

apd

LIDERAZGO PARA LA TRANSFORMACIÓN

Sandra Liliana Franco Rivera

Sandra Liliana Franco Rivera

[Consultora Senior]

- ✓ Psicóloga - Universidad de la Sabana | Especialista en Gerencia de Recursos Humanos - Universidad EAN | Consultora Empresarial | Cámara de Comercio de Bogotá
- ✓ Diplomada en Líder Coach, Gerencia del Servicio, Coaching Gerencial, Gerencia Estratégica del Talento Humano, Ventas y Negociación de diferentes universidades del país
- ✓ Facilitadora certificada en aprendizaje experiencial con énfasis en outdoor training
- ✓ Realización de proyectos de desarrollo humano en diferentes contextos, con énfasis en el fortalecimiento de las relaciones humanas al interior de las organizaciones
- ✓ Consultoría empresarial con Carpe Diem Consultores en áreas relacionadas con competencias relacionales y desarrollo personal a partir de las dimensiones del ser humano [YO Personal, YO Familiar, YO Social y YO Laboral]



¿Quiénes somos?

Escribe tu nombre de pila
y en una palabra o frase
corta,

¿Cuál es tu mayor |
principal característica
como líder
transformacional?



 Mentimeter

<https://www.mentimeter.com/app/presentation/algfpjkrn4s6is86r7b13bxnuac8jwat/j1a912fzvfno/edit>

¿Expectativas?



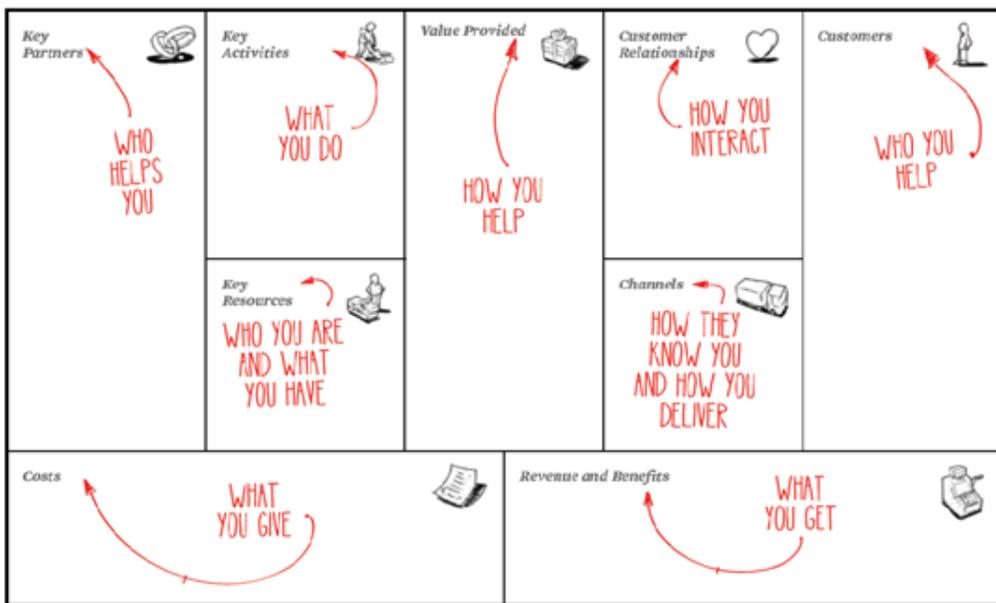
¿Qué vamos a hacer?

Promover procesos que permitan la apropiación, fortalecimiento y consolidación de los recursos que les caracterizan para maximizar su nivel de contribución y la generación de valor



Contenido

- ✓ Oferta de valor personal para el liderazgo transformacional
- ❑ Construcción para la identificación de la oferta de valor personal
- ❑ Valoración de recursos en beneficio de los equipos de trabajo para promover procesos de liderazgo transformacional



- ¿Qué ayuda ofreces?
- ¿A quién ayudas?
- ¿Cómo te relacionas?
- ¿Cómo te comunicas?
- ¿Quién eres y qué tienes?
- ¿Qué haces?
- ¿Quién te ayuda?
- ¿Qué inviertes?
- ¿Qué recibes?



Liderazgo transformacional

El liderazgo se enfoca en motivar a que los seguidores den “la milla más”.

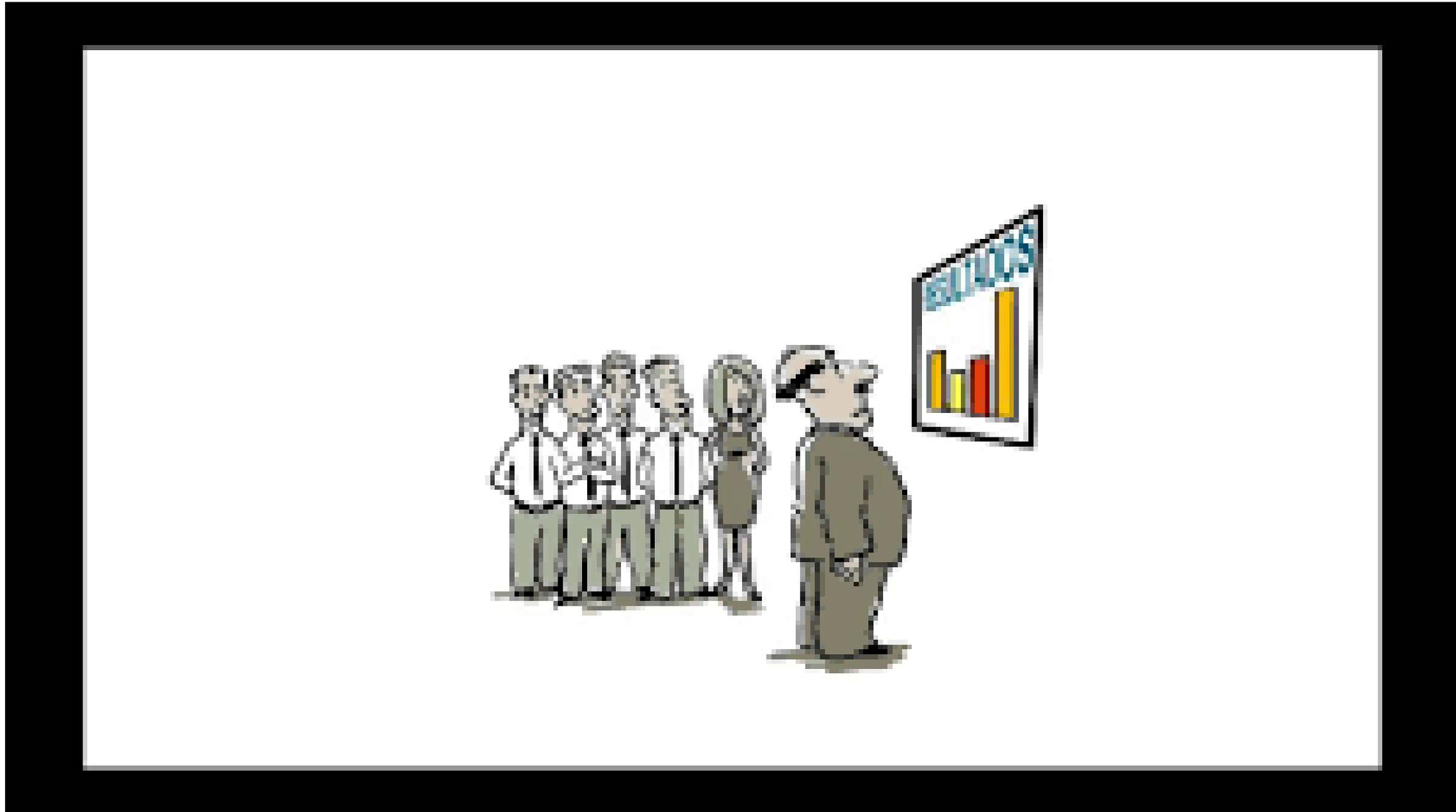
Se basa en cuatro factores: carisma, inspiración o motivación, la estimulación intelectual y la consideración individual

Perfil del líder transformacional



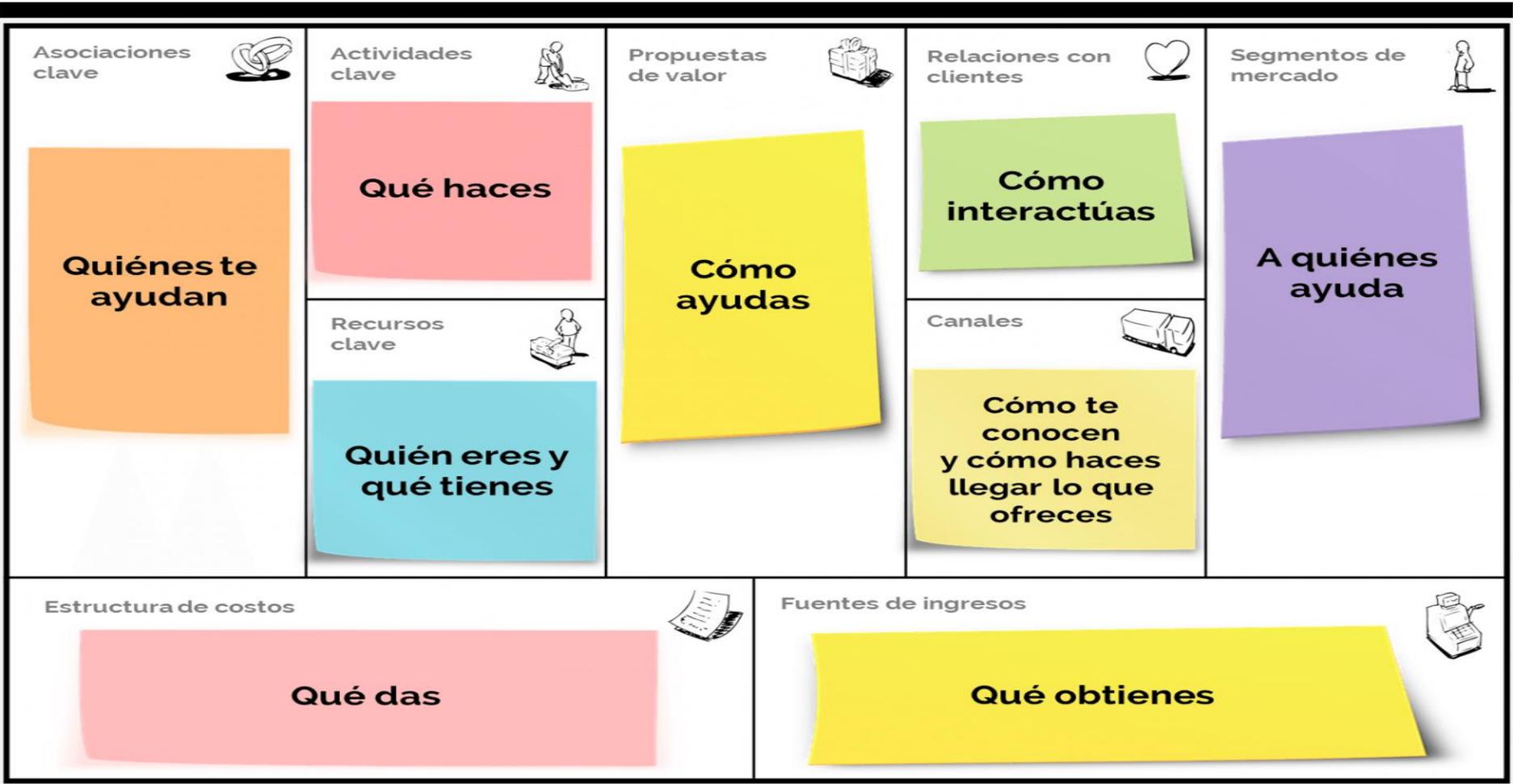
- Trata a los seguidores como seres humanos integrales: se preocupa por las emociones, los valores, la ética, los estándares.
- Desarrolla responsabilidad y compromiso con la misión, los objetivos y las estrategias de la organización.
- Transmiten altas expectativas y confía en las habilidades de los seguidores para alcanzarlas
- Tiene un propósito superior
- Comunica de manera empática y asertiva, influyendo en la motivación del equipo
- Confiere poder a los colaboradores para participar en el proceso de transformar la organización
- Expresa claridad en los objetivos y su principal métrica son los resultados
- Flexible y guía a través de la autonomía
- Empoderado: Demuestra más confianza, libertad y agilidad, menos jerarquía
- Inspira lealtad
- Reconoce, respeta y premia un buen trabajo
- Delega adecuadamente

Video: El error más común de los líderes



https://www.youtube.com/watch?v=pGX_FLTVBCg

Modelo Canvas aplicado a Liderazgo personal



Modelo de Negocios Canvas creado por

Alexander Osterwalder

Y ahora aplicado al negocio personal y profesional por Tim Clark

Construcción de la oferta de valor personal a partir del Modelo Canvas

<p>Asociaciones Clave ¿Quiénes te ayudan?</p> <p>7</p>	<p>Actividades Clave ¿Qué haces?</p> <p>2</p>	<p>Propuesta de valor ¿Cómo ayudas?</p> <p>4</p>	<p>Relaciones con Clientes ¿Cómo interactúas?</p> <p>6</p>	<p>Segmento de mercado- Clientes ¿A quiénes ayudas?</p> <p>3</p>
<p>Estructura de costos ¿Qué das?</p> <p>8</p>	<p>Recursos Clave ¿Quién eres y qué haces?</p> <p>1</p>		<p>Canales ¿Cómo te conocen y qué medios empleas para hacer llegar lo que ofreces?</p> <p>5</p>	
			<p>Fuente de ingresos ¿Qué obtienes? – Beneficios</p> <p>9</p>	

1. Recursos Clave

- ¿Quién eres,
Qué tienes?

- ¿Cuáles son tus intereses?
- ¿Qué cosas te entusiasman?
- ¿Qué habilidades tienes?
- ¿Qué destrezas tienes?
- ¿Qué competencias tienes?
- ¿Cómo es tu personalidad?



Incluye también: Valores, emociones, ética, inteligencia, sentido del humor, propósito, educación

¿Qué tienes?

Valora los activos intangibles que posees como líder



Red de
contactos



Amplia
experiencia

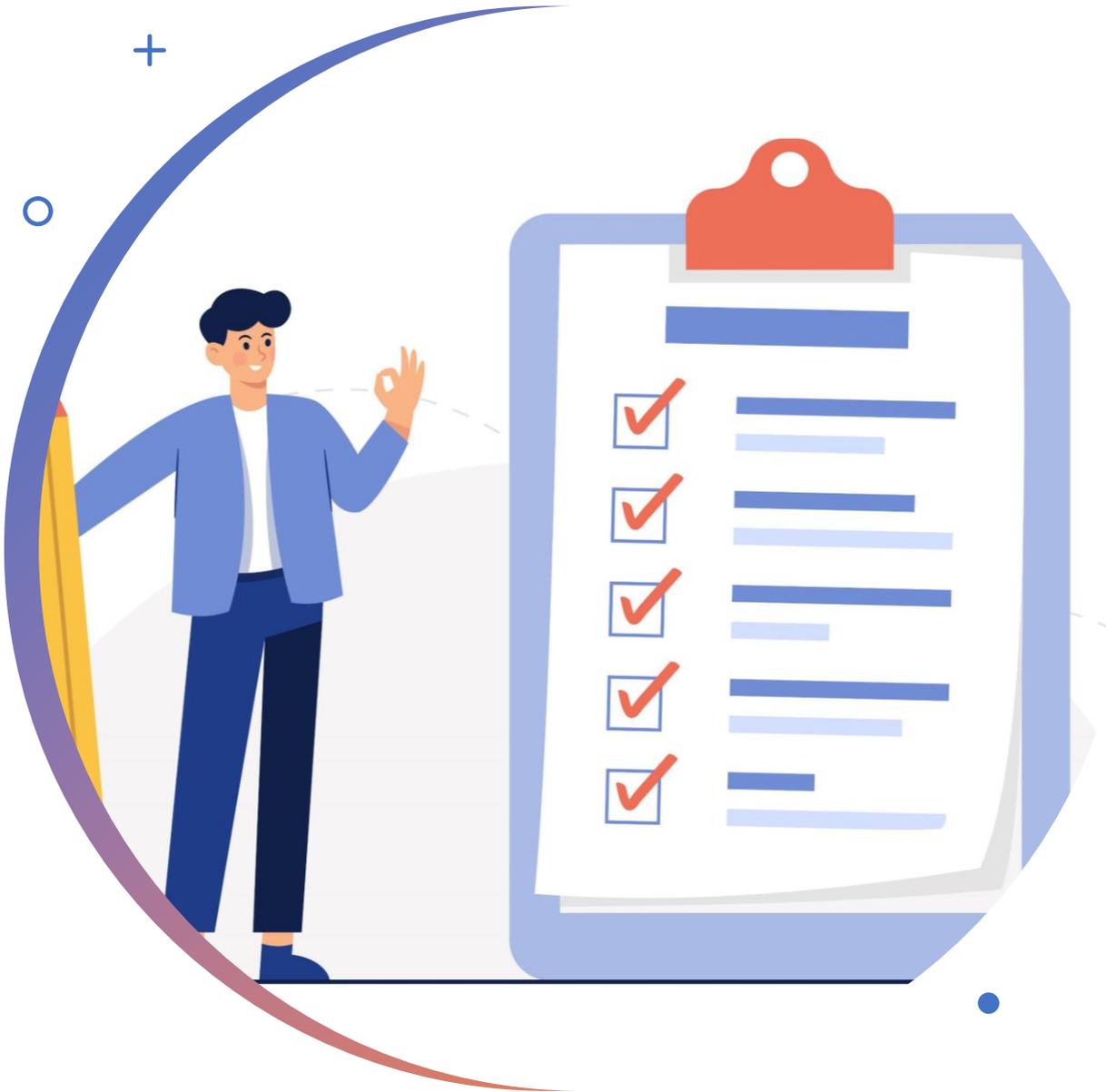


Reputación



Líder de
opinión

Recuerda los activos tangibles que aportas a tu trabajo: Vehículos, herramientas, equipos, dinero, ropa especial, activos fijos



2. Actividades Clave: ¿Qué haces?

- Lista las tareas más importantes, claves o críticas que realizas en tu trabajo para cada una de las partes interesadas: Colaboradores, clientes, Socios, etc.
- Las tareas deben estar en coherencia con el rol de liderazgo que desempeñas y con quién eres, teniendo en cuenta tus habilidades, competencias y habilidades.
- Solo listar aquellas que son esenciales y que distinguen tu trabajo de otros



3. Clientes ¿A quién ayudas?

- ¿Para quiénes creas valor?
- ¿Quiénes dependen de tu trabajo?
- ¿Quiénes son los clientes de tus clientes?
- ¿Quiénes obtienen un beneficio de tu trabajo?

4. Propuesta de valor ¿Cómo ayudas?

- ¿Cómo ayudas a otras personas a hacer su trabajo?
- ¿Para qué trabajo te contrata el cliente?
- ¿Qué beneficios obtienen los clientes contigo?
- ¿Qué valor entregas a los clientes?
- ¿Qué es lo que haces mejor que nadie?



Piensa en tus actividades claves y cómo estas son valiosas para tus clientes

Sin embargo, las actividades claves y el valor proporcionado, no son los mismo.

Ten en cuenta si lo que haces, mejora el rendimiento, genera mayor satisfacción laboral, reduce los errores y riesgos, aumenta la facilidad de uso, etc.

5. Canales: ¿Cómo te conocen y qué medios empleas para hacer llegar lo que ofreces?

¿Por cuales medios te van a conocer?

¿Cómo pueden contratarte?

¿Cómo sabes que tus clientes estan satisfechos?



¿Cómo llegarán los clientes a ti?

¿Cómo pueden contactarte?

¿Cómo entregaras lo que contratan?

Oficina, boca a boca, sitio web o blog, charlas o conferencias, llamadas telefónicas, email, foros en línea, redes sociales, anuncios.

Informes, presentaciones presenciales, virtuales, bocetos, entregar el producto, hablar con personas.

6. Relaciones con los clientes: ¿Cómo interactúas con las personas que ayudas (clientes)?

¿La comunicación es cara a cara, remota, por escrito, e-mail, etc?

¿Centrada en la adquisición de clientes o en la fidelización de clientes existentes?

01

¿Cómo describirías la forma en que interactúas con tus clientes?

02

03

¿La transacción será única o por servicios continuados?

04

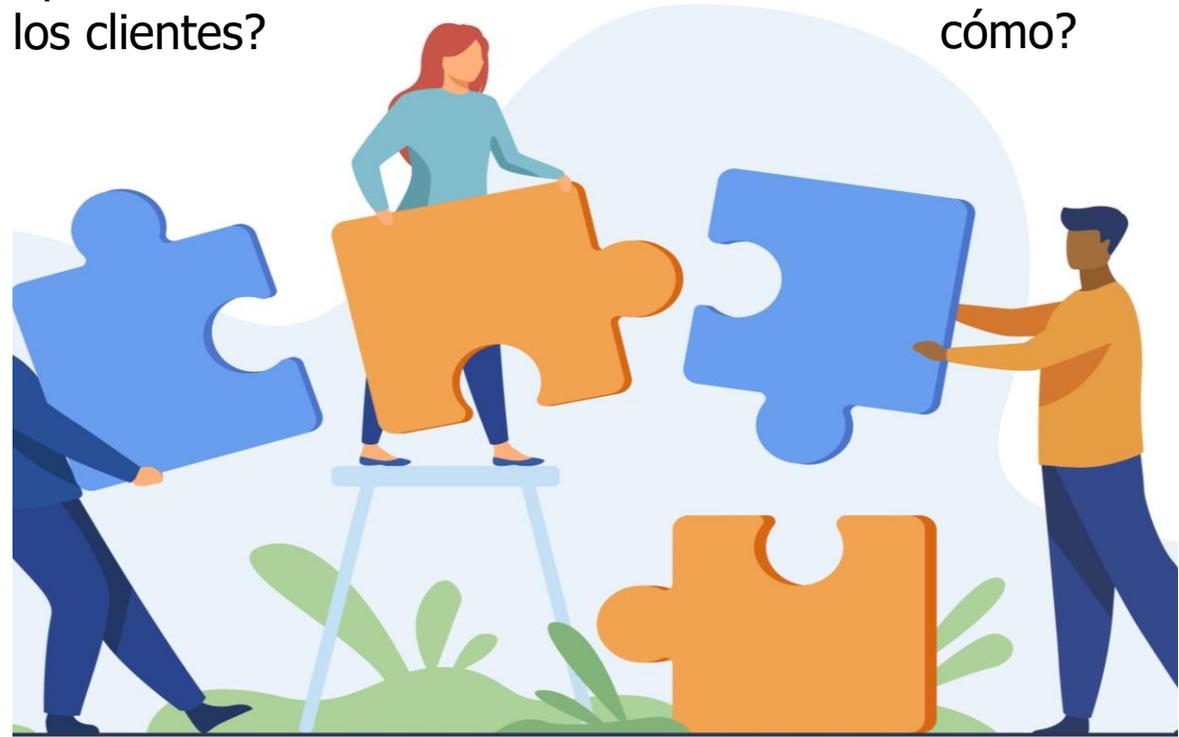
7. Asociaciones claves: ¿Quiénes te ayudan?

- Los socios claves son las personas cercanas que te apoyan como profesional y te ayudan a lograr tus objetivos profesionales.
- Te pueden motivar, aconsejar, asesorar y ofrecer oportunidades de crecimiento y pueden darte otros recursos para completar y realizar mejor, determinadas tareas o actividades.

Para identificarlos,
pregúntate....

¿Quién te ayuda a proporcionar valor a los clientes?

¿Quién te apoya de otras maneras y cómo?



Pueden ser compañeros, mentores, miembros de tu red profesional, familiares, amigos, consejeros de Carrera, personal externo a tu empresa.

8. Fuentes de ingresos – Beneficios ¿Qué obtienes?



- ¿Qué obtienes de tu trabajo?
- ¿Por qué te pagan tus clientes?
- ¿Cómo te pagan?

Fuentes de ingresos

- Salario
- Honorarios profesionales
- Acciones
- Regalías
- Salario emocional
- Beneficios intangibles (Horarios flexibles, Desarrollo profesional, etc.)



9. Costos - ¿Qué das?

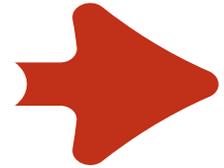
Para identificarlos, pregúntate....



Son la inversión necesaria para trabajar e incluyen costos monetarios y no monetarios

- ¿Qué le das a tu trabajo? (Tiempo- Energía)
- ¿ A qué renuncias para trabajar? (Familia- Amigos)
- ¿Cuáles son las actividades claves más agotadoras y estresantes?

Algunos costos tangibles



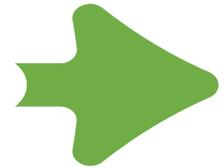
Gastos de formación, Compra de libros,



Gastos de viajes, desplazamientos y vida social



Vehículos, herramientas o ropa especial



Gastos de internet, teléfono, tarjetas de presentación, suministros para trabajar en casa o la oficina del cliente

Y algunos costos blandos

 Insatisfacción

 Estrés

 Agotamiento

 Falta de oportunidades de crecimiento personal o profesional

 Falta de flexibilidad

 Expectativas de disponibilidad de tiempo excesivas

 Bajo reconocimiento

 Falta de contribución social

Construcción de la oferta de valor personal –Liderazgo Transformacional

<p>7. Asociaciones Clave ¿Quiénes te ayudan?</p>	<p>2. Actividades Clave ¿Qué haces?</p>	<p>4. Propuesta de valor ¿Cómo ayudas?</p>	<p>6. Relaciones con Clientes ¿Cómo interactúas?</p>	<p>3. Segmento de mercado- Clientes ¿A quiénes ayudas?</p>
	<p>1. Recursos Clave ¿Quién eres y qué haces?</p>		<p>5. Canales ¿Cómo te conocen y qué medios empleas para hacer llegar lo que ofreces?</p>	
<p>8. Estructura de costos ¿Qué das?</p>			<p>9. Fuente de ingresos ¿Qué obtienes? – Beneficios</p>	

iGracias!

