



“Mujeres impulsando su negocio”

Autores: López Hernández Mariana, Cruz Corona Ángela Alexa, López Barajas Sury Sadai, Díaz Gutiérrez Fátima Damarys, Gutiérrez Carrizales Gabriela Jacqueline, Martínez Rangel Paulet Melinda, Dra. Menchaca Rodríguez Rocío.

Escuela de Nivel Medio Superior de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas, Universidad de Guanajuato | Dirección de correo electrónico: m.lopezhernandez1@ugto.mx, aa.cruzcorona@ugto.mx, ss.lopezbarajas@ugto.mx, fatimadamarysd@gmail.com, gj.gutierrezcarrizales@ugto.mx, pm.martinezrangel@ugto.mx, r.menchaca@ugto.mx

Producto de investigación

Competencia general del taller:

Evalúa la importancia del modelo de negocio, liderazgo, equipo de trabajo y la publicidad en el éxito de proyectos, con la finalidad de generar cambios positivos, consolidar y prosperar en emprendimiento propio.

Temas:

1. Modelo de negocios.
2. Liderazgo.
3. Equipo de trabajo.
4. Publicidad.

Duración: 2 horas

Julio 2021

Contenidos:

1. Modelo de negocios

Diseña el modelo de negocios considerando lo que ofreces, estrategia de marketing, mercado meta y la generación de ingresos.

Introducción

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permite definir con claridad qué ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

La manera de validar un modelo de negocio es teniendo clientes que paguen por tu producto y/o servicio. De aquí la importancia de la propuesta de valor. ¿Cómo se crea el valor? Estando muy cerca del cliente, estableciendo relaciones estrechas desde el principio para saber cuáles son sus necesidades.

Para poder entender y lograr hacer un modelo de negocios se diseñó un conjunto de acciones sintetizadas para una sencilla comprensión y práctica.

Desarrollo del tema:

El CANVAS es un lienzo o plantilla más conocida y práctica en el diseño del Modelo de Negocio se utiliza para:

- ✚ Diseño de la integración de un nuevo producto/servicio en un modelo de negocio existente.
- ✚ Reorientación estratégica de una empresa.
- ✚ Renovación del modelo de negocio de una empresa.
- ✚ Desarrollo de un nuevo modelo de negocio.

En ocasiones se piensa que hacer el plan de negocio requiere demasiado trabajo y es muy complicado, sin conocer o reflexionar sobre los beneficios que el mismo puede aportar al proyecto o negocio. El modelo de negocio resuelve una parte de este pensamiento, ya que ayuda a visualizar en qué hay que pensar y simplifica significativamente el proceso.

Sin embargo, conociendo las ventajas que esta tarea puede aportar, es una manera estupenda de empezar a implicarte y comprometerte con tu negocio.

Ventajas de tener un modelo de negocio en cuanto a la viabilidad de tu proyecto:

- ✓ Es la primera validación de tu idea de negocio. Si plasmas tu idea inicial en un modelo de negocio estructurado podrás ver que partes no se ajustan del todo o no encajan con el proyecto global, por tanto, podrás adaptar o rectificar aquello que no funciona y mejorar tu proyecto antes y durante la ejecución de este.
- ✓ Si estás empezando te ayuda a visualizar mejor tu idea y a mejorar la estructura que habías definido en tu mente, originalmente. Si tu negocio ya está en marcha, te apoya a determinar dónde está tu negocio ahora, y qué cambios podrías hacer para actualizarlo a las condiciones de mercado actuales y a los objetivos de medio largo plazo que has establecido para él.
- ✓ Te permite ajustar los costos que comprometan la viabilidad económica de tu idea. Por tanto, puedes anticiparte y repensar aquellas partidas que desequilibren tu presupuesto, buscar alternativas o en caso extremo buscar ajustes en el modelo de negocio para encajarlas.

Ventajas de tener un MODELO DE NEGOCIO

En cuanto a la viabilidad de tu negocio

- Primera validación de tu idea de negocio
- Plasmar tu idea de negocio te ayuda a competirla
- Podrás mejorar y fortalecer su estructura
- Identificar costes que comprometan la viabilidad económica de tu idea. Y buscar alternativas

Beneficios para tu estrategia

- Objetivos principales de tu negocio más claros
- Base extremadamente útil para definir tu estrategia
- Ayuda a mantenerte alineado con tu estrategia
- Previsiones centradas en tu negocio y más acertadas
- Foco en lo importante

Para la organización de tu negocio

- Visibilidad de los procesos y tareas clave
- Claridad de la relación entre procesos
- Identificar tareas con posibilidad de externalizar
- Herramienta para explicar e implicar a colaboradores

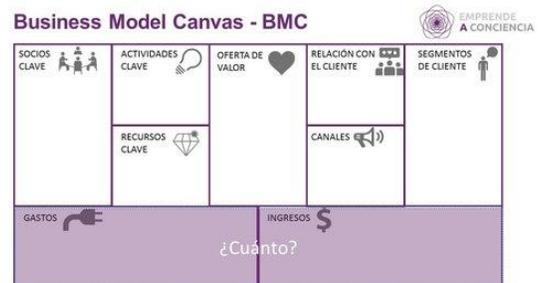
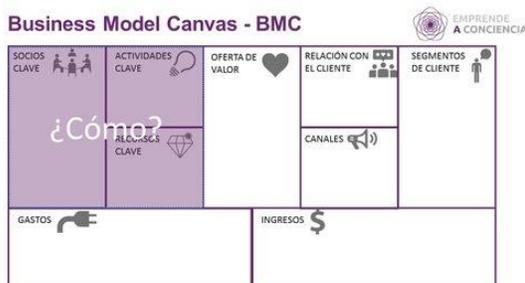
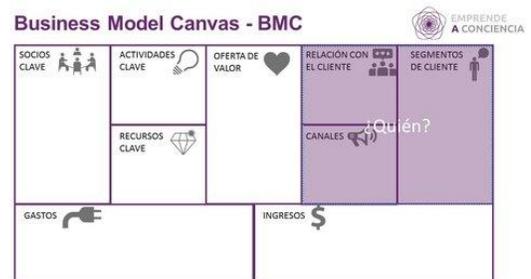
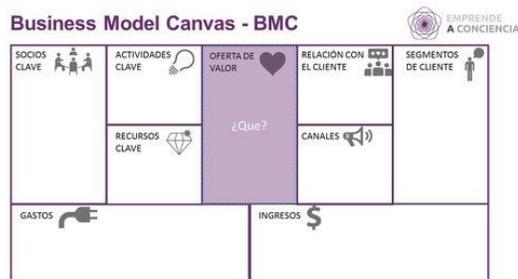
www.misproces.com

Fig 1. Ventajas de tener un modelo de negocio. Por Marta I. Seco.

Los pasos para implementar un modelo de negocios son:



Fig. 2 Modelo de negocios CANVAS. Por autores.



Conclusión

El modelo de negocio, no solo explica cómo funciona una empresa para obtener clientes y ganar dinero además también permite mejoras y una innovación constante, CANVAS es el más sugerido dado el aporte que brinda, aporta el segmento de clientes, las actividades clave, estructura de costos, los canales y la propuesta de valor, hacer uso de estas herramientas se tienen altas probabilidades de tener negocios rentables y sostenibles con un horizonte de vida lejano.

Una forma de poner en práctica todo lo que aprendiste y puedas realizar tu modelo de negocios es realizando el conjunto de actividades que se desglosaran a continuación, generando una participación favorable para tu negocio.

- A.** Ingresa a la siguiente dirección electrónica de internet (URL) el cual es un video en YouTube que explica y sirve como ejemplo de CANVAS:

<https://youtu.be/ZQgXyiozmYY>

- B.** Realiza la plantilla del CANVAS del Modelo de Negocios, se te proporciona una plantilla descriptiva para que plasmes las ideas de tu negocio.



PLANTILLA DEL CANVAS DEL MODELO DE NEGOCIO (BUSINESS MODEL CANVAS).

Haz una copia de esta plantilla para poder completar tu propio Business Model Canvas.

Key Partners La red de proveedores y socios que son estratégicos para dar la oferta de valor descrita.	Actividades clave Actividades más importantes que ha de realizar la empresa para dar la oferta de valor descrita.	Oferta de valor Descripción del producto/servicio en términos de beneficio para cada beneficiario (Nota: Es importante que cada beneficiario obtenga su propia propuesta de Valor).	Relaciones con el cliente Relaciones se han de establecer con el segmento de cliente definido, para adquirir y mantener a esos clientes.	Clientes Características más importantes de las personas u organizaciones que quieren alcanzar el valor propuesto en la oferta de valor.
	Recursos clave Activos más importantes que tiene la empresa para dar la oferta de valor descrita.		Canales Una breve descripción sobre cómo la oferta de valor es entregada a esos clientes.	
Gastos Costes incurridos para operar el modelo de negocio descrito.		Ingresos Como la empresa captura valor del cliente, modelo de ingresos que el cliente está dispuesto a dar.		

© Creative commons attributions by emprendealconciencia.com

- C. Ingresa a la siguiente dirección electrónica de internet (URL) el cual es un artículo que te aportará videos, otra plantilla descargable gratis, premium y conceptos básicos en este tema.

<https://sebastianpendino.com/como-crear-un-modelo-de-negocio-lienzo-canvas/>

2. Liderazgo

Influir como líder de emprendimiento personal, buscando el beneficio integral del equipo de trabajo.

Introducción

El líder debe buscar resultados para todos, no solo para él. El liderazgo constituye un estilo de vida que camina hacia la transformación de la sociedad, y ésta necesita a su vez, del liderazgo, que se vive diariamente. Para saber qué es liderazgo es necesario tener una visión integrada y una actitud de aprendizaje para identificar los caminos por los que tiene que andar y enseñar a los demás a hacerlo. A través de esta visión se debe mirar hacia el futuro para anticiparse, a sentar las bases de una organización y posibilitar un desarrollo social sostenible.

La visión de un líder está formada por los sueños que desea alcanzar, por ejemplo la visión de un líder empresarial puede ser mejorar la imagen de su empresa. Para lograr esta visión debe compartirla con los miembros de la organización para que todos trabajen en el mismo sentido.

Desarrollo del tema:

Ahora lo más importante es ¿cómo ser un buen líder?

Un líder es una persona que tiene la capacidad de tomar decisiones acertadas para un grupo de trabajo, inspirando al resto a alcanzar una meta en común.

Te dejamos algunos tips que te apoyarán para ser un buen líder:

- ✓ Confía en tu equipo de trabajo
Establezcan objetivos juntos, pero dales la oportunidad de trabajar a su manera. Acepta ideas nuevas y date la oportunidad de realizar las cosas de una manera diferente, siempre es bueno renovarse.
- ✓ Mantente al margen
Es importante tener una buena relación con la gente que trabaja contigo, sin embargo, hay que saber separar entre amistad y relación laboral. Ya que, en algunas ocasiones esto se puede confundir y propiciar abuso de confianza.

Para ser líder debes poseer un profundo sentido de justicia en el trato con tu equipo para poder delegar oportunamente.

- ✓ **Comunicación efectiva**
Si quieres que tu equipo ejecute bien su trabajo, es necesario que seas muy claro al momento de dar instrucciones. Al convocar a juntas asegúrate de exponer correctamente las metas y cómo planeas que se consigan.
- ✓ **Miedo VS. Respeto**
Evita sembrar temor en tus colaboradores, debes dejar tu ego e inseguridades de lado, ya que solo lograrás que se alejen de ti. Gánate su respeto tratándolos como humanos y no como máquinas, todos cometemos errores, recuerda que también son necesarios para aprender.
- ✓ **Busca un equilibrio**
Presta atención a tu vida personal, si tú te encuentras estable y contento, podrás motivar a tu equipo de trabajo a que ellos también lo estén. Es importante que también trates de generar una conexión con ellos siendo empático con lo que estén pasando y escuchando sus necesidades.
- ✓ **Inteligencia emocional**
Aprende a pensar con la cabeza fría, no tomes decisiones precipitadas, si se presenta algún problema procura tranquilizarte y no dejar que te domine el enojo. No actúes por impulso, respira y piensa detenidamente cómo resolverlo.
- ✓ **Sé realista**
No hagas ofertas que no puedas cumplir, primero considera tus posibilidades. Es fundamental que cumplas tus promesas para ganar credibilidad y convertirte en un líder confiable. Tu espacio de trabajo debe tener un ambiente positivo para lograr una mejor productividad.
- ✓ **Comparte tus conocimientos**
Tómate tu tiempo para enseñar a tus colaboradores nuevas y mejores maneras de

CARACTERÍSTICAS DEL LIDERAZGO



HABILIDAD DE UTILIZAR EL PODER DE FORMA EFICIENTE Y RESPONSABLE.

El líder debe saber redirigir el poder, sin abusar del mismo y usándolo con responsabilidad. Si actúa de forma autoritaria se estará equivocando y perderá su posición.



HABILIDAD DE COMPRENDER QUE TODOS LOS SERES HUMANOS TIENEN DISTINTAS MOTIVACIONES.

El líder debe entender las formas de actuar de un empleado y sus circunstancias. Por tanto debe prever diferentes tipos de motivación acordes a cada una de las situaciones para conseguir la estabilidad de su grupo.



HABILIDAD DE INSPIRAR.

Para saber qué es el liderazgo hay que entender que la capacidad de inspirar es algo esencial en un líder, este debe inspirar a los miembros del grupo al que dirige. Al hablar de inspirar nos referimos al ejemplo que da como referencia a los demás.



HABILIDAD DE ACTUAR DE MANERA QUE EXISTA UN CLIMA QUE INVITE A RESPONDER Y SUSCITAR A LAS MOTIVACIONES

El entorno o clima laboral es un aspecto muy relevante, por este motivo el líder debe ocuparse de mantenerlo en equilibrio y como fuente de motivación.



Figura 3. Características del liderazgo. Por autores.

realizar sus labores. También es fundamental que retroalimentes el trabajo que ejecuten o las ideas que propongan. Ser líder es saber reconocer los logros de tus colaboradores y motivarlos a seguir creciendo.

✓ Cree en ti mismo

Se consciente de tus habilidades, defectos y conocimientos. Asume tu responsabilidad y ayuda a otros a saber la propia. Si desconoces sobre algún tema, no te avergüences de pedir ayuda o consejo a los integrantes de tu equipo. Apóyate en ellos sin temor a sentirte vulnerable.

Debes tener confianza en tu capacidad para la toma de decisiones, ya que si tú dudas, seguramente tu equipo se sentirá perdido. Aplícalos con tu equipo de trabajo y de inmediato empezarás a ver que los objetivos planteados se cumplirán mucho más rápido.



Figura 4. Los tips del liderazgo. Jeroni Calafell

Conclusión:

Hay otras características adicionales que tienen los líderes: coraje (fuerza interior), moral (valor para aceptar la responsabilidad), físico (valor para enfrentar los retos), potencia del intelecto (juicio razonado para la toma de decisiones), captación a primera vista (capacidad de reconocer una situación rápidamente), determinación (capacidad de mantener una decisión una vez adoptada).

El liderazgo actualmente es una función destinada a solo un grupo de personas que tienen la capacidad de lograr que sus seguidores alcancen las metas que ese establecen.

El líder debe ser capaz de dominar una gran cantidad de funciones, que le permitan interactuar con las situaciones y dirigir con eficiencia los destinos del grupo al que pertenece.

En resumen, cada una de las personas tienen la capacidad de desarrollar el liderazgo, lo importante está en encontrar la motivación que le guie para ello.

A continuación se presenta material para que puedas complementar lo que aprendiste.

A. Ingresa a la siguiente dirección electrónica de internet (URL) de video de YouTube el cual puede ayudar en la comprensión del tema.

<https://youtu.be/fiWGFvlb0Y4>

B. Ingresa a la siguiente dirección electrónica de internet (URL) es un artículo junto con 10 dinámicas de liderazgo para que las puedas poner en práctica y convertirte en un buen líder.

<https://www.lifeder.com/dinamicas-de-liderazgo/>

c. Comenta en el grupo de emprendedoras que haces y que te hace falta para convertirte en buena líder.

3. Publicidad

Determina los medios publicitarios, así como elementos indispensables para la misma con la finalidad de ampliar el alcance del negocio.

Introducción

La publicidad es una táctica de marketing que involucra pagar por espacio para promocionar un producto, servicio o causa. Los mensajes promocionales se llaman anuncios o anuncios de corto. La meta de la publicidad es alcanzar la mayor cantidad de personas que estén dispuestas a pagar por el producto o servicio de una compañía y atraerlos para que lo compren.

Desarrollo del tema

Bases como guía de la publicidad:

Encontrando tu “Consumidor Ideal”, mientras tratas de acercarte a la gente a la que le gustaría o necesitaría tu producto o servicio, y cuánto estarían dispuestos a gastar en ellos, deberías considerar características demográficas como:

- Género
- Edad
- Nivel educativo
- Nivel de ingreso

Mientras más precisa sea la definición de tu consumidor objetivo, podrás escoger mejor los medios publicitarios que lo alcanzarán más por menos dinero.

El poder del logotipo

La misión del logotipo es compleja pero muy clara. Se trata de transmitir una imagen al público concisa, sencilla en apariencia, pero muy estudiada en su creación para que el potencial cliente la recuerde viéndola solo unos segundos. A base de visualizarlo en todas las actuaciones promocionales que la empresa lleva a cabo, el espectador termina asociando el logotipo a la empresa, y será el símbolo corporativo más importante de la marca.

Entre los caracteres que un logotipo debería tener para que fuera efectivo, está el que sea recordable fácilmente, distinguible, escalable, reproducible y, por supuesto, fácil de leer si contiene palabras. El logo debe ser capaz de comunicar por sí mismo. Ser impactante, creativo, original, conciso, pero transmisor de un potente mensaje.



Redes sociales

La publicidad en redes sociales es algo que está a la orden del día; son muchas las empresas que se han dado cuenta de que si quieren tener presencia real van a tener que empezar a hacer publicidad en redes sociales.

La publicidad en redes sociales suele funcionar con un sistema de pujas (lo que se está dispuesto a pagar) que va a determinar el precio final por el que se paga.

Este sistema de pujas principalmente depende de:

- La red social en cuestión donde te quieras promocionar.
- El tipo de objetivo que selecciones.
- El importe que quieras destinar.
- Y el precio de hacer publicidad a su vez depende principalmente de (además de los anteriores datos mencionados):
- Tipo de objetivo seleccionado.

- Ubicación de la publicidad.
- Calidad de los anuncios en redes sociales.

Por lo que, a la hora de hacer este tipo de campañas es fundamental que tratemos de optimizar cada uno de estos elementos.

REDES SOCIALES PRA PUBLICIDAD

¿CÓMO FUNCIONA?

Dependiendo de cuál sea tu sector y el público objetivo al que te quieres dirigir, puede ser que hacer publicidad en otras RRSS te salga mucho más rentable y consigas un mejor retorno de la inversión en marketing.

FACEBOOK

Facebook es uno de los tipos de publicidad en redes sociales más utilizados por las empresas para llegar a su público objetivo.

- Un usuario suele hacer unos 8 clics en anuncios al mes.
- Facebook cuenta con el 24,5% del gasto en publicidad en video digital.
- El 71% de las personas ha aumentado la visualización de vídeos en internet.

INSTAGRAM

La publicidad en Instagram es uno de los formatos que más ha crecido en los últimos años y uno de los más atractivos para determinados sectores.

- El 80% de las personas sigue a un negocio en Instagram.
- El 25% de los anuncios en Instagram son vídeos únicos.
- Los anuncios en Instagram han aumentado más del 28%.

TWITTER

La publicidad en Twitter es una de las más infravaloradas que hay.

- Twitter es utilizado por el 75% de los vendedores B2B. (Statista)
- Twitter es una de las redes sociales más efectivas para entregar contenido. (Dsim)
- Los anuncios en Twitter son un 11% más efectivos que los anuncios de televisión durante eventos en directo. (Twitter).

YOUTUBE

Youtube es el segundo buscador de información más importante a día de hoy ya lo convierten en uno de los tipos de publicidad en redes sociales más atractivo.

- Youtube representa el 27,1% de los gastos de publicidad digital. (emarketer)
- El 70% de los marketers confían en atraer visitas desde Youtube.

Referencias

Máñez, R. . Publicidad en redes sociales: Qué es, cómo funciona y formas [ejemplos]. Escuela Marketing and Web. <https://escuela.marketingandweb.es/publicidad-en-redes-sociales/>

Fig. 5 Redes sociales para publicidad. Por autores.

E-commerce

Introducción

Vivimos en un mundo cambiante y en continua evolución. El avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha llevado a que nuestra vida cotidiana sea producto de un cambio profundo, en el cual nos pasamos la mayor parte de nuestro tiempo conectados a la red, estemos donde estemos, bien sea mediante ordenador, tablet o teléfono móvil. Contamos con Plataformas Web viables y cada vez podemos realizar más acciones en torno a un mundo virtual, en el que no sólo navegamos, también realizamos nuestras actividades diarias.

El comercio electrónico, es el intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente Internet. Éste juega un papel importante en la vida de los internautas. La globalización en la Red ha permitido la apertura de negocios en todo el mundo durante las 24 horas del día, por lo que ha aumentado las posibilidades de éxito en un negocio.

Desarrollo del tema

Siguiendo con el eCommerce, este sector tiene ramificaciones y usa tecnologías como el mCommerce, que se refiere a compras online vía dispositivos móviles, fintech, manejo de la cadena de suministros, marketing digital, procesamiento de transacciones, intercambio de datos electrónicos, manejo de sistemas de inventario y sistemas de recolección de datos.



A medida que la tecnología evoluciona los negocios online deben atender diferentes tipos de necesidades dependiendo de dónde provengan los ingresos o del canal donde se efectúe el intercambio entre vendedor y consumidor. Algunos de los diferentes modelos de eCommerce son:

- ✓ Tienda online: con las mismas características de las tiendas físicas, pero adaptadas para internet. Por ejemplo: las tiendas online de Guess o Miniso.
- ✓ E-Commerce de afiliación: en este caso el cierre y la venta del producto no se hacen directamente con el productor, sino que se refiere a otra tienda a la que se le paga una comisión para conformar la venta. Funciona con una publicación en tu portal que cuando alguien está interesado en adquirirlo se redirige a una página de otro proveedor. Un modelo de gran popularidad porque no requiere inversión, ni inventarios, ni se tienen que ofrecer garantías.
- ✓ Marketplace: es un tipo de “Tienda de tiendas” en la que una gran plataforma alberga espacio online para que diversos vendedores ofrezcan sus productos, y el gran ejemplo es Amazon.
- ✓ Ecommerce de Suscripción: un modelo de negocio con automatización donde un cliente paga por suscribirse a contenidos digitales o a productos y servicios con frecuencia de compra recurrente. Este permite recibir ingresos por adelantado; así como programar las ventas de forma periódica.

VENTAJAS

DEL

E-COMMERCE

¿QUÉ TAN BUENOS SON?

 <p>Puede hacerse las 24 horas del día; accediendo a productos y servicios rápidamente, con la posibilidad de vender no sólo en un área delimitada, sino nacional e internacionalmente.</p>	 <p>envíos rápidos</p>
 <p>gran diversidad de pagos seguros disponibles.</p>	<p>pueden aumentar la fidelización, la re-compra o ampliar el rango de cobertura en el mercado.</p>
 <p>pueden encontrar mejores precios</p>	 <p>Atención y Garantía de Satisfacción Total</p>

Formas del e-commerce

Además del eCommerce hacia los consumidores (B2C: business to consumer) existe también aquel que se realiza entre empresas (B2B: Business to business), cuando una compañía provee a otra de material para que esta a su vez pueda continuar con sus objetivos. Otras ramificaciones de la venta online son de consumidor a consumidor (C2C), el mejor ejemplo son Mercado Libre o eBay; de consumidor a negocios y de gobierno a consumidor (G2C), como las plataformas para trámites y pago de impuestos.

En todos estos procesos es muy importante el intercambio de datos financieros para facilitar negocios nacionales e internacionales. La integridad de los datos y la seguridad son vitales en estos casos.

En el eCommerce existen ramificaciones, aparte del mCommerce (comercio móvil), está el tCommerce o t-Commerce (comercio a través de televisiones inteligentes o smart TVs).

Desde un inicio, el eCommerce no ha hecho más que crecer a nivel mundial, y cada día continúa fortaleciéndose debido a sus grandes ventajas.

Conclusión

La publicidad es una gran herramienta a la hora de querer entrar al mercado, muchas veces no se le da la importancia necesaria y eso llegaría a afectar un poco, pero conociendo la información necesaria se le puede dar el uso adecuado y beneficiarse más en esta época en la que internet abarca todo.

- A. Ingresa a los siguientes videos (URL) los cuales clarifican los temas abordados:

<https://youtu.be/CGG3UnXMyol>

tendencias de marketing

<https://youtu.be/gqpexh4Nc3g>

e-commerce

<https://vm.tiktok.com/ZMdXsfR6/>

logotipo

- B. Determina cuáles son o serán los medios publicitarios, logo y anuncio publicitario con eslogan.

- C. Ingresa a las siguientes direcciones electrónicas de internet (URLs) como apoyo a la actividad:

Artículo que muestra los mejores anuncios <https://www.merca20.com/los-mejores-anuncios-publicitarios-del-2021/>

Blog que proporciona una guía para definir eslogan ¿Cómo hacer eslogans creativos? <https://blog.hubspot.es/marketing/empresas-con-esloganes-creativos>

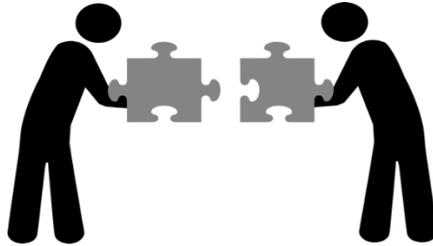
4.- Equipos de trabajo

Elegir su equipo de trabajo en base a las recomendaciones y opciones para crearlo.



Introducción

Un equipo es un conjunto de personas con habilidades complementarias que realizan una tarea para alcanzar resultados comunes. En definitiva, un equipo de trabajo está conformado por profesionales con habilidades complementarias que deben alcanzar un objetivo común. La elección de un buen equipo de trabajo es fundamental para el éxito y crecimiento de tu proyecto. Se puede decir que es la columna vertebral de la empresa ya que gracias a él las metas y objetivos se podrán cumplir o no.



Desarrollo del tema

Lo primero que debes tener en cuenta es la cantidad de tareas que tienes en tu proyecto, para así saber cuál es la cantidad de personas que necesitas para desarrollar cada una, además del análisis presupuestal para tal efecto.

Después de tener claro cuántas personas necesitas, debes determinar qué habilidades y capacidades deben tener esas personas para que realicen las tareas asignadas lo mejor posible.

Algunas características que puedes buscar en personas para escoger un buen equipo de trabajo son:



Fig. 6 Características de un buen miembro de equipo de trabajo. Por autores.

RECOMENDACIONES PARA CONSERVAR UN BUEN EQUIPO DE TRABAJO

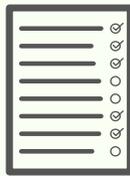
EL ESPÍRITU DE EQUIPO ALIMENTA LA FUERZA INDIVIDUAL PARA CONSEGUIR UN ÉXITO MUTUO



Según las habilidades de cada persona, dale una responsabilidad a cada miembro.



Deja las reglas claras desde el principio y lo que se espera de cada persona.



Comenta con el equipo cuáles son las metas específicas y generales.



Organiza regularmente reuniones para hacer una retroalimentación del desempeño de cada persona del equipo.



Da reconocimientos que exalten el buen trabajo para generar motivación.

Encárgate de que tu equipo de trabajo siempre esté superándose académica y personalmente.



Fig. 7 Recomendaciones para conservar un buen equipo de trabajo. Por autores.

Conclusión

Como líder tienes que aprender a conocer a las personas con las que trabajas para que tu negocio funcione de manera correcta, desde un inicio tienes que establecer que personas son aptas para ser los pilares de tu trabajo y después definir de las funciones de cada uno para que todo vaya en orden, es más complicado de lo que parece y no muchos le toman la importancia necesaria pero con una buena planeación todo puede guiarse por buen camino.



Actividad 1

Ganador/perdedor

Duración: 5-6 minutos.

Número de participantes: 2 personas o más.

Material necesario: ninguno.

Reglas: el jugador A le cuenta algo negativo de su vida al jugador B. Puede ser un recuerdo personal o laboral, pero tiene que ser cierto. El jugador A tendrá que hablar de la misma experiencia, pero centrándose únicamente en los aspectos positivos. Después, el jugador B le ayudará a explorar el lado positivo de la experiencia negativa. A continuación, los roles se cambian.

Objetivo: los participantes aprenden a reformular juntos las situaciones negativas en experiencias de aprendizaje.

Actividad 2

- A. Ingresa a los siguientes videos (URL) los cuales clarifican los temas abordados:
Ver el siguiente video para ver los tips que puedes seguir para crear un equipo de trabajo <https://youtu.be/CSeTs5NBOco>
- B. Elige las características y miembros de tu equipo de trabajo enlistando habilidades y enumerando cada uno.

C. Ingresa a la siguiente dirección electrónica de internet (URL) como apoyo a la actividad:

¿Cómo elegir el equipo de trabajo?

<https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/como-elegir-el-equipo-de-trabajo/1/>

Referencias

- Definición publicidad - ¿Qué es publicidad? (s. f.). Shopify. Recuperado julio de 2021, de <https://www.shopify.com.mx/enciclopedia/publicidad>
- Escobar, A. C., & Alba, J. A. (2015). Creación de nombre, estrategia de marca, logotipo corporativo, manual de identidad corporativa y planteamiento de una estrategia de posicionamiento y recordación a futuro para las bicicletas turísticas en el mercado del turismo bogotano. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Facultad de Arte y Diseño Programa de Publicidad. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1442/T490.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Máñez, R. (2021b, julio 15). Publicidad en Redes Sociales: qué es, cómo funciona y formas [Ejemplos]. Escuela Marketing and Web. <https://escuela.marketingandweb.es/publicidad-en-redes-sociales/>
- Ramos, M. (2020, 2 junio). Qué es el eCommerce: Definición modelos y ventajas. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-ecommerce/>
- E. (2020b, enero 27). B2B, B2C, C2B. . . ¿Qué tipos de comercio electrónico existen? Empresa Actual. <https://www.empresaactual.com/tipos-comercio-electronico/>
- Emprendedores. (s. f.). ¿Qué significa modelo de negocio? Recuperado de <https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio/>
- Emprender a conciencia. (s. f.). Canvas del Modelo de Negocio. Recuperado de <https://www.emprendaconciencia.com/canvas-bmc>
- I. Seco, M. (2020, 4 abril). Ventajas de tener un modelo de negocio. Recuperado de https://www.misproces.com/planificar_un_negocio/ventajas-de-tener-un-modelo-de-negocio/
- EEE Escuela Europea de Excelencia. (2020, 28 agosto). Qué es el liderazgo. Aspectos más relevantes. Recuperado de <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2015/08/que-es-el-liderazgo-aspectos-relevantes/>