



Mi Universidad

ENSAYO

NOMBRE DEL ALUMNO: Eduardo Roblero Chavez.

TEMA: El pensamiento del liderazgo.

PARCIAL: 2do.

MATERIA: Dirección y Liderazgo.

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Rubén Eduardo.

LICENCIATURA: Enfermería y Nutrición.

CUATRIMESTRE: 7mo.

DIRECCION Y LIDERAZGO.

Unidad III

Introducción.

El liderazgo es aquella parte de las actividades del directivo mediante la cual se puede influir en la conducta de las personas y grupos, para que voluntariamente confluyan hacia el logro de los objetivos deseados.

Las cuestiones importantes en la dirección de un equipo que el mismo debe enfocar comprenden entre otras cosas que papel desempeñará, líder, como se manejarán los conflictos y los procesos de comunicación a utilizar. Este líder desempeñará un papel importante en la dirección de los esfuerzos y por lo tanto debe transformarse en una especie de facilitador y entrenador de más de una persona a cargo.

Dirigir un equipo normalmente requiere tener suficiente conocimiento técnico para comprender las tareas del trabajo en equipo y tener las habilidades interpersonales suficientes para facilitar la participación individual, motivar un desempeño sobresaliente, resolver conflictos y ganar el consenso sobre cuestiones claves.

El pensamiento de liderazgo.

3.1 Tipos de liderazgo.

Liderazgo natural.

Se dice que es ese líder que no es reconocido como tal con un título pero que representa ese “rol” a la perfección. Tanto es así, que nadie lo cuestiona, sino que se toman sus recomendaciones y guías como algo que hay que cumplir. Gracias a su buen hacer y el día a día se convierte en los líderes naturales del equipo.

Liderazgo transformacional.

Su objetivo y sus premisas son transformar, innovar y motivar al equipo, y de ahí, crecer. Son realmente muy valorados y buscados para ocupar puestos de responsabilidad en las organizaciones.

Liderazgo (la curva).

Si todo funciona bien, si el equipo se siente motivado, si la productividad es muy elevada y todo el entorno es satisfactorio es lo más parecido a la felicidad que podemos encontrar en el trabajo, y la felicidad siempre se relaciona con una curva. Son liderazgos basados en construir en positivo todo lo que puede afectar al grupo, al trabajo y al desarrollo de las labores. Son líderes muy bien cualificados y que trabajan por el éxito del equipo.

El liderazgo empresarial.

Consiste en la habilidad o proceso por medio del cual el líder de la empresa es capaz de influir en los demás para poder conseguir los objetivos y satisfacer las necesidades de la empresa. Busca desarrollar el máximo potencial en empresa y trabajadores. Por eso, las empresas ya no solo necesitan jefes sino también líderes.

El líder autocrático.

El líder autocrático considera que es él el único competente y capaz de tomar las principales decisiones en la empresa, la única persona con derecho y poder para controlar las decisiones y responsabilidades. Considera que los trabajadores son capaces de guiarse por sí mismos, por lo que hay que saber gobernarlos y controlarlos, debiendo ellos obediencia a sus órdenes y decisiones.

El liderazgo democrático.

Es aquel que fomenta la participación de la comunidad, dejando que los empleados decidan más sobre sus funciones y tengan las suficientes competencias para tomar decisiones. Los trabajadores pueden opinar, no se limitan solo a recibir órdenes, y de hecho se alienta su participación. El líder fomenta la comunicación y la participación conjunta en las decisiones, anima y agradece las sugerencias de los trabajadores.

El liderazgo laissez faire.

Dentro de los tipos de liderazgo, uno de los más reconocidos es el liderazgo laissez faire, un tipo de liderazgo más liberal en que el líder tiene un papel pasivo y son los trabajadores los que tienen un mayor poder de decisión. Éste es un líder liberal que hace y deja hacer, tiene un papel totalmente pasivo, ya que los trabajadores o el grupo son los que tienen el poder.

El líder paternalista.

Tiene confianza en sus empleados. Su labor es que los trabajadores ofrezcan mejores resultados, que trabajen mejor y más, por lo que los motiva, incentiva y les ofrece recompensas por lograr objetivos. En este caso, el líder ofrece consejos a los trabajadores para que consigan resultados e insinuando lo malo que no es cumplir con el deber, como su nombre “paternalista” indica.

El liderazgo carismático.

El líder carismático es aquel que tiene la capacidad de generar entusiasmo en los trabajadores, es elegido por la forma en que da entusiasmo a las otras personas, destaca por su capacidad de seducción y admiración. Este líder puede dar muy buenos resultados a la empresa, así como cambios y resultados en la empresa ya que es capaz de hacer que los trabajadores den lo máximo de sí. Son capaces de cambiar incluso las necesidades, valores, objetivos o aspiraciones de los trabajadores.

Liderazgo lateral.

Consiste en un conjunto de destrezas y habilidades que permiten conseguir que otras personas hagan lo que el líder quiere, que es lo que la empresa necesita, obteniendo así un mayor rendimiento en el trabajo y eficiencia en los grupos sin necesidad que actúen los altos mandos para ello.

Este tipo de líder es, sin ser superior, capaz de influir en los valores, creencias y acciones de los otros y apoyarlos para trabajar en torno a un fin y objetivos comunes.

El liderazgo situacional.

Es un modelo de liderazgo mediante el que el líder adopta diferentes tipos de liderazgo en función de la situación y nivel de desarrollo de los empleados, adaptando así el estilo de liderazgo más eficaz en cada momento y de acuerdo a las necesidades del equipo. El comportamiento del líder se adapta al equipo de trabajo para conseguir los mejores resultados.

3.2 Pensamiento sistémico y liderazgo.

El pensamiento sistémico.

Es la actitud del ser humano, que se basa en la percepción del mundo real en términos de totalidades para su análisis, comprensión y accionar, a diferencia del planteamiento del método científico, que sólo percibe partes de éste y de manera inconexa. El pensamiento sistémico se caracteriza en decir que el todo puede ser más, menos o igual que la suma de las partes, es una filosofía basada en los sistemas modernos buscando llegar a objetivos tácticos y no puntuales.

La actual sociedad.

Es un modo de pensamiento que contempla el todo y sus partes, así como las conexiones entre éstas. Estudia el todo para comprender las partes. El pensamiento sistémico va más allá de lo que se muestra como un incidente aislado, para llegar a comprensiones más profundas de los sucesos.

“El Pensamiento sistémico es una sensibilidad hacia los entrelazamientos sutiles que confieren a los sistemas vivos su carácter singular”

Pensamiento sistemático.

El pensamiento sistémico comprende una amplia y heterogénea variedad de métodos, herramientas y principios, todos orientados a examinar la interrelación de fuerzas que forman parte de un proceso común. Este campo incluye la cibernética y la teoría del caos, una docena de técnicas prácticas para grafica de procesos.

ESTRUCTURA SISTEMATICA:

Para el pensamiento sistémico la “estructura” es la configuración de interrelaciones entre los componentes claves del sistema. Ello puede incluir la jerarquía y el flujo de los procesos, aptitudes y percepciones, y cientos de factores más.

LOS CINCO POR QUE:

El primer porque: Escoja el síntoma por donde desee comenzar, el hilo que supuestamente servirá para deshacer el nudo. Haga la primera pregunta al grupo “¿por qué sucede tal cosa?” Tal vez termine por recibir 3 o 4 repuestas. Muéstrelas todas en la pared, con abundante espacio en torno.

EL LENGUAJE DEL PENSAMIENTO SISTEMATICO (ESLABONES Y CICLOS):

En el pensamiento sistémico, cada imagen cuenta una historia. De cualquier elemento de una situación (o variable), se pueden trazar flechas “eslabones” que representan la influencia sobre otro elemento. A la vez estos revelan ciclos que se repiten una y otra vez, mejorando o empeorando las situaciones. Pero los vínculos no existen aisladamente. Siempre comprenden un circuito de casualidad un “ciclo” de realimentación donde cada elemento es “causa” y “efecto”, recibiendo y ejerciendo influencias, de modo que cada efecto, tarde o temprano, regresa a su origen.

CICLO Y LOS CAMBIOS:

Existen dos elementos básicos en la configuración de todas las representaciones de sistemas: los ciclos reforzadores y los círculos compensadores. Los ciclos reforzadores generan crecimiento exponencial y colapso, y el crecimiento o colapso continúa a un ritmo cada vez más acelerado. En todos los procesos reforzadores un cambio pequeño va cobrando creciente poder. Un ejemplo lo representa las tasas de natalidad elevada provocan tasas de natalidad más elevada.

EL CICLO REFORZADOR: Un ciclo reforzador, por definición es incompleto. Nunca tenemos un círculo vicioso o virtuoso por sí mismo. En algún momento se topa con un mecanismo compensador que lo limita. Tal vez el límite no aparezca en nuestra vida, pero podemos dar por sentado que aparecerá. En general hay límites múltiples.

DEMORAS:

Las demoras se presentan tanto los ciclos reforzadores como en los compensadores. Hay puntos donde el eslabón tarda bastante en manifestarse. La demora puede ejercer una enorme influencia en un sistema, acentuando la repercusión de otras fuerzas. Esto sucede porque las demoras so sutiles: a menudo, se dan por sentadas, a menudo se dan por completo, pero siempre se subestiman. En los ciclos reforzadores, las demoras erosionan nuestra confianza porque el crecimiento no llega con la rapidez esperada.

ARQUETIPOS:

Esta palabra viene del vocablo griego arkhetypos que significa, “el primero en su especie”. Los arquetipos sistémicos, alejados del pensamiento sistémico, fueron desarrollados en los años 80's. En esa época, el estudio de la dinámica de sistemas dependía de una gráfica de los circuitos causales complejos y de la modelación por ordenador. Esta utilizaba ecuaciones matemáticas para definir la relación entre variables.

APLICANDO UN ARQUETIPO:

Los arquetipos son herramientas accesibles que permiten construir hipótesis creíbles y coherentes a cerca de las fuerzas que operan en los sistemas. Los arquetipos constituyen un vehículo natural para verificar y clarificar modelos mentales a cerca de estos sistemas.

ADVERSARIOS:

Es aconsejable no decidirse de inmediato por “una respuesta”, sino mirar la situación a través de la lente de diferentes arquetipos. Dos o tres pueden combinarse para que cada cual ilumine un aspecto diferente.

ELECCION DE UN ARQUETIPO:

Primero trate de adecuar los elementos de la historia al arquetipo, comenzando con el ciclo predominante que parece impulsar al sistema. Es aconsejable incluir todos los elementos sobre los que usted ejerce al menos una influencia parcial y por último. No fuerce la historia para acomodarla en una plantilla donde no encaja, mejor escoja otro arquetipo y comience de nuevo añadiendo un vínculo (elemento) por vez.

MIRAR LA TOTALIDAD:

No se puede modificar el sistema dividiéndolo en partes, sino que todas deben mirar juntos la totalidad. En consecuencia, no es posible practicar el pensamiento sistémico en forma individual. No porque la disciplina será dificultosa, sino porque en un sistema complejo los buenos resultados necesitan la mayor cantidad posible de perspectivas.

LAS SALIDAS FACILES, NO SON FACILES:

La conducta empeora antes de mejorar. Con frecuencia, cuando un proyecto sistémico pone de relieve las estructuras subyacentes, los miembros del grupo tienen momentos de desesperación. Pero en realidad las cosas están mejorando. La gente nota que los problemas que antes eran indiscutibles afloran a la superficie.

ORIGEN DEL CONCEPTO:

El Pensamiento Sistémico se ha desarrollado a partir de mediados del siglo XX, sus fundadores, son los fundadores del Mental Research Institute de Palo Alto (California – U.S.A.). De allí se expandió a todo el mundo, como disciplina adecuada a la resolución de problemas personales, familiares, de organizaciones pequeñas y grandes, y hasta de relaciones internacionales.

3.3 Técnicas de negociación.

Negociar es un proceso muy parecido a vender, aunque con algunas diferencias. Ya hemos dicho que vender es persuadir, convencer al posible cliente para que piense y actúe como el vendedor quiere que este actúe y, siempre, en beneficio de ambas partes. En la negociación, también una parte intenta persuadir a la otra. Esto es así porque, si frecuentemente una parte gana a costa de que la otra pierda, se acaba produciendo la rotura de las relaciones comerciales. En la negociación, al igual que en la venta, deben beneficiarse ambas partes.

7.1 La preparación:

En la fase de preparación hay que definir lo que se pretende conseguir y cómo conseguirlo, estableciendo los objetivos propios, qué tipos de descuentos pueden ofrecerse en caso de necesidad y hasta dónde es posible ceder; es muy importante tratar de descubrir los objetivos del contrario.

7.2 La discusión:

Como se ha dicho, las personas negocian porque tienen o creen tener un conflicto de derechos o intereses. En esta fase que normalmente se llama de conversación, intercambio o presentación, tratando de quitar agresividad al vocablo discusión, se exploran los temas que separan a las partes para conocer sus actitudes e intereses.

7.3 Las señales:

Como se ha dicho, en la negociación las posiciones van moviéndose, unas veces acercándose y otras, por el contrario, distanciándose.

7.4 Las propuestas.

Las propuestas son aquello sobre lo que se negocia, no se negocian las discusiones, aunque las propuestas puedan ser objeto de discusión. Se sale de la discusión por una señal que conduce a una propuesta, es decir, a una oferta o petición diferente de la posición inicial; deben evitarse en las primeras propuestas las ofertas arriesgadas, debiendo ser estas cautelosas y exploratorias pues, en todo caso, se desarrollarán más adelante y es probable que sean aceptadas.

7.5 El intercambio:

Esta fase es la más intensa de todo el proceso de negociación y exige una gran atención por ambas partes, ya que en ella se trata de obtener algo a cambio de renunciar a otra cosa. Cualquier propuesta o concesión debe ser condicional, es decir, por todo lo que se concede debe obtenerse algo a cambio.

7.6 El cierre y el acuerdo:

Como es lógico, la finalidad del cierre es llegar a un acuerdo. Al igual que cuando hablábamos del cierre en la venta, también en la negociación debe hacerse en forma segura y con firmeza, y para que sea aceptado debe satisfacer un número suficiente de las necesidades de la otra parte.

- Cierre por concesión. Es la forma más frecuente en las negociaciones; equivale a terminar la fase de intercambio ofreciendo una concesión para conseguir un acuerdo.
- Cierre con resumen. Después del cierre con concesión, es el tipo de cierre de negociación más utilizado.

7.6.1 Negociación del precio:

La objeción «es demasiado caro» puede ser de naturaleza objetiva o táctica. Hay razones objetivas cuando el cliente compara el precio con el valor orientativo, el cual hace que el precio parezca excesivamente elevado, o cuando el cliente no puede pagar el precio. El principio fundamental en la negociación es: si no tenemos que negociar, no negociemos; por tanto, el vendedor haría muy bien en situarse en una posición en la que no tuviera que negociar, exponiendo sus condiciones con firmeza y seguridad, como si este fuera inamovible sin emplear términos como «alrededor», «sobre», «más o menos».

7.6.1.1 estrategias para las posesiones al precio.

Al hablar de precio no se debe decir precio barato ni precio caro, en su lugar se debe decir precio bajo o, mejor aún, precio adecuado y precio elevado. Barato se asimila en la mente del cliente como de poca calidad y caro puede ser una barrera para el presupuesto del cliente. El servicio al cliente, la calidad y la marca, como hemos visto, son las armas más eficaces de todo el arsenal del vendedor. Siempre que le sea posible debe hacer referencia a estos factores.

7.6.1.2 ¿Cómo presentar el precio?:

Es conveniente que el vendedor presente el precio cuando ya haya argumentado sobre los beneficios que su producto va a proporcionar al cliente y este haya aceptado algunos. Debe mencionarlo sin brusquedad, con toda naturalidad, al decir el precio no debe bajarse el tono de la voz o decirlo con timidez, ni mirar a otro lado.

7.6.1.3 ¿Cómo vender un producto de precio elevado?:

Presentando ventajas y beneficios del producto, buscando la utilidad para el cliente, hasta que este vea que lo que paga es menor de lo que recibe, hablarle de inversión y no de gasto y dividir el precio en pequeñas fracciones, como ya vimos con anterioridad.

7.6.1.4 estrategias de los compradores:

- Apelar a la vanidad del vendedor para conseguir que haga concesiones, con frases como: «¡Usted tiene una gran influencia!».
- Iniciar las negociaciones con una queja para despertar en el vendedor un sentimiento de culpa.
- Empezar con puntos de los que es posible alcanzar rápidamente un acuerdo. De esta forma se animará y estará dispuesto a hacer concesiones.

CONCLUSIÓN.

El liderazgo es una función esencial que depende fuertemente de la comunicación y de la motivación. ... El liderazgo, la comunicación y la motivación son también esenciales para ayudar a que los demás acepten los cambios necesarios en la organización y, así mismo, para crear una atmósfera de trabajo estable y tranquilo.

El principal objetivo de los líderes es motivar a otros para tomar decisiones y ejecutar acciones alineadas con la visión de la organización, los objetivos y la estrategia. ... Como líder, se necesita dirigir, ejecutar y conducir, pero el objetivo principal debe ser capacitar a otros para tomar decisiones y emprender. Es la capacidad que tiene una persona de influir, motivar, organizar y llevar a cabo acciones para lograr sus fines y objetivos que involucren a personas y grupos en un marco de valores.

BIBLIOGRAFIA.

<https://www.eluniversalqueretaro.mx/content/el-pensamiento-del-lider#:~:text=Un%20l%C3%ADder%20observa%20la%20capacidad,de%20las%20decisiones%20que%20tomen.>

<https://jalacoste.com/el-liderazgo-de-pensamiento-es-la-nueva-estrategia-del-crecimiento-corporativo>

