoción de un ambiente de trabajo colaborativo y abierto a la innovación.

3.1 El conflicto

Un conflicto empresarial es una situación en la que existe una diferencia de opinión o un desacuerdo entre dos o más partes interesadas en una empresa. Los conflictos empresariales pueden surgir entre empleados, entre gerentes, entre departamentos, entre la gerencia y los empleados, entre la empresa y sus clientes, entre la empresa y sus proveedores, entre accionistas, entre la empresa y su líder, entre la empresa y las autoridades reguladoras o entre la empresa y la comunidad. Los conflictos empresariales pueden tener un impacto significativo en la eficacia de la empresa, su productividad, su rentabilidad y su relación con las partes interesadas. Por eso es importante abordarlos de manera adecuada y oportuna.

3.2 Estilos de enfrentamiento

Existen varios estilos de las personas en un enfrentamiento o conflicto en una empresa. Algunos de los estilos más comunes son los siguientes:

Figura 16. Estilos de enfrentamiento

Estilos de enfrentamiento	Definición
El Competitivo	Es aquella persona que quiere satisfacer sus intereses y busca persuadir a los demás para que acepten sus soluciones.
El Evasivo	Es quien quiere retirarse del conflicto, lo ignora, se esconde y esquivo la responsabilidad, esto hace que se haga mucho más grande el problema.
El Complaciente	Es quien prioriza los intereses de la otra parte antes que los suyos. Quien cede no necesariamente es generoso, sino que también se somete.
Los que arreglan con concesiones	Es cuando las partes del conflicto están dispuestas a ceder para solucionar.
Los colaboradores	Están dispuestos a que todas las partes del conflicto salgan favorecidas. Es el estilo más saludable, pero también el estilo más difícil de conseguir

FUENTE Elaboración propia, 2022

3.3 Comunicación

El hablar en una empresa para resolver problemas es una tarea importante, pero, sobre todo, es una herramienta para servir a los demás. Es importante generar los espacios necesarios para compartir lo más profundo de nuestras vidas, como nuestros proyectos, sueños, miedos, planes, que nos permita conocernos y poder conectarnos a la esencia de nuestros objetivos en común para volverlos una realidad para todos. Los elementos necesarios para transmitir un mensaje son:

- El emisor: Es quien genera el mensaje, quien inicia el proceso de comunicación.
- El mensaje: Es todo lo que queremos transmitir, incluye la idea y como la expresamos.
- El receptor: Es quien o quienes reciben el mensaje transmitido.
- El medio: Es el instrumento que el emisor y el receptor utilizan para ponerse en contacto.

3.4 Asertividad

Ser asertivo es una habilidad importante en una empresa para comunicar de manera efectiva y llegar a una solución empresarial. A continuación, se describen algunas formas en las cuales se puede ser asertivo en una empresa:

1. Usar un lenguaje afirmativo: Usar afirmaciones en lugar de preguntas o sugerencias ayuda a transmitir confianza y seguridad en uno mismo.
2. Expresar las necesidades y deseos de manera clara: Es importante comunicar de manera clara y directa las necesidades y deseos propios, evitando la ambigüedad o el eufemismo.
3. Escuchar activamente: Escuchar activamente a los demás permite comprender mejor sus puntos de vista y necesidades, lo que ayuda a encontrar soluciones que satisfagan a todas las partes involucradas.
4. Mantener la calma: Mantener la calma ayuda a pensar de manera objetiva ya tomar decisiones basadas en hechos y no en emociones.
5. Aceptar la responsabilidad: Aceptar la responsabilidad de las acciones y decisiones propias es importante para ser asertivo, ya que demuestra confianza y madurez.
6. Negociar de manera efectiva: La capacidad de negociar de manera efectiva es esencial para llegar a una solución empresarial, buscando un acuerdo ganar-ganar.
7. Tener en cuenta el contexto: Tener en cuenta el contexto en el que se está discutiendo el problema o conflicto es importante para elegir la mejor estrategia de comunicación y llegar a una solución eficaz.

3.5 Creatividad al resolver un problema

La creatividad es una habilidad importante para resolver problemas de manera eficaz. A continuación, se describen algunas formas en las cuales se puede implementar la creatividad para resolver un problema:

Figura 17. Como ser creativo

Formas de ser creativo solucionando problemas	Soluciones
Generar ideas	Generar una gran cantidad de ideas es esencial para encontrar una solución creativa. Puede ser útil utilizar técnicas de generación de ideas como el "pensamiento lateral" o el "brainstorming" en grupo.
Ver el problema desde diferentes perspectivas	Ver el problema desde diferentes perspectivas ayuda a encontrar soluciones innovadoras. Puede ser útil utilizar técnicas como la "perspectiva del usuario" o la "perspectiva del competidor".
Aceptar el riesgo	Aceptar el riesgo es esencial para la creatividad, ya que muchas soluciones innovadoras implican salirse de la zona de confort y probar algo nuevo.
Asociar ideas	Asociar ideas de áreas diferentes puede ayudar a encontrar soluciones creativas. Puede ser útil utilizar técnicas como el "mapa mental" o la "síntesis creativa" para asociar ideas.
Experimentar	Experimentar con diferentes enfoques o técnicas es esencial para encontrar una solución creativa. Puede ser útil utilizar técnicas como el "prototipado" o el "ensayo y error".
Fomentar un ambiente de creatividad	Fomentar un ambiente de creatividad en la empresa es esencial para estimular la creatividad de los empleados y resolver problemas de manera eficaz. Puede ser útil promover un ambiente de trabajo abierto, colaborativo y libre de juicios.
Evaluar y seleccionar las mejores ideas	Evaluar y seleccionar las mejores ideas es esencial para implementar una solución creativa. Puede ser útil utilizar técnicas como la "evaluación de la viabilidad" o la "evaluación de la factibilidad" para determinar cuál es la mejor idea.

FUENTE Elaboración propia, 2022

Etapa 3: Evaluación del programa de capacitación

La capacitación, ser evaluada para establecer su efectividad. Evaluación y medición de resultados: Se verifica que el programa de capacitación provoca cambios en el conocimiento, las habilidades y las actitudes de los participantes. El Modelo estratégico de capacitación establece tres criterios básicos para evaluar la capacitación a través de una encuesta de salida

Figura 18. Instrucciones

Instrucciones
La serie de preguntas que se realizan a continuación sólo tiene 2 respuesta ya que es una encuesta abierta
Marca con una X el recuadro que elijas

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 19. Encuesta

Pregunta	Si	No
¿Se te ha brindado la capacitación adecuada?		
¿El instructor maneja la información de manera clara?		
¿El material proporcionado y/o utilizado es adecuado?		
¿El instructor resuelve dudas y ejemplos?		
¿El instructor es puntual y respetuoso?		
¿Qué otro tema estarías interesado para recibir capacitación?		

FUENTE Elaboración propia, 2022

Etapa 4: Medición de los resultados

Análisis de datos (cualitativo y cuantitativo). El método cualitativo y cuantitativo son dos enfoques diferentes para la recolección y análisis de datos en un curso de liderazgo.

Método cualitativo: Este enfoque se basa en la recolección de datos a través de entrevistas, grupos de discusión, observación y análisis de documentos. La información se recolecta de manera no estandarizada y se analiza de forma interpretativa. Es útil para entender las experiencias subjetivas, las opiniones, las creencias, las actitudes y las motivaciones de los individuos.

Método cuantitativo: Este enfoque se basa en la recolección de datos mediante encuestas y pruebas estandarizadas, y su análisis mediante estadísticas y técnicas matemáticas. La información se recolecta de manera estandarizada y se analiza de forma cuantitativa. Es útil para medir la frecuencia, la magnitud y la relación entre variables. En un curso de liderazgo, se pueden utilizar ambos métodos para obtener una comprensión completa de los participantes y su desempeño en el trabajo. Se puede utilizar el método cualitativo para obtener una comprensión profunda de las experiencias subjetivas de los participantes, y el método cuantitativo para obtener una comprensión general de las tendencias y patrones en el desempeño del liderazgo.

Recolección y Análisis de datos

La investigación ha demostrado que las empresas con líderes efectivos tienen un mejor desempeño financiero en comparación con las empresas con líderes inefectivos. En promedio, las empresas con líderes efectivos tienen un rendimiento financiero más alto que las empresas con líderes inefectivos. Además, las empresas con líderes efectivos también tienden a tener un mejor clima laboral, lo que se traduce en una mayor satisfacción y retención de los empleados.

Además, los líderes también juegan un papel importante en la innovación y la creatividad de la empresa. Un líder creativo y abierto a nuevas ideas puede fomentar un ambiente de trabajo innovador y ayudar a la empresa a mantener su ventaja competitiva.

En conclusión, el liderazgo empresarial es esencial para el éxito de cualquier empresa y tiene un impacto significativo en el rendimiento financiero, el clima laboral y la innovación de la empresa. Es importante que las empresas inviertan en el desarrollo de sus líderes para asegurar el éxito a largo plazo.

Material de Apoyo

A continuación, se muestran imágenes del material de apoyo para la capacitación impartir, con imágenes.

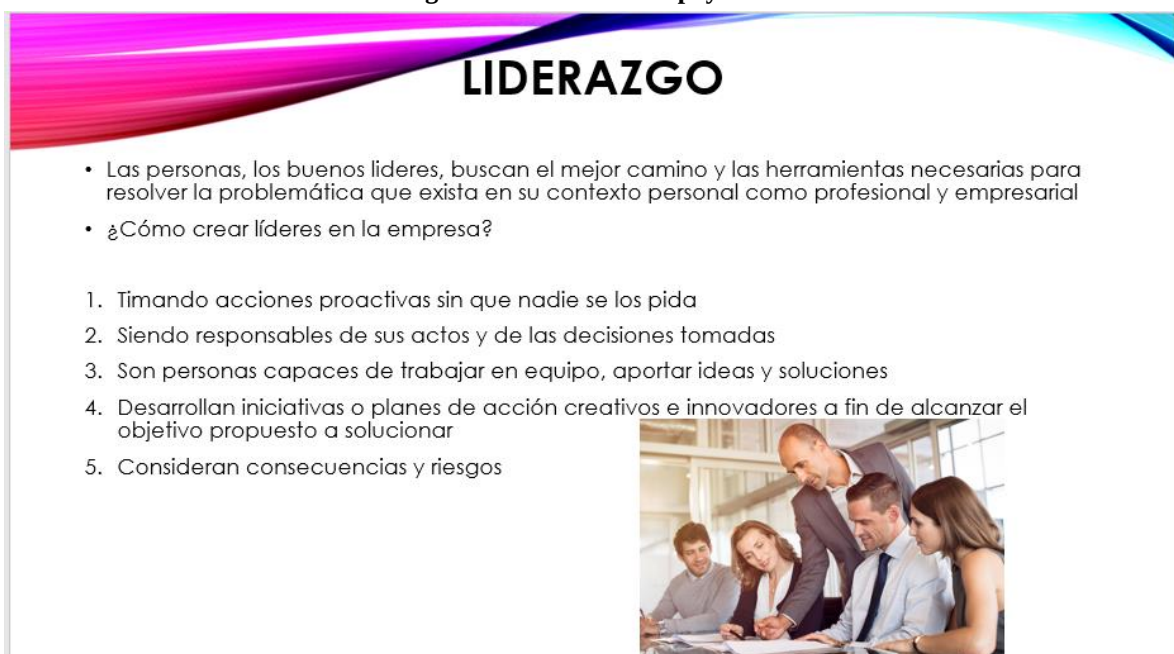
Para que la capacitación del personal del liderazgo sea efectiva, requiere del apoyo de los materiales, del equipo y de la planeación logística adecuados donde se muestra el desarrollo del programa de capacitación, como lo que se mostrara a continuación.

Figura 20. Material de apoyo 1



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 21. Material de apoyo 1.1



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 22. Material de apoyo 1.2

CONCLUSIÓN

- En conclusión, el liderazgo empresarial es un aspecto crítico para el éxito de cualquier empresa. Los líderes son responsables de guiar y dirigir a los empleados hacia el logro de los objetivos de la empresa, y su influencia se extiende más allá de las metas financieras.
- Un liderazgo efectivo puede crear un ambiente laboral positivo y colaborativo, fomentando la motivación y el compromiso de los empleados. Los líderes efectivos también son capaces de inspirar y guiar a su equipo hacia la innovación y la creatividad, ayudando a la empresa a mantener su ventaja competitiva.



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 23. Material de apoyo 1.3

COACHING EMPRESARIAL

- El Coaching puede acompañarse la fase inicial del grupo con la asignación de un coach grupal, sobre todo si se trata de la primera experiencia de los equipos de trabajo. El coach no tiene que liderar al equipo sino realizar ejercicios de construcción grupal y acompañar la organización y agenda inicial del equipo



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 24. Material de apoyo 1.4

CONCLUSIÓN

- El coaching muestra cierto grado de integridad entre los miembros de cada equipo de trabajo en una empresa, y las diferencias pueden estar ubicadas en las diferencias generacionales, la toma de decisiones centralizada y los ejercicios de unión para los trabajadores. Siendo estos la fortalezas y riquezas de los valores empresariales como portadora del poder simbólico y emocional para la unión y creación de un buen ambiente laboral que promueva el buen desempeño laboral



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 25. Material de apoyo 1.5

SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y CREATIVIDAD

- Se puede ser positivo o negativo, pero siempre se debe de ser realista.
- Ambas posturas nos pueden generar beneficios, se deben encausar los hechos, sin ocultar ni omitir. Se debe ser muy objetivo, es importantes estudiar el problema y tener estrategias para poder afrontarlo. El aplicar un pensamiento lateral para la solución de problemas, implica generar ideas, buscar sumar alternativas



FUENTE Elaboración propia, 2022

CONCLUSIÓN

- ES vital desarrollar la habilidad de generar alternativas de solución, contribuirán a generar una salida, o por lo menos reducir el impacto de la misma. Esta es buena respuesta de cuando es necesario innovar en una empresa



FUENTE Elaboración propia, 2022

PROGRAMA DE CAPACITACION DE WORKSHOP

En el desglose del marco teórico, se estructuro el cronograma de actividades y diseño del plan de trabajo desarrollado en 3 meses para su aplicación.

Las etapas que se trataran durante el proceso de capacitación, proponen un proceso de gestión de capacitación desarrollado en cuatro etapas sucesivas, cuyo propósito de estas es fundamentalmente; revisión de necesidades, planificación del programa, ejecución del programa y evaluación del resultado.

DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO

Este plan tiene como objetivo asegurar que la evolución de la empresa es oportuna y se encuentra enfocada en las principales necesidades estratégicas de la organización.

Realización de evaluación y propuestas: Nos enfocaremos en las características en el ámbito general de la educación, se manifiesta de forma inequívoca en el sector universitario en el que se proyectan además las tendencias evaluativas que apuntan al control (económico).

la preocupación por la evaluación universitaria (profesores, institución, programas de postgrado fundamentalmente) constituye un rasgo esencial de la educación superior, La necesidad de evaluación de la institución universitaria parece obvia. La educación es una actividad propositiva, intencional y, en consecuencia, la determinación de si se logran, y en qué grado, las metas es un elemento constitutivo de la propia acción. No sería razonable desentenderse de los efectos que justifican la actividad.

Análisis de la problemática como consultor: Por lo que se ha desarrollado una propuesta para el control y dirección de la universidad gracias a que el propósito del servicio puede ser establecido por el cliente.

DISEÑO DE TEMAS DE TEMAS Y PROGEMA DE CAPACITACIÓN

El diseño del programa son los temas que se desarrollaran y la creación del material, así como su conducción y aplicación mediante diapositivas:

Figura 27. Tópicos Workshop

Temas	Actividades	Sesiones, (Duración 3 meses)
1. Evaluación Integral	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	1
1.1 Problemáticas definidas	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	2
1.2 Ejecución de la inmersión	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	3
1.3 Hipótesis de los próximos clientes	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	4
2. Propuesta de valor	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	5
2.1 Innovación y valoración de empresa.	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	6
3. Modelo canvas	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	7
3.1 segmentos de clientes	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	8
3.2 canales	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	9
3.3 relación con los clientes	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	10
3.4 flujo de ingresos	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	11
3.5 recursos y actividades clave	Presentaciones de diapositivas dirigida por el instructor	12

FUENTE Elaboración propia, 2022

1. Evaluación Integral

El módulo nos ayudara a mejorar su rendimiento empresarial en los ámbitos de las operaciones, rentabilidad, gestión administrativa y aspectos estructurales para tomar decisiones corporativas estratégicas.

La evolución integral del trabajador debe desarrollarse como respuesta a las exigencias de su desarrollo intelectual y físico, así como a la formación de sentimientos, cualidades, y valores, todo lo cual dará cumplimiento a los objetivos de la educación en sentido general, y en

particular a los objetivos del modelo del profesional de su carrera, pues permite mediante, procedimientos específicos, conocer el avance del desarrollo de normas de conducta, y a la formación de cualidades y valores identificados en su estrategia educativa.

La Metodología que podemos usar para realizar la evaluación integral es la siguiente:

Figura 28. Metodología para evaluación

Análisis preliminar:	Consiste en el primer acercamiento para conocer aspectos como: Nombre, giro del negocio, ubicación, estructura, etc.
Revisión integral	Analizar a fondo los aspectos que conciernen a toda la organización, incluyendo; legales, laborales, geográficos, históricos, misión, visión, estructura, etc.
Revisión específica	Este modelo explica cómo, de manera intencional, se puede orientar el aprendizaje hacia metas específicas y por lo tanto planificar como llegar a la meta
Creación de cédulas	En esta parte se puede analizar y sintetizar los aspectos más importantes que se encontraron en la investigación.

FUENTE Elaboración propia, 2022

1.1 Problemáticas definidas

Desde el punto de vista teórico, las organizaciones dependen de la estimación, en términos probabilísticos de dichas corrientes, así como de la tasa de descuento para cada periodo.

Sin embargo, muchas veces no sabemos por dónde empezar, incluso no tenemos idea de donde pueden aparecer los problemas. En esta entrada hemos considerado 4 formas para identificar problemas en una empresa:

1. Verificar los indicadores de la Empresa: Detectar algún problema en una empresa, es tu cuadro de control de indicadores.
2. Preguntar a los Clientes: Debes poner atención en lo que dicen tus clientes, para poder adaptarte a sus nuevas necesidades. Ellos te informarán de los problemas u oportunidades de mejora.
3. Preguntar a los Trabajadores: Busca realizar reuniones, enfoque en grupos y/o entrevistas con los trabajadores cada cierto tiempo; para conocer cómo realizan sus actividades, las dificultades que tiene para realizar sus procesos en el día a día y con qué frecuencia se presentan.
4. Benchmarking: Tomar como referencia los productos, servicios, procesos y prácticas de las empresas líderes, para compararlos.

Aunque solemos pensar que los problemas son algo malo; estos representan oportunidades para obtener mejores resultados en nuestros negocios y trabajo. Ahora que ya conocemos 4

formas sobre cómo identificar problemas en una empresa, se analizara la forma en la que nosotros podemos resolver las problemáticas que se encuentran dentro de la empresa que estemos:

- Investigación: Llevar a cabo investigaciones para dar a conocer que áreas están fallando o poder comprender las necesidades y requerimientos de la empresa.
- Análisis: Realizar las mediciones necesarias de los indicadores clave para el desempeño del área o estadísticas que se obtengan.
- Formulación de estrategias: Valorar los pros y contras de las estrategias potenciales que se sugieren.
- Presentación de informes: Recabar los datos correspondientes para presentarlos de manera oral, visual y por escrito.
- Recomendaciones: Formular recomendaciones viables de mejoras, para saber que hallazgos frustran al cliente.
- Implementación: Gestionar los cambios y adoptar las soluciones acordadas. Además de evaluar los problemas potenciales que pudieran surgir, y tomar las medidas correctivas.
- Elaboración de procedimientos: Después de haber implantado y probado las medidas de optimización, se deben elaborar nuevos procedimientos y capacitar a los empleados.

1.2 Ejecución de la inmersión

El objetivo de elaborar una buena estrategia de mejora continua es generar procesos de cambio que sean sostenibles en el tiempo y mejorar la relación y experiencia dentro de la empresa en cualquier ámbito, ya sea económico, de procesos, marketing o cualquier área empresarial que se quiera cubrir.

Es importante saber porque se debe realizar una ejecución de inmersión dentro de la empresa. La búsqueda de técnicas de mejora continua dentro de las empresas coloca en un primer plano la capacidad que tienes como negocio para evolucionar. Logrando encontrar mejores procesos que se adapten y nos ayuden a progresar.

Razones para implementar una ejecución de inmersión

- Mejora tu oferta: Mejora la calidad del producto o servicio.
- Optimizar tus procesos: Reduce costos y optimiza procesos para que el trabajo sea más eficiente.
- Mejora la comunicación interna: Es la forma en la que damos a conocer a nuestros colaboradores los cambios internos y cuáles son nuestros objetivos.

- Mejora el clima laboral: Cuando tu equipo mejora el trabajo unido en función, al cumplimiento de objetivos en común.

Para poder desarrollar una elección de inmersión en una empresa se deben de seguir los siguientes pasos:

1. La implementación de mejores en los procesos de fabricación para hacer que la producción sea más eficiente.
2. La instalación de calendarios fáciles de consulta para plazos de entrega óptimos y agilizar las operaciones de promoción.
3. La aportación de estrategias vanguardistas para acelerar el lanzamiento de nuevos productos.
4. El establecimiento de sistemas predecibles para conocer los datos e información relativos a la gestión empresarial.
5. La creación y desarrollo de sistemas escalables que permitan solucionar problemas fácilmente cuando surjan.
6. La instauración de políticas de contratación ideales para el tamaño de la empresa.
7. Y la ejecución de enfoques de generación de clientes potenciales y para la retención de los clientes existentes

1.3 Hipótesis de los próximos clientes

Los objetivos específicos que se buscan abordar son:

- Identificar las principales estrategias de marketing para fidelizar a los consumidores de la compañía.
- Analizar las propuestas de mejora y la eficiencia de la compañía para atraer al cliente.
- Determinar las estrategias que se ajustan al modelo de negocio de la industria y que se incluirán en el plan estratégico.
- Establecer un modelo de control y seguimiento de las estrategias de marketing que se aplicarán para crear un vínculo de confianza en los usuarios de la empresa.

Identificar un cliente potencial con un problema que no está bien resuelto por el mercado, ese será nuestro objetivo.

Para mantener a los clientes dentro de la organización, su fidelización podemos usar las siguientes estrategias:

- El desarrollo de una perspectiva adecuada: Los gerentes y empleados de las empresas de servicios deben recordar que la empresa existe para satisfacer las necesidades y deseos de sus consumidores.
- Mantenerse en contacto: Contactar a los clientes entre los encuentros de servicio es un método útil en la generación relacional con la empresa de servicios.

- Proporcionar un esfuerzo discrecional: El esfuerzo discrecional implica innumerables toques personales, las pequeñas cosas que distinguen una operación de negocios discreta de una relación continua
 - Dirigir la lealtad de arriba-hacia abajo: La alta gerencia que es leal a sus empleados crea una cultura de servicio donde los empleados transmiten esa lealtad a sus clientes.
 - Capacitación de los empleados: Comunicar a los empleados la expectativa de una excelente entrega del servicio y darles las herramientas.
 - Ofrecer incentivos: Los incentivos son una buena característica de valor agregado que cultiva y conserva la lealtad.
-
- Recordar las compras de sus clientes: una buena memoria sobre las compras anteriores de los clientes les indica que son individuos importantes, y no parte de una masa conocida como “los clientes”.
 - Generar la confianza: la confianza se define como una creencia firme en la honestidad, integridad y fiabilidad de otra persona.

Estrategia de fidelización se crea con el objetivo de mantener, fidelizar y captar nuevos y activos consumidores para expandir la cartera de clientes y obtener un mayor margen de utilidad.

2 propuesta de Valor

Es la promesa de valor que un cliente espera recibir por parte de una empresa. Es más que una simple descripción del producto o servicio: es la solución específica que tu empresa brinda a un cliente, y que un competidor no puede ofrecer.

Se debe definir claramente por qué alguien querría comprar o tener tratos con tu empresa.

Pasos para realizar una propuesta de valor:

- Explicar claramente el valor de nuestro producto o servicio.
- Explicar por qué la gente nos compraría a nosotros y no a nuestra competencia.
- Asegurarnos de que nuestra proposición es única.
- Dirigirnos a segmentos específicos de compradores en vez de escribir propuestas generalistas.
- Hacer una investigación de la competencia antes de ponernos a crear nuestra propuesta.

Como desarrollarlo en un producto:

1. Título: Puede ser creativo y atractivo, pero ante todo debe ser claro y conciso.
2. Subtítulo: Debe explicar en detalle qué ofrece tu empresa, a quién sirve y por qué.
3. Elemento visual: Un video, una infografía o una imagen pueden transmitir tu propuesta de valor para captar la atención de tu audiencia.

La parte más importante de todo el proceso es que nuestra propuesta de valor debe ser corta, simple y fácil de entender.

2.1 Innovación y la valoración de la empresa

La incorporación de nuevas ideas, procedimientos, servicios o productos dentro de una organización con el fin de mejorar sus procesos corporativos y aumentar sus ingresos.

La valoración de alguna empresa desde el punto de vista de lo tangible e intangible por medio del ámbito profesional se ve reflejado en los negocios y sus acciones en el mercado donde se desenvuelven, una buena organización se basa en el talento del personal e innovación del producto propuesto y conocimiento que tienen los integrantes que a su vez las hacen más exitosas y productivas en los mercados donde participan.

Generar una información adecuadamente útil y analizada para que a su vez esta sea evaluada, así permitirá alcanzar la estimación de un rango de valores para acotar el valor de la empresa y tener beneficios calculables.

Crea un modelo de negocio diferente:

Crear una ventaja competitiva mucho mayor que al innovar sobre productos o servicios en la forma en la que la organización crea valor y lo facilita a sus clientes.

Diferénciate con tu producto:

Se requiere llevar a cabo una serie de procesos de manera responsable con los ámbitos creativos y entornos colaborativos que produzcan resultados innovadores a través de la creación de ideas.

Mejora y eleva tu servicio:

Realizar una innovación en este ámbito donde te podría permitir encontrar la diferenciación de tu competencia.

Reinventa los procesos:

Requiere el que busques los mejores instrumentos de medición que permitan validar o corregir tus acciones en la manera de hacer cosas diferentes y establecerlas de manera efectiva, ya sea interno o externo a tu empresa.

Digitalización de tu empresa:

Buscar alternativas para resaltar en el mundo del internet, realizando cambios tecnológicos intenso y estos se reflejan grandemente en la forma en la que las personas acceden a la información y consumen.

Muchas veces cuando se establece un negocio o están en proceso de hacerlo, los emprendedores se cierran o se limitan a hacer cosas nuevas por tal vez desconocer lo grandioso que puede ser el factor innovador dentro de su empresa. Otras veces, hay quienes se limitan a innovar porque desconocen cómo pueden hacerlo. El pensamiento de que la palabra innovación es únicamente un sinónimo de tecnología es muy común, pero se equivocan. Innovar es mucho más que eso y a través de este escrito queremos enumerar cinco formas con las que puedes hacerlo en tu empresa.

3 Modelo Canvas

El modelo canvas se refiere a ser visual, con bajo costo y colaborativa. Además, proporciona un lenguaje común para describir, visualizar y también adaptar modelos de negocio en un solo cuadro.

El enfoque del modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear modelos de negocio. Gracias a su formato de lienzo, el modelo canvas ofrece un panorama global y simplificado de la empresa.

Figura 29. Importancia del modelo canvas

Temas de importancia para una empresa	Permite la visualización global de cada uno de los aspectos importantes del negocio.
La practicidad del método	Dar apoyo innovador a cada producto que tenga menor ganancias en su gama de productos en el mercado. La asistencia la daremos de manera virtual para conocer sus opiniones y dudas del porque no se vende tal producto.
La forma más sencilla	En la presentación se deberá exponer los elementos reales dentro de una empresa, haciendo una lluvia de ideas y facilitando las mejoras en los productos o en cada área administrativa.
Facilidad de exponer gráficamente las ideas	Permitir dar un vistazo a los aspectos relevantes de la unidad productiva. Analizando que tan productiva es la empresa desde hace algunos años.
La empresa puede ser adaptable	Dar una propuesta detallada de la empresa para saber cómo se podrán dar los cambios correspondientes en el crecimiento del proyecto.
Elementos a exponer	Exponer cada área administrativa en contexto de un proyecto de forma didáctica, interactiva e intuitiva.

Introducción

3.1 Segmento de clientes

En este segmento se dará una representación visual de los principales aspectos de cada conjunto de clientes. Dividido en bloques, presentando referencias importantes sobre la base de los consumidores, para saber que rango de aceptación tiene el producto que se ofrece.

Visualizando las diapositivas podremos dar un seguimiento preciso de cómo atraer más consumidores.

- segmentación demográfica: analizar las características generales de las personas que consumen el producto a vender.
- segmentación geográfica: analizar la región de venta para saber cómo tener mayor grado de aceptación.
- segmentación de comportamiento: aportar aspectos más subjetivos de los individuos y nos basaremos en sus actitudes para saber cómo visualiza el producto.
- segmentación psicográfica: presentar información de las necesidades de los clientes a su vez saber el estilo de vida y su personalidad, basándonos en ideas para el crecimiento de la empresa y teniendo un pensamiento crítico hacia nuestro servicio.

Figura 30. Segmentos de clientes

Temas	Relación entre ellos
Socios clave	Trabajar en equipo en la construcción del modelo de negocio, desde diferentes puntos de vista y con enfoque multidisciplinario. Facilitar la lectura y el entendimiento del modelo de negocio, por ser una herramienta muy visual, intuitiva y sencilla. Analizar el negocio desde diferentes perspectivas, como el mercado, logística y canales de distribución, comercial
Propuesta de valor	
Estructura de costes	

FUENTE Elaboración propia, 2022

El modelo implica que se va construyendo y actualizando a medida que la empresa confirma su segmento de clientes, refuerza su posicionamiento, crea ideas nuevas, entre otros factores.

3.2 Canales

Mejorar los medios que tiene la empresa para hacer llegar la propuesta de valor a sus clientes, se definen los canales de distribución más rápidos y rentables.

2 canales en específico son:

Canales propios por medios informáticos de la empresa: ofrecer una atención diferenciada y, así, mejorar la satisfacción de los consumidores de un producto o servicio por medio de las redes sociales y páginas verificadas por la organización.

Canales a través de distribuidores: optimizar la calidad de las campañas o colaboraciones con distintas corporaciones, ya que tanto el lenguaje como el mensaje y el enfoque sean más asertivos.

Ambos canales describen el deseo del consumidor de maximizar su tiempo. Por eso, definir una cadena de distribución eficiente es de gran importancia para la propuesta de valor.

3.3 Relación con los clientes

Tratar de tener una relación colaborativa entre los diferentes miembros de la organización. Hay interacción directa entre los clientes y la empresa, incluso resolvemos los problemas gracias a ciertos clientes que nos ayudan a mejorar por medio de encuestas de satisfacción o entrevistas para saber que mejoras le darían a un producto.

Estrategias para la relación con los clientes:

- Haz que tus agentes empatasen con los clientes y sus problemas
- Analiza las quejas y sácales el máximo partido
- Dirige tu producto o servicio al público indicado
- Nunca pierdas el contacto con los clientes
- Trabaja los errores de los agentes
- Un cliente feliz es la mejor estrategia de marketing

Es fundamental recordar la importancia que tiene una empresa, el servicio de atención al cliente puede liderar con éxito tu equipo, debes conocer las mejores estrategias para crear relaciones fuertes y duraderas con tus clientes.

3.4 Flujo de ingresos

Con una asistencia diaria ayudara a formar una empresa más rentable. En este bloque definiremos cómo se va a garantizar el flujo de ingresos en la empresa a tratar.

El precio que cobrarás a tus clientes

- Una estrategia de precios es el conjunto de técnicas y actividades enfocadas en determinar los precios que asignar a los productos y servicios de un negocio.

- Dirección a diferentes segmentos cuando analices los segmentos de mercado a los que te diriges, si es necesario diversificar tus canales y, por lo tanto, los costes para cada uno de ellos.
- Identificarás cuáles de ellos son más rentables, generaremos estrategias con un fin beneficioso al plan de trabajo de la organización, para saber que demanda tiene un producto en el mercado global.
- cuántos clientes necesita tu organización para generar ganancias, para obtener el flujo de ingresos existen varias opciones que, como ya adelantamos, puedes combinar según los segmentos a los que te dirijas. Por eso es importante que investigues el comportamiento de tu público objetivo y la manera en que tu oferta de valor se puede convertir en una buena opción para tus clientes.

Recuerda que, debido a que lo abordaremos desde el modelo Canvas, debes tener algunos aspectos ya cubiertos, como la segmentación de clientes, la propuesta de valor, los canales de venta, la estructura del coste, entre otros.

Figura 31. Puntos a desarrollar flujo de ingresos

Puntos a desarrollar	Pasos para tener un flujo de ingresos
Averigua cuánto desean pagar tus clientes	Investigar la segmentación del mercado al que te diriges para saber los hábitos y comportamientos de compra que tienen con tus principales competidores.
Proyecta cuánto dinero necesitas para operar tu negocio	Paga los gastos regulares relacionados directamente con la fabricación de tu producto o la oferta de tu servicio.
Analiza cómo pagan tus clientes ahora	Analizar datos para considerar ampliar tus opciones disponibles (como un estudio de mercado)
Revisa cómo funciona tu punto de venta	El valor del mercado permite que se lleven a cabo transacciones individuales o recurrentes para que tu oferta sea más atractiva.
Estudia tus flujos de ingresos	Priorizar recursos para optimizar aquellos que generan la mayor cantidad de ingresos.

FUENTE Elaboración propia, 2022

Puntos finales a analizar para mantener un flujo de ingresos:

- venta de activos o bienes físicos: son bienes tangibles o intangibles de una empresa legalmente constituida de cualquier tamaño y giro de actividad, y que le sirven a ésta para funcionar.
- tarifa de uso de un servicio particular: se aplica a todos los servicios que destinen la energía para uso de residencia, apartamento, apartamento en condominio o vivienda.

- tarifa de suscripción a un servicio continuo: consiste en el pago regular de un producto o servicio.
- venta de espacios publicitarios: es una forma de rentabilizar un espacio, así como una posibilidad para aquellos que buscan un lugar o medio en el que mostrar y promocionar un producto o marca para provocar cierta actitud de un potencial cliente hacia ese producto o servicio.

Un flujo de ingresos es uno de los componentes básicos de un negocio. El valor económico que los clientes están dispuestos a pagar por los productos y servicios ofrecidos. Si bien una fuente de ingresos no es un negocio modelo, sí influye en cómo un modelo de negocio funciona y entrega valor.

3.5 Recursos y actividades clave

Los **recursos clave** son aquellos recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros, ya que garantizaremos a la empresa que crearemos un valor para el cliente.

Al darle valor a la empresa podremos llevar a cabo las actividades necesarias para hacerlo bien, pero también es pensar en su posicionamiento en el mercado gracias a las ventas que produce anualmente la organización.

Actividades a realizar:

- Desarrollo de la plataforma: Buscan expandir su presencia al plano de la web para tener una organización logística más eficiente, incluso si las tareas de inventario, facturación o logística se ejecutan de manera constante.
- Evaluación continua sobre las áreas a trabajar: Evaluar el trabajo en las áreas necesariamente debes medir su rendimiento, contribuir aportando ideas, compartiendo responsabilidades y trabajando con la retroalimentación de otros miembros del equipo.
- Evaluación de calidad de producto a vender: Se mide a partir de **variables cuantificables**, Para evaluar la calidad de un producto hay que establecer instrumentos de medición en las distintas etapas del proceso de fabricación, ya que todo va a influir en la calidad resultante del producto.
- Marketing para el posicionamiento de la marca: las marcas deben asociarse a un **atributo único y relevante**, Consiste en posicionarse como la marca que ofrece el mejor producto en el mercado global.

Los recursos de una empresa están presentes desde el proceso de planeación, en la producción y en la distribución del producto o servicio y son indispensables para llevar a cabo las funciones diarias. Esto también incluye herramientas digitales que te ayuden a administrar las áreas de la empresa.

Evaluación del programa de capacitación

Análisis de datos (cualitativo y cuantitativo). Informe de resultados, los cuales son la base para fundamentar y estructurar el programa de workshop.

La investigación ha demostrado que las empresas que trabajan sobre el modelo de workshop tienen mayor productividad que otras empresas que no lo aplican. En promedio, las empresas con líderes tienen un rendimiento financiero más alto que las empresas que buscan innovar con otros métodos. Además, las empresas tienen un mejor clima laboral y un mayor rango de crecimiento, lo que se traduce en una mayor satisfacción y retención de los empleados.

Medición de resultados

En esta investigación se demostró que las empresas que ocupan el modelo de workshop tienen mayor productividad por que hacen énfasis a los problemas cotidianos de la empresa y llevan a cabo una asociación cercana con los clientes porque les dan la oportunidad de tener algunas decisiones dentro de la empresa, para saber cómo se lleva a cabo el préstamo del servicio, también dan soluciones a diferentes riesgos que corre la empresa, dan prioridad a las mejoras continuas de las diferentes áreas a trabajar.

También se elabora un plan de trabajo que atienda las necesidades del consumidor, gracias a esto se puede innovar o modificar el emprendimiento deseado, teniendo mejor margen de aceptación por parte de los posibles clientes potenciales.

Material de Apoyo

A continuación, se muestran imágenes del material de apoyo para la capacitación impartir, con imágenes.

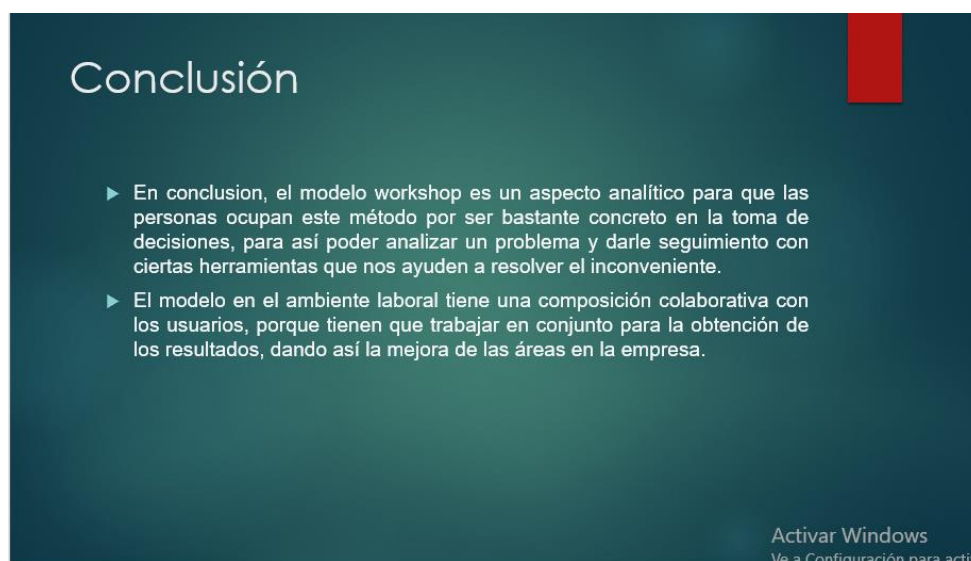
Para que la capacitación del personal del liderazgo sea efectiva, requiere del apoyo de los materiales, del equipo y de la planeación logística adecuados donde se muestra el desarrollo del programa de capacitación, como lo que se mostrara a continuación.

Figura 32. Material de apoyo Workshop 1



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 33. Material de apoyo Workshop 1.1



FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 34. Material de apoyo Workshop 1.2

Inmersión y validación

- ▶ Es la primera acción formal de la ejecución de un proyecto, como consultor empresarial, cualquiera que sea su tipo, es identificar el problema o necesidad que se pretende resolver. A objeto de evitar ambigüedades incluyo la definición de problema.
- ▶ la validación da la pauta de poder proteger los datos sensibles que se manejan es un requerimiento para poder cumplir con los objetivos previstos y así poder garantizar un nivel máximo de calidad de los procesos y tareas.



Activar Windows
Ve a Configuración para activar

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 35. Material de apoyo Workshop 1.3

Conclusión

- ▶ En la validación es primordial un sistemas de calidad, que provoca mayor fiabilidad y aceptación de los datos generados, a la vez es una actividad indispensable para asegurar que un objeto satisfaga los requisitos necesarios para un cierto uso. Todo método de medición debe ser validado. Puede darse el caso que el método haya sido suficientemente validado y descrito por quien lo desarrolle y quien lo aplique sólo tenga que demostrar su competencia para aplicarlo.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 36. Material de apoyo Workshop 1.4

Propuesta de valor

- ▶ Las tareas creativas y las tareas ejecutivas deben ser incorporadas formalmente en la estructura de la empresa, favorece el surgimiento de la innovación, por lo que se debe incorporar talento creativo y talento ejecutivo que vean las dos caras de una idea.
- ▶ Estas responsabilidades, con asesores internos o con departamentos especializados, dependiendo del tamaño de la empresa. Determine las áreas funcionales, tareas y decisiones corresponden a los creativos y a los ejecutivos. Asimismo, incorpore asesores externos que puedan ayudar a la empresa a obtener el equilibrio.



Activar Windows

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 37. Material de apoyo Workshop 1.5

Conclusión

- ▶ En conclusión, una propuesta de valor bien elaborada aporta las razones por las que un cliente debe comprar nuestro producto frente al de la competencia, más la forma cómo ésta se produce y se entrega, forman la base de la ventaja competitiva de la empresa.
- ▶ Nos da un punto de vista distinto al producto de otra marca, nos hace conscientes de la calidad y el diseño para escoger la empresa.

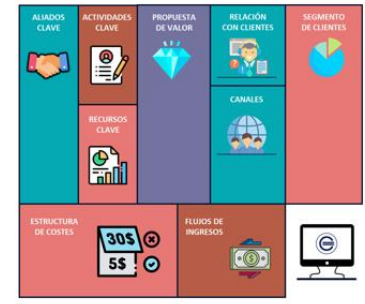
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 38. Material de apoyo Workshop 1.6

Modelo canvas

- ▶ Sirve para ir a la práctica y plasmar un modelo empresarial. Este es una “especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de la empresa”.
- **Novedad:** suplir necesidades hasta entonces inexistentes y que los clientes no podían percibir por no tener ninguna oferta parecida.
- **Mejora del rendimiento:** comercializar productos o servicios más eficientes.
- **Personalizar:** adaptación a las necesidades específicas del cliente.
- **Marca / estatus:** se puede encontrar valor en la exclusividad o lo que se atribuye al utilizarlo.
- **Precio:** ofrecer un valor inferior a lo que se encontraba en el mercado.
- **Accesibilidad:** tener los productos o servicios de una forma más cercana a lo que se tenía.



Activar Windows

FUENTE Elaboración propia, 2022

Figura 39. Material de apoyo Workshop 1.7

Conclusión

- ▶ La conclusion de este modelo, puede ser que es una herramienta pertinente en un contexto de emprendimiento e innovación, que si bien el plan de Negocio es importante, debe ser flexible, pendiente a responder a las oportunidades y necesidades de los consumidores a los que se les brindara un producto o servicio.
- ▶ Debe de tener una vista consiente de lo que se hará, modificando y adaptando la innovación al proyecto propuesto.

Activar Windows

FUENTE Elaboración propia, 2022

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Resultados sobre la propuesta del curso de capacitación

La responsabilidad de un líder es crear, a través de la correspondencia, la inspiración y la autoridad, un clima de empoderamiento que los demás consideren satisfactorio y atractivo. La iniciativa, la correspondencia y la inspiración son también cruciales para ayudar a otras personas a reconocer los cambios vitales en una organización, (en dónde estén trabajando) y, además, para crear un clima de trabajo estable y tranquilo.

Los líderes tienen numerosas cualidades, teniendo la iniciativa del liderazgo contando con diferentes aptitudes, como: audacia (fuerza interior), moral (audacia para reconocer la responsabilidad), física (audacia para enfrentarse a las dificultades), fuerza mental (juicio contemplado para la navegación), manejo desde el principio (capacidad para percibir rápidamente lo que ocurre), seguridad (capacidad para adherirse a una elección una vez tomada).

Después de examinar un poco los estilos de iniciativa y la preparación para la iniciativa, se puede razonar que un pionero "poderoso" decente debe saber cómo unir dos regiones jerárquicas: la consecución de objetivos o resultados y la creación de un lugar de trabajo satisfactorio. Hay que tener en cuenta que la creación de un lugar de trabajo no es algo sencillo, ya que siempre habrá componentes institucionales incendiarios que se opongan de forma duradera al cambio y, lo que es más importante, al reconocimiento de nuevas pautas de juego que entren en conflicto con los honores o las viejas tradiciones.

No se concibe realmente a un pionero, por lo que deben utilizarse estilos de iniciativa en función de las circunstancias y, en particular, deben realizarse estudios o estimaciones para evaluar el nivel del lugar de trabajo, haciendo todo lo posible por escuchar atentamente las necesidades de los representantes o del personal, sin comprometer el logro de los objetivos ni el interés general o la notoriedad de una asociación.

Practicar la administración no será nunca sencillo, ni tampoco será difícil producir un clima encantador para el conjunto, ya que cada individuo tiene intereses diversos y el mero hecho de sumarse, hasta cierto punto por una base instructiva, a las exigencias de unos y retrasar las de otros, crea decepción, por lo que un clima totalmente seguro es inimaginable. En cualquier caso, producir partes dominantes que se unan a las actividades institucionales, bajo un clima de principios claros y justos, sin duda contribuirá a la consecución de objetivos que a la larga ayudarán a todos los individuos de la asociación.

En esta investigación se ha demostrado que las empresas que ocupan el modelo de workshop tienen mayor productividad por que hacen énfasis a los problemas cotidianos de la empresa y llevan a cabo una asociación cercana con los clientes porque les dan la oportunidad de tener algunas decisiones dentro de la empresa, para saber cómo se lleva a cabo el préstamo del servicio, también dan soluciones a diferentes riesgos que corre la empresa, dan prioridad a las mejoras continuas de las diferentes áreas a trabajar.

También se elabora un plan de trabajo que atienda las necesidades del consumidor, gracias a esto se puede innovar o modificar el emprendimiento deseado, teniendo mejor margen de aceptación por parte de los posibles clientes potenciales.

CONCLUSIONES

El modelo de consultoría integral “workshop” tiene temas bastante complejos, porque se debe prestar totalmente la atención debida o se pierde en algún paso.

La mejor valoración de una empresa puede verse reflejado en que tan rentable pueda ser el servicio o el producto a realizar, se debe de conocer el mercado a tratar con un análisis y conocer un poco del tema a desarrollar. Cualquier persona que tenga un proyecto a futuro debe planearlo y seguir innovando el producto hasta llegar a la mejora continua, a la vez saber que la competencia también hace lo posible para sacar un mejor producto. Las fases del modelo canvas te permite comercializar o adaptar las necesidades del cliente a lo que se quiere ofrecer como empresa, tener un estatus y precio accesible para el valor del mercado.

El desarrollo de “Liderazgo” y realización de este trabajo tomo su tiempo, se abarcan diferentes tópicos adquiriendo más conocimientos. Existen temas que ya se conocen y se manejan. Cada individuo que toma este tema se emociona al involucrarse más en el tema principal, este tema no sólo permite tener una visión más amplia en la capacitación se pueden implementar estos conocimientos en específico en su próxima área de trabajo.

En mi experiencia en algunos trabajos laborales y escolares me he dado cuenta que no existe un buen circulo de trabajo que sea equitativo ni exista comunicación, en ellos las personas simplemente no desarrollan actividades que los una como equipo, siempre hay problemas, hace que el trabajo se vuelva tedioso, y desgastante. No existen lideres o personas capaces de tomar el puesto y liderar un desarrollo de trabajo exitoso, nadie opina nada, sólo escuchan y dicen que entienden, pero no se les motiva a participar. He vivido personalmente esa situación y cuando trabajo en equipo siempre quiero que todos en el equipo en donde este mantengamos una comunicación asertiva, yo no doy ordenes, yo expreso mis ideas y motivo a que los demás hagan lo mismo, acepto las sugerencias que hacen los demás. Cuando una persona no entiende siempre intento explicar el tema, busco soluciones y doy a entender el objetivo que se debe de lograr.

Ciertamente con este proyecto me queda más que claro el hecho de que todos podemos ser lideres, no sólo de un trabajo sino de nosotros mismos, podemos comprometernos a hacer las cosas bien, buscar las herramientas y llegar a cumplir la meta que se desea. El liderazgo para mí tomar el control, guiar a los demás cuando lo necesitan, estar al pendiente de cualquier cosa, tomar en cuenta buenas y malas situaciones, no culpar a nadie y ser responsable de las decisiones que tome. Realmente me gustaría impartir más que una propuesta, el curso de cómo ser un líder, como guiar tu equipo, como desarrollar aquellas características que definen a un buen líder, ya que creo que todos deben de ser su propio líder, quiero hacer que las

personas obtengan los mismos conocimientos del tema, poder lograr un cambio en aquellos que sienten que no pueden tomar una decisión por sí mismos.

Recomendaciones Workshop:

Recomendación del trabajo

Todas las empresas deben de tener un buen desempeño en las diferentes áreas a trabajar, gracias al proyecto podemos detectar quien tiene habilidades esenciales para ser un buen líder, teniendo en cuenta el ambiente laboral que genera esta persona.

Tomando en cuenta los 2 módulos a tratar puedo recomendar que, al leer este proyecto pueden darse a la idea de desempeñar estrategias y así dar pie a la mejora de la organización, promoviendo que personal administrativo puede llegar a la excelencia empresarial.

Percatándose de un estudio de mercado, pudieran saber que tan rentable es el producto a realizar, promoviendo la mejora del producto y así visualizar la comparación de precios o calidad de los productos de otras marcas.

Analizando distintas fuentes recomendaría generar una propuesta de valor que permita detectar los beneficios y errores en la calidad del servicio, actualizando o capacitando a los empleados para tener bonificaciones económicas a lo largo de los siguientes meses.

Recomendación del workshop en una empresa

Mantener un control de los empleados que tienen un buen desempeño en la empresa, dando acceso a una mejora salarial y fomentando el esfuerzo entre ellos para saber quién tiene una cualidad especial siendo el líder de un área a desempeñar.

Desarrollar una estrategia que les permita a los empleados acceder a un mejor conocimiento, capacitándolos en las nuevas modalidades de ventas y así actualizar a todo tu personal para saber cómo se mueve el mercado global.

Teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, podrían tener una mejora continua en la organización. Dando prioridad al ámbito tecnológico de la empresa y así generar valor a una propuesta de marketing que sea atractiva para el cliente a tratar.

Recomendación del workshop en general

Mi recomendación de este módulo seria tener en cuenta los problemas que genera la empresa al paso de los años, añadir una propuesta de valor para poder darle solución a la mala administración de una organización.

A la vez darle prioridad a la mejora del producto a realizar para satisfacer las necesidades futuras que puedan llegar a tener los clientes, enfocándose en la visión de la empresa e ir aprobando los objetivos deseados. A medida de ir mejorando la estrategia de marketing de la

organización podemos ver a qué nivel nos encontramos en el mercado y poder darles seguimiento a los productos de las marcas competentes.

Recomendaciones liderazgo:

Recomendación sobre un curso de liderazgo:

Considero que combina teoría y práctica, con un enfoque en habilidades de liderazgo y técnicas concretas para aplicarlas en el trabajo diario. Además, cada situación y cada equipo requiere un estilo de liderazgo diferente, por lo que es importante que los líderes sean flexibles y adaptables, y sepan aplicar diferentes técnicas y enfoques en función de las necesidades de cada situación.

En resumen, el liderazgo es una habilidad valiosa y esencial para el éxito, que requiere autoconocimiento, práctica y una mentalidad de constante.

Recomendación sobre liderazgo aplicado en una empresa:

Un buen líder en una empresa debe ser capaz de motivar a su equipo, ser un buen comunicador, tener habilidades de resolución de problemas y ser un buen modelo a seguir. Los consejos más importantes que se pueden dar a alguien para que aplique sus conocimientos como líder en una empresa son:

Enfatizar la importancia de la comunicación efectiva: Aprender a ser capaz de comunicar su visión y objetivos de manera clara y concisa a su equipo.

Fomentar la toma de decisiones y resolución de problemas Se deben de tomar decisiones informadas y resolver problemas de manera efectiva.

Destacar la importancia de la empatía y la colaboración: Se debe de ser capaz de comprender y trabajar con sus colegas y subordinados para alcanzar objetivos comunes.

Recomendación sobre liderazgo en general:

El liderazgo es una combinación de arte y ciencia, que requiere práctica y autoconocimiento constantes. Es importante ser un buen oyente, aprender de los demás y tener una mentalidad de crecimiento. Además, un buen líder debe tener una ética sólida y estar dispuesto a tomar decisiones difíciles.

COMPETENCIAS DESARROLLADAS

Se observó que, a lo largo de la realización de las residencias profesionales, se logró trabajar de manera íntegra en los procesos de investigación y desarrollo para alcanzar una propuesta eficiente y eficaz de capacitación especificada en el liderazgo. Todo esto gracias a la interpretación e investigación de información con un enfoque organizacional.

A continuación, se enlistan las competencias que se adquirieron en el transcurso de la residencia profesional, de manera general.

- Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas.
- Capacidad de aplicar conocimientos en la práctica.
- Capacidad de aprender.
- Capacidad de comunicación profesional de otras áreas.
- Compromiso ético.

Figura 40. Cuadro de competencias

Asignatura	Competencia de la asignatura	Actividad desarrollada	Perfil de egreso
Taller de investigación.	Desarrollar los elementos del protocolo en un documento en forma estructurada.	Aplicación de los elementos de la Investigación documental.	Habilito al conocer, analizar y descubrir áreas de oportunidad en los diferentes ámbitos donde desarrollará su profesión y proponer soluciones.
Comportamiento organizacional	Integra los elementos que conforman la organización que están relacionados con el comportamiento humano en un ambiente globalizado, para propiciar el desarrollo de organizaciones sanas.	Observar el comportamiento identificando la problemática que existe en las organizaciones, resaltando la falta de liderazgo en las empresas dentro del ámbito laboral y personal.	Obtuvieron una perspectiva amplia sobre los procesos del comportamiento humano en los diferentes niveles de una organización.
Desarrollo organizacional	Reconoce y utiliza las diversas teorías y herramientas de análisis.	Aplicaron la fase dinámica procedimental del proceso administrativo para la integración, dirección y control.	La capacidad para analizar y explicar los fenómenos propios de la actividad a través de un curso de capacitación.

FUENTE Elaboración propia, 2022

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Agosto (2019). Persona Física o Moral. Ventajas y desventajas. Google. infoautonomos Recuperado de <https://www.infoautonomos.mx/como-emprender/persona-fisica-o-moral/>.
- Aparicio, A. (2006). “El coach construye la confianza y si no existe la inventa”. DOSSIER, (N.º 204), 48-52, Recuperado en 2022.
- Arenas, Rondan y Cabrera, Olivares. (2012 y 2014). Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales. Google. scielo Recuperado de https://www.shttps://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642016000600003&script=sci_arttext&tlng=en.
- Arqueros. (2016). El proceso de coaching ejecutivo: evaluación de los factores que determinan su eficacia a través de un análisis de discurso. España Recuperado de <https://eprints.ucm.es/informar.html>.
- Bass, (2015). Liderazgo: estilos de liderazgo según Kurt Lewin y análisis de un caso real. []. Recuperado de https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3638/Zuzama_Covas_J%09uana_Maria.pdf?sequence=1.
- Chiavenato. (30 NOVIEMBRE, 2018). Liderazgo: factor clave para el éxito de las organizaciones. Unimex Recuperado de <https://unimex.edu.mx/soyunimex/liderazgo-factor-clave-para-el-exito-de-las-organizaciones/>.
- Cohen Williams. (marzo 2011). Consultoría empresarial nociones generales. google Recuperado de https://unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/Agosto_2011/CORREA%20SILVA_FCA/MarcoTeorico.pdf.
- Creswell, John W.. (2014). Investigación Cualitativa y Diseño Investigativo. Denver Colorado: Edith King del College of Education.

- Díaz Zambrano Alfonso. (marzo 2011). Consultoría empresarial nociones generales. google Recuperado de https://unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/Agosto_2011/CORREA%20SILVA_FCA/MarcoTeorico.pdf.
- Goleman. (09/06/2022). Tipos de liderazgo según Daniel Goleman. LA MENTE ES MARAVILLOSA. lamenteesmaravillosa.com Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/tipos-de-liderazgo-segun-daniel-goleman/>.
- Hernández Carrera, Rafael Manuel . (2014). Qualitative research trough interviews: Its analysis by Grounded Theory. Universidad de Sevilla: SAGE Publications.
- Inanna, Catalá. (2022). Equipos de Alto Rendimiento. España.
- (2020). innovación en la inmersión empresarial. google. stefanini group Recuperado de <https://stefanini.com/es/tendencias/articulos/colaborar-en-un-entorno-de-innovacion-con-inmersion-empresarial>.
- (Junio 2017). Manual practico de consultoría . google Recuperado de <https://sites.google.com/site/manualconsultoria/-diagnostico-preliminar-de-los-problemas-mandato>.
- Karina Da Silva . (21 Nov 2022). Cuáles son las características más importantes de una empresa. google. CUIDA TU DINERO Recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13714602/cuales-son-las-caracteristicas-mas-importantes-de-una-empresa>.
- Linus dahlander. (junio 2020). “Why Now Is the Time for Open Innovation”. google. Harvard Business Recuperado de <https://hbr.org/2020/06/why-now-is-the-time-for-open-innovation>.
- Lotze, Rudolf Hermann.. (2018). LOTZE. DAS DASEIN DER SEELE. N° 54.. Madrid España: Libreria Lopez de Araujo.
- Luzuriaga, Fragoso. (2015). Inteligencia emocional y competencias emocionales en educación superior, ¿un mismo concepto? Revista Iberoamericana de Educación Superior, (vol. VI, núm. 16), Pp. 110-125.
- María Camila Crespo. (6 de abril de 2022). Modelo Canvas. google. RD STATION Recuperado de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>.

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

- María-Elena Díaz-Calzada. (2020-05-27). Equipos de alto desempeño para la competitividad de empresas de servicios industriales. Querétaro, México. Desarrollo General Recuperado de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/about>.
- Martin wallin. (junio 2020). "Why Now Is the Time for Open Innovation". google. Harvard Business Recuperado de <https://hbr.org/2020/06/why-now-is-the-time-for-open-innovation>.
- Maxwell, (09 marzo 2016). Evaluación del liderazgo organizacional y directivo en las escuelas de medicina de México. Tecnológico de Monterrey, México: Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivar 4.0 Internacional.
- Peiró y NIRMALYA KUMAR . (2019). INGENIERA EN MARKETING PROPUESTA. google. UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Recuperado de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4906/1/2%20AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20INFLUENCIA%20DE%20LA%20PROPUESTA%20DE%20VALOR%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20CASO%20APLICARSE%20EN%20LAS%20MICROEMPRESAS%20DEL%20CANT%C3%93N%20MILAGRO.pdf>.
- Roger Connors, Tom Smith, Craig Hickman. (2018). La Accountability explicada a través del libro "El principio de Oz". Sitio web. Linkedin Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/la-accountability-explicada-trav%C3%A9s-del-libro-el-principio-hugo-aquino>.
- Schedler. (2015). Accountability, rendición de cuentas y controles a la administración. ¿Cómo funcionan en Argentina según el ordenamiento jurídico vigente? Revista Opinión Jurídica, 22 pág.
- Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. (15/11/2022). Misión, Visión y Valores. <http://www.tecnologicodecoacalco.edu.mx/>. TESCO Recuperado de <http://www.tecnologicodecoacalco.edu.mx/TESCO/acerca/mision-vision.htm> .

- (agosto 2019). Persona Física o Moral. Ventajas y desventajas. google. infoautonomos Recuperado de <https://www.infoautonomos.mx/como-emprender/persona-fisica-o-moral/>.