



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Carlos Efraín Cruz López

Nombre del tema: Unidad 2

Parcial: 1er

*Nombre de la Materia: Innovación de modelo de negocios y
Gestión de empresas familiares*

Nombre del profesor: Liliana Grisell Escobar Herrera

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de
Negocios*

Cuatrimestre: 6

Trabajo en equipo

es un ser social y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse. Ésta es la razón de que, al interior de los diversos grupos de interacción humana, como la familia, los colegas de oficina, los compañeros de la escuela o los amigos, surjan y se formen los equipos de trabajo al organizar alguna actividad específica para alcanzar una meta

se forma un grupo de personas que trabajan de manera interdependiente, a través de un contacto regular, en el que los miembros conocen sus objetivos y han participado en el diseño de éstos y contribuyen con efectividad y entusiasmo a la realización de la tarea, apoyándose mutuamente.

ganado importancia dentro de las empresas, donde poco a poco se ha vuelto una necesidad debido a las exigencias de calidad, eficacia y competitividad que la sociedad espera del sector empresarial. El mundo moderno demanda el mayor aprovechamiento y ahorro de recursos, así como calidad de trabajo, eficiencia e innovación.

Características de los equipos efectivos de trabajo

es algo más que un simple grupo de individuos cuya coordinación de esfuerzos es buena. Constituir un grupo de alto desempeño, o altamente efectivo, requiere algunas características que les permitan alcanzar resultados de excelencia.

1. Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
2. Responsabilidad compartida que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado y, de esa manera, propiciar un compromiso voluntario.

el objetivo de formar un equipo efectivo, es indispensable contar con un elemento básico que favorece la integración y promueve el enfoque en una sola dirección generando un alto nivel de motivación en el trabajo del mismo, esto es la identificación de metas, que se convierte en el motor del grupo, provocando que se unan los intereses individuales para convertirlos en metas compartidas. Por ello es importante compartir metas en el equipo; es decir, que los objetivos individuales estén alineados con los del conjunto, a fin de que al alcanzar las metas comunes se logren las de cada integrante.

Los equipos de trabajo efectivos tienen una dirección definida cuando establecen metas y fijan objetivos. Poseen una estructura en la cual la colaboración está auxiliada por el asesoramiento que el grupo requiere. Es necesario alentar la construcción de la confianza entre todos para generar interdependencia, así como para optimizar el desempeño, lo que facilita la autogestión del equipo. También es importante fomentar la responsabilidad y el compromiso.

¿Por qué fracasan los equipos de trabajo?

- No tener metas y objetivos claros ni compartidos por sus integrantes.
- Falta de coordinación en la secuencia de las acciones para alcanzar la meta pretendida.
- La ausencia de un buen proceso de comunicación, que repercute en desmotivación y desintegración dentro del equipo.
- El liderazgo rígido que no se adapta a las etapas y características del equipo y que no se ejerce participativamente por el grupo.

La comunicación es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos, etc., entre dos o más personas a través de un medio (teléfono, voz, escritura y otros). La comunicación se da en sencillos pasos:

La persona que comunica (emisora) construye la idea y la traduce a palabras, imágenes o gestos.

El individuo que comunica transmite el mensaje por algún medio o canal.

- ❖ Todos los miembros merecen atención, ser escuchados y sentir que sus necesidades son atendidas.
- ❖ Debe brindarse la información correcta y útil a todas las personas, o indicar dónde o con quién se obtiene; esto incluye los resultados que se esperan en cada periodo.
- ❖ Generar un clima de trabajo agradable que incluya aspectos físicos; es decir, un lugar cómodo con elementos de trabajo suficientes, formas estandarizadas de mostrar avances, buena comunicación interpersonal, atención, respeto y comprensión.

Ventajas y desventajas del trabajo en equipo

Ventajas del trabajo en equipo.

Como se explicaba antes, la división de las tareas es una de las grandes ventajas que ofrece el trabajo en equipo. Este modo laboral permite desarrollar investigaciones y proyectos más completos, ya que al repartir el trabajo se distribuye la carga y se puede ver con mayor detalle cada sección del mismo y resolver mejor los problemas que enfrenta el equipo.

Amplitud de la información. Al integrar los conocimientos y capacidades de varios individuos habrá más elementos en la toma de decisiones y se contará con información diversa.

la diversidad enriquece el resultado final. Debido a que los integrantes tienen competencias distintas, éstas se pueden combinar para conquistar un resultado mejor que el esperado. Sin embargo, para que funcione, se debe tener claro este concepto en todos los equipos y buscar la amalgama de esfuerzos, así como el correspondiente ahorro de recursos tiempo, energía, dinero y otros.

Desventajas de trabajar en equipo No todo es positivo cuando se trabaja en equipo. Por desgracia, la ignorancia de los problemas por los que atraviesa comúnmente un equipo de trabajo y la falta de previsión de las situaciones que pueden presentarse propician ineficiencia y, al final, el fracaso. Por lo tanto, es importante conocer estos elementos y estar conscientes de que pueden presentarse y que no se les puede ignorar o dejar pasar

Reuniones de trabajo

Una reunión es una cita acordada entre un conjunto de personas (en este caso, los miembros del equipo de trabajo) para tratar una serie de temas comunes. Dichas sesiones deben planearse con anticipación e incluir ciertas secciones.

- ❖ Lectura del acta o minuta anterior.
- ❖ Revisión del desempeño (compromisos de cada integrante).
- ❖ Reconocimiento del éxito.
- ❖ Solución de problemas o corrección de acciones. • Información compartida.
- ❖ Planeación de acciones futuras

Dentro de la estructura de un equipo de trabajo conviene tomar en cuenta algunos aspectos, como los siguientes: el grupo debe estar compuesto de la manera más heterogénea posible para que las habilidades alcanzadas sean mayores; asimismo, hay que promover la participación conjunta. Lo ideal es generar un ambiente de confianza y armonía que permita a los miembros desenvolverse de la mejor forma posible y así favorecer la cooperación

Etapas en la formación de equipos

Cuando se conforma el grupo, cada integrante tiene una actitud de incertidumbre hacia los demás, por lo cual se crea una atmósfera de inseguridad. Cada participante trata de mostrar sus habilidades y fortalezas. Se establece un ambiente de competencia e individualidad. Los sentimientos encontrados son: excitación, optimismo, orgullo por ser miembro, apego, miedo y otros. Es, básicamente, la etapa de presentación de los integrantes.

Los integrantes del equipo comienzan a establecer las metas y a catalogar las competencias de cada uno. Es la etapa de definición de las funciones e inicio de la acción. Cuando los miembros se conocen e identifican, inicia el verdadero trabajo en equipo; poco a poco empiezan a ayudarse entre sí, lo cual da principio al establecimiento de reglas. Es la fase del crecimiento, los integrantes se entienden y están cómodos con el trabajo conjunto; tienen una misma dirección: conseguir las metas establecidas. Todos tienen las mismas expectativas y cada uno acepta las virtudes y debilidades de los demás, por lo que se complementan en su quehacer.

Se considera que el trabajo en equipo no es algo que se practique con mucha facilidad en las instituciones educativas. Por esto, la formación de equipos efectivos no es natural; de hecho, a veces es necesario remar contra la corriente en la organización y desarrollo de estos grupos, por lo que debe observarse con mucho cuidado aquellos elementos y aplicarlos de la mejor manera posible, para que el equipo se pueda integrar y opere con un alto desempeño y en forma eficiente, a la brevedad.

Propuesta de valor

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro. Creador de varios libros que tratan acerca del desarrollo emprendedor, asegura que: —Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio, esto es lógico, ya que la idea, por sí misma, aunque es la esencia del emprendimiento, requiere una combinación de factores que beneficien su desarrollo; así, es uno de los puntos clave de inicio,

se logran validar estas ideas o potenciales oportunidades, aparece la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico, con alto potencial de crecimiento económico, sustentabilidad y perdurabilidad. Por lo tanto, una de las vías para encontrar ideas y oportunidades es prestar atención a los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera.

Tener buenas ideas no es extraño, todos tienen ideas, ya que el cerebro está en actividad constante y aun de manera inconsciente buscamos soluciones a problemas, carencias y necesidades y por lo regular las generamos como representaciones mentales la mayor parte de las veces no estructuradas.

Por esta razón no debemos catalogar a las personas creativas como extrañas, sino como personas que tuvieron una idea original y trabajaron arduamente en su desarrollo, dándole estructura, congruencia y visualizando la transición de la idea o concepto a la realidad. Las ideas de alto valor suelen representar una solución práctica a problemas específicos, y quienes las desarrollan son personas que no se dejan llevar por la rutina ni por la pereza mental.

recuerde que no todos los beneficios son para el cliente, la empresa también debe ganar en esa propuesta, por lo tanto, debe haber un balance en el beneficio percibido por ambas partes del modelo

Definición

Se describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado. Desde una perspectiva estratégica, la clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia.

como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba en términos del producto, de la empresa y de su modelo de negocio en general es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y entrega profesional para proveerle valor a un producto o servicio. El producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo.

No se pueden disociar las nociones de propuesta de valor e innovación. La innovación que tiene éxito, ya sea técnica, comercial o de gestión, siempre es origen de una nueva creación de valor, aunque no la única. Por lo tanto, la creación de valor está ligada a la innovación y a la creación de ventajas competitivas sostenibles. La noción de valor, entendida como valor útil para el consumidor final, siempre está ligada a estas propuestas.

Generación de ideas

las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio (por ejemplo las tiendas que venden todos los productos a 10 pesos, otras veces el cambio está en dar una utilidad posterior al envase, en ocasiones el cambio está en el servicio por ejemplo las empresas de comida rápida, las que entregan a domicilio o las empresas que venden productos que sólo pueden adquirirse en línea, otras veces está en el proceso de producción dar eficiencia y mayor rentabilidad al producto, reducir su costo, entre otras.

se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito. Ahora bien, si además de una fuerte ventaja competitiva se reúnen otras de tipo estratégico (distingos), como pudiera ser la de disponer de un local en una zona clave, conseguir un financiamiento inicial ventajoso, contar con un conocimiento clave del cliente y un excelente plan de negocios, las posibilidades de salir adelante con éxito son bastantes elevadas

El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.

- ❖ La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir realimentación directa y verídica.
- ❖ El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- ❖ Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece.
- ❖ Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

Elementos de la propuesta

- ❖ Características del mercado potencial.
- ❖ Necesidad que cubrirán.
- ❖ Beneficios de permanencia con el producto, servicio y la marca.
- ❖ Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.
- ❖ Políticas de atención y servicio.
- ❖ A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia.
- ❖ Características de las personas vendedoras o puntos de venta, así como tipo de atención que se dará en el proceso de venta.

En definitiva, para tener éxito es indispensable que ambos, el consumidor y la empresa, resulten beneficiados en el proceso de producción y venta de bienes y servicios, de ahí la importancia de tener perfectamente establecida la propuesta de valor.

- ❖ Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir.
- ❖ Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva, esto aprovecha la confianza que los clientes ya han depositado en el producto anterior.
- ❖ Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente, tanto económica como probablemente de mayor calidad.

Recomendaciones

- ❖ Los valores son cuantitativos o cualitativos y se miden con los siguientes parámetros:
- ❖ Facilita el trabajo del cliente en algún aspecto.
- ❖ Posee un mejor diseño en relación con otros similares o que cubren la misma necesidad.
- ❖ Le da valor a la marca.
- ❖ Se ofrecerá a un precio menor que el de los otros competidores.
- ❖ Ayuda al consumidor a reducir otros costos..

Las marcas que establecen un estándar no siempre son marcas de lujo. Muchas marcas definen altos estándares de calidad en diferentes categorías. Es una proposición de valor envidiable y que funciona. Los clientes invertirán en un producto o servicio de una empresa si éste ofrece algo diferente a lo de la competencia. Ese algo, mejor conocido como valor agregado, toma la forma de diferenciación en el producto o servicio. Un producto es diferenciado si los consumidores perciben que obtienen algo de valor que otros productos no ofrecen. Es bueno adelantarse a la competencia: al ser el primero en ofrecer e introducir un producto o servicio, obtiene diferenciación, dado que es el único en el mercado y ningún producto de la competencia tiene nada similar; pero debe proteger esta ventaja con otras propuestas complementarias o pronto dejará de serlo.

la creación de la propuesta de valor es un ciclo: la toma de decisiones sustentada en el conocimiento del mercado se usa inicialmente para tomar la mejor decisión para la empresa. Estas decisiones se ajustan y se realimentan según la respuesta del mercado. Seguir las estrategias creadas para brindar un valor superior permanente y constantemente renovado del producto, es la base para una propuesta de valor competitiva y sostenible.