

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MAESTRIA GERENCIA DE LA INNOVACION EMPRESARIAL**

PROPUESTA DE VALOR COMO MEDIO PARA LA REINVENSIÓN PROFESIONAL

**PRESENTADO POR:
LAURA LILIANA GALINDO GALINDO**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO:
ANGELA MARIA MUÑOZ RUIZ**

**BOGOTÁ D.C.,
ENERO, 2017**

FIRMA DE JURADO

FIRMA DE JURADO

**BOGOTA D.C.
ENERO, 2017**

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la vida por ponerme estas oportunidades en el camino para crecer como persona y profesionalmente.

A mi familia por apoyarme, ayudarme y acompañarme en todo este proceso, todos los que han terminado y todos los que vienen.

A todas aquellas personas que con sus conocimientos, aprecio y motivación han contribuido en el desarrollo de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS	9
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	9
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
3. MARCO REFERENCIAL.....	10
3.1. Antecedentes Biográficos de Laura Liliana Galindo Galindo.....	11
4. MARCO TEÓRICO.....	12
4.1. MODELOS DE NEGOCIO.....	12
4.2. EL PERSONAL Y EL MODELO DE NEGOCIO.....	15
4.3. INNOVACIÓN.....	16
4.4. INNOVACIÓN PERSONAL	17
4.5. PROPUESTA DE VALOR PERSONAL.....	18
5. FUNDAMENTO METODOLÓGICO.....	20
5.1. MODELO DE NEGOCIO - LIENZO	20
5.1.1. Modelo de Negocio de Soy... La S.A.S	20
5.1.2. Modelo de Negocio de Laura Galindo: Lienzo.....	22
5.2. RUEDA DE LA VIDA	23
5.3. CUALQUIER MOMENTO CUANDO TENÍA 20 AÑOS.....	24
5.4. ROLES MÚLTIPLES.....	24
5.5. DESCUBRIMIENTO DE LA LÍNEA DE LA VIDA.....	26
5.6. RECONOCER MIS INTERESES.....	29
5.7. FORTALEZAS Y DEBILIDADES – Ambiente Personal	30
5.7.1. Personalidad Y Entorno	31
5.7.2. Mi Tendencia De Personalidad Más Destacada.....	31

5.8. ¿QUE CLASE DE PERSONA SOY?	32
5.8.1. Temas En Común.....	34
5.9. CÓMO GASTO LA MAYORÍA DE MI TIEMPO	35
5.10. MI PROPÓSITO PROFESIONAL.....	35
5.10.1. Cubrimiento De Mi Historia	36
5.10.2. Las Tres Preguntas	37
5.10.3. Mi Marca - Nueva Vida	38
5.11. DECLARACION DE PROPOSITO.....	40
5.12. TRASCENDIENDO MODELOS MENTALES	40
5.13. REDIBUJANDO MI MODELO DE NEGOCIOS PERSONAL	41
6. PROPUESTA DE VALOR.....	43
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44
BIBLIOGRAFÍA	46

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Esquema del Canvas – Modelo de Negocio	13
Figura 2: Diagrama del significado del esquema del modelo de negocios – Canvas	13
Figura 3: Significado de las partes del esquema del modelo de negocio.....	14
Figura 4: Lienzo Modelo De Negocio Organizacional “Soy...La S.A.S.”	21
Figura 5: Lienzo del Modelo de Negocio Personal de Laura Galindo	22
Figura 6: Rueda de la Vida de Laura Galindo	23
Figura 7: Los Díez Roles de la Vida de Laura Galindo	25
Figura 8: Denominadores comunes de los Roles de Laura Galindo	26
Figura 9: Línea de Vida de Laura Galindo	27
Figura 10: Esquema de personalidad de Laura Galindo	31
Figura 11: Diagrama Relacional de Intereses, Competencias y Personalidad.....	32

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Hitos de la Vida de Laura Galindo	29
Tabla 2: Descripción de las características de Laura Galindo	33
Tabla 3: Identificación de características de Laura Galindo.....	34
Tabla 4: Declaración de Propósito de Laura Galindo.....	40

1. INTRODUCCIÓN

La exigencia del mundo actual es que los profesionales compitan en el mundo de los negocios y con pares de la más alta calidad, esto es un requisito para mantenerse vivo y útil dentro de una organización, donde el mundo empresarial y laboral está en constante evolución y movimiento.

La competitividad definida como “La capacidad de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores” (Palma Martos, 2010), es uno de los factores claves para sostenerse dentro del mercado ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional. Para que una empresa sea competitiva debe manejar precios adaptables al mercado, pero más allá de eso, debe tener elementos distintivos y únicos en sus habilidades, conocimientos, recursos, entre otros; factores que bien administrados pueden pasar de ser una ventaja comparativa a una ventaja competitiva y convertirse en sistemas productivos de alto impacto y excelente retribución económica.

Porter menciona que “las empresas de una nación deben pasar de competir sobre ventajas comparativas, bajo costo de mano de obra o recursos naturales, a competir sobre ventajas competitivas que surjan a partir de productos y procesos únicos”, estos procesos únicos pueden ser denominados en un modelo de negocio como el diferenciador estratégico o el valor añadido, que se entiende, como los beneficios que aporta un conjunto de servicios o productos a los clientes (Tim Clark, 2012).

Dentro de las organizaciones los procesos productivos y administrativos están desarrollados por el recurso humano, la eficiencia de estos procesos depende en gran medida de las aptitudes y actitudes del personal que lo integre, por esta razón, generar y fomentar competencias conduciría a que el recurso humano esté vinculado y realice aportes importantes a las metas y objetivos de las compañías incluyendo lograr los procesos únicos anteriormente mencionados como valor añadido, en esta medida, cada uno de los empleados que componen las

compañías, incluyéndome generamos proyectos profesionales que se comienzan a construir académicamente y se fortalecen con las experiencias laborales.

Las experiencias laborales de cualquier profesional, contribuyen a identificar habilidades, a desarrollar competencias, conocimientos existentes y faltantes, y a definir actitudes para atender situaciones de diferente índole que finalmente terminan por beneficiar al mismo profesional y a la empresa.

No es común realizar un análisis personal y profesional a lo largo de la vida, pero como mencione al inicio de la introducción estamos en constante evolución, y así, como las empresas deben reinventar sus modelos de negocio para mantener su competitividad, los profesionales también deben reinventarse para mejorar la oferta en el mercado laboral, mejorar proyectos de vida, entre otras cosas que puede generar los procesos de introspección y reinención. De esta manera, yo como parte activa de una empresa y a manera de mejorar mi vida profesional, desarrollaré la metodología Tu Modelo de Negocio, desarrollada por Tim Clark, Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, y la cual se evidencia en el presente documento. Aquí se observan la aplicación de varios ejercicios con el propósito de generar mi propio modelo de negocio personal en el cual identificaré y reforzaré mi propuesta de valor como profesional o la manera en que podría reinventar mi carrera.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar el modelo de negocio personal de Laura Liliana Galindo Galindo definiendo la propuesta de valor como profesional en Ingeniería Ambiental.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir mi entorno laboral y profesional
- Aplicar la metodología tu modelo de negocio personal de Tim Clark
- Determinar mi propuesta de valor
- Elaborar mi modelo de negocios personal

3. MARCO REFERENCIAL

No es comun escuchar hablar sobre los modelos de negocio personales, como elementos para escudriñar sobre la personalidad de un profesional para potenciar sus virtudes y destacar una aptitud o destreza como ventaja competitiva. Sin embargo, cada vez más se reconoce el papel del empleado y su estatus dentro de las compañías.

“El entorno actual está en un proceso de cambio dinámico que afecta al desarrollo de las organizaciones y en su sobrevivencia. Frente a esta situación las organizaciones y en particular los directivos, requieren desarrollar nuevas capacidades que consideren los cambios externos e internos para lograr altos niveles de desempeño organizacional y ventaja competitiva sustentable.” (Miranda Torres, 2015)

Kofman (2006), menciona que el liderazgo excelente es aquel que es consciente, es decir, que es una persona que esta mentalmente activo y posee la habilidad para ver el mundo de una manera diferente de tal forma que permita darse cuenta de todo lo que es importante para sus intereses y para los demás.

Se vuelve de vital importanncia que cada profesional conozca y haga consiente sus defectos y virtudes, desventajas y ventajas en cada fase de su vida como ser social. Para ello aplicar la metodología de Alexander Osterwalder expuesta en el libro Tu Modelo de Negocios, se vuelve tan importante para los nuevos retos que nos impone la sociedad y el mundo de los negocios, sí se quiere estar vivo en el mundo competitivo profesional. Para ello es importante partir del reconocimiento de quién es la persona, sus antecedentes e hitos que marcaron su historia. En este sentido, a continuación presentó a usted como lector de este trabajo de grado, mis antecedentes históricos como un primer acercamiento de quién soy y que hitos me definen.

3.1. Antecedentes Biográficos de Laura Liliana Galindo Galindo

Laura Liliana Galindo Galindo nacida en Bogotá Colombia el 28 de diciembre de 1986 en una familia compuesta por papá, mamá, hermana y abuelita; empecé a estudiar a los cinco años en el Colegio Santa Luisa obteniendo el grado en el año 2003 con énfasis en ciencias, el énfasis en ciencias que curse durante los tres últimos años de colegio me permitió elegir la carrera profesional que iba a estudiar, inicié Ingeniería Ambiental en el segundo semestre del 2004 en la universidad central de Bogotá, me motivaba el tema ecológico y ambiental, se me facilitaban algunas asignaturas del ciclo básico de matemáticas y cálculos y el trabajo de campo me atraía, a mediados de carrera obtuve media beca otorgada por promedio académico; a parte del área académica al empezar la universidad empezó la vida social y todo lo que esto trae fiestas, cine, salidas, paseos, amigos y novios. En el año 2008 hubo un suceso familiar doloroso con la muerte de mi abuela materna con la que habíamos vivido toda la vida y era nuestra segunda mamá en marzo de ese año y la muerte en diciembre del mismo año de la abuela paterna y una prima asumiendo lo que este tipo de cosas trae para cada uno de los integrantes de la familia, dejando esta brecha importante y triste de la historia; continua el relato de mi desarrollo profesional creando con mi hermana en el 2009 con apoyo y asesoría de mis padres una fundación para desarrollar proyectos y actividades para la conservación y preservación del medio ambiente, la cual se mantiene vigente a la fecha; en el 2010 obtuve el grado como Ingeniera Ambiental, ese mismo año trabajé un tiempo realizando muestreos de emisiones fijas, otro periodo trabajé en una incubadora empresarial realizando asesoría ambiental a empresas agropecuarias en algunas regiones del país y finalmente tome la decisión de dedicarme tiempo completo a la fundación y a otras empresas familiares. En el 2012 ingrese a la maestría en gerencia e innovación empresarial terminando materias con nuevos conocimientos y perspectivas en el 2014, durante ese periodo tuve un trabajo temporal donde aprendí actividades nuevas pero no cumplió mis expectativas y continúe con el trabajo que venía realizando en la fundación y en las otras empresas que es lo que sigo desarrollando a la fecha.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. MODELOS DE NEGOCIO

El modelo de negocio es una forma de esquematizar y definir el funcionamiento de una organización e identificar los beneficios que trae el producto o servicio para el cliente y como se retribuye en valor para la empresa. Peter Drucker dice que un buen modelo de negocio debe responder las siguientes preguntas: ¿Quién es el cliente y qué valora? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un coste apropiado?.

Un modelo de negocio como en la lógica de cómo una organización crea, entrega, y captura valor, se puede describir en el marco del Canvas, el cual está especialmente definido para describir, analizar los aspectos importantes de una empresa y en este caso reinventar una carrera como profesional que subyace en el sustento económico de la persona.

En el libro TU MODELO DE NEGOCIO, esquematizan la empresa en un plano con diferentes módulos para su mejor interpretación y manejo. El Canvas es una alternativa de plano para la definición de la organización, dado que es una herramienta para identificar aspectos relevantes y sus relaciones, éste esquema lo componen nueve secciones: Clientes, valor añadido o propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave o socios y costes; se relacionan de la siguiente manera.

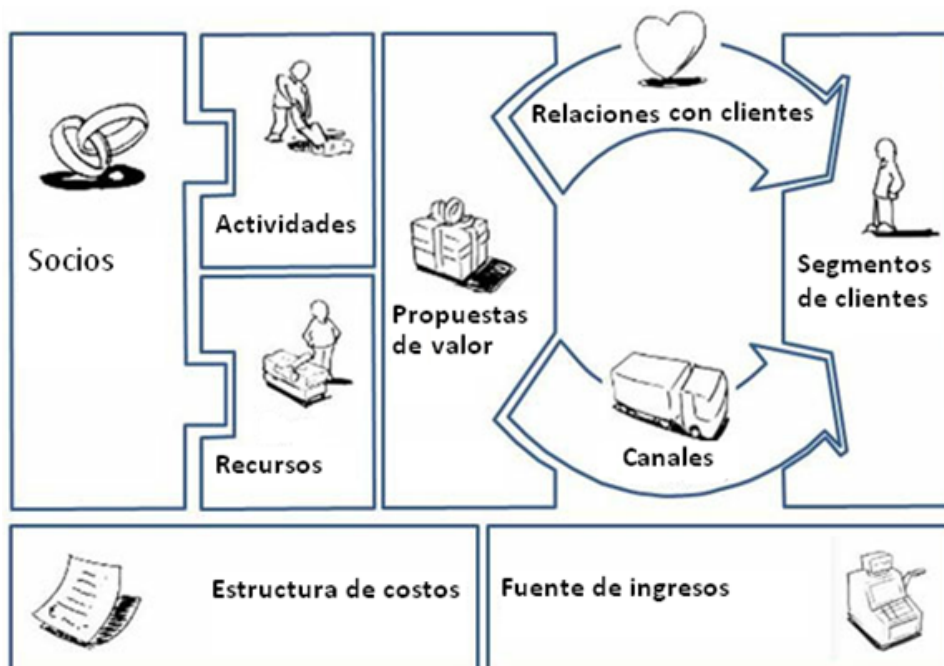


Figura 1: Esquema del Canvas – Modelo de Negocio

Para una mayor comprensión del esquema y poder proceder a responderlo, es importante tener en cuenta que los primeros tres cubículos que la componen hacen referencia al cómo del negocio, los tres que están al final hacen referencia al cliente y sus relaciones, los cuadros base del modelo son los recursos económicos y el central es qué se ofrece de valor al cliente, es decir es el centro del negocio.

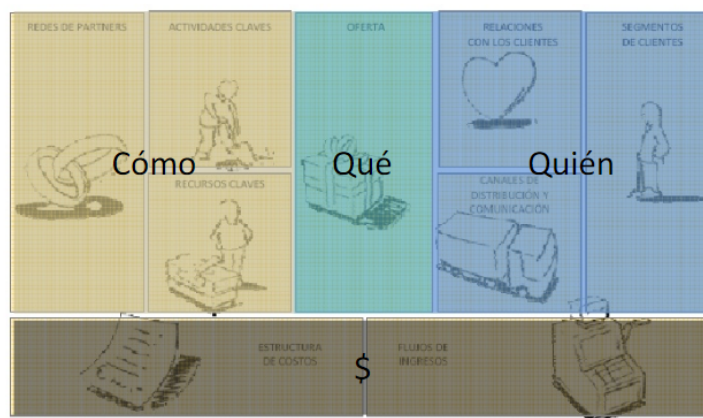


Figura 2: Diagrama del significado del esquema del modelo de negocios – Canvas

Para poder definir muy bien el modelo de negocios, es importante dar respuesta a unas preguntas dentro de cada bloque que compone el esquema del Canvas:

8. Aliados claves	7. Actividades claves	2. Propuesta de valor	4. Canales	3. Segmentos de clientes
<p>¿Quiénes son nuestros aliados claves?</p> <p>¿Quiénes son nuestros proveedores claves?</p> <p>¿Qué recursos claves adquirimos de los aliados?</p> <p>Cuáles de las actividades claves son realizadas por los aliados?</p>	<p>¿Qué actividades clave requiere nuestro modelo de negocio?</p>	<p>¿Cual es la propuesta de valor que queremos entregar? Precio, calidad, disponibilidad, servicio al cliente, atractivo especial, conocimiento</p> <p>Estabilidad, otra, describir</p>	<p>¿A través de qué canales podemos contactar a los clientes?</p> <p>¿Cuáles pueden trabajar mejor y porqué?</p>	<p>¿Qué tipo de clientes desarrollaremos con el modelo de negocio?</p> <p>¿A qué tipo de segmentos de clientes se dirigiría la oferta: mercado masivo, nicho de mercado, segmento específico o segmento diversificado?</p> <p>¿Quiénes pueden ser nuestros clientes más importantes ?</p>
6. Recursos claves <p>¿Qué recursos claves requiere nuestro modelo de Negocios?</p>		1. Concepto de producto / servicio <p>¿Cuál es el producto o servicio?</p> <p>¿Qué necesidades o problemas resuelve?</p> <p>¿Qué aspectos diferenciales debe tener?</p> <p>¿A quienes iría dirigido?</p>		
9. Estructura de Costos <p>¿Cuáles son los costos más importantes en relación a nuestro modelo de negocio?</p> <p>Cuáles recursos claves son más caros?</p> <p>¿Cuáles actividades claves son más caras?</p>			5. Flujos de ingreso <p>¿Cómo se gana dinero con el modelo?</p> <p>venta de activos, tarifa de uso, cuotas de suscripción, préstamos / alquiler/arrendamiento, concesión de licencias, honorarios de corretaje, publicidad</p> <p>¿Qué mecanismos de fijación de precios utilizaremos?</p>	

Figura 3: Significado de las partes del esquema del modelo de negocio

4.2. EL PERSONAL Y EL MODELO DE NEGOCIO

La agitación del mercado laboral actual se debe en gran medida a factores que no podemos controlar como pueden ser la recesión, los drásticos cambios demográficos, la creciente competencia o los factores medioambientales. Estos cambios repercuten sobre los modelos de negocio. Las empresas no pueden modificar el entorno en el que trabajan, de modo que su única alternativa es cambiar el modelo de negocio o crear uno nuevo para seguir siendo competitivas. Esto mismo sucede con las personas en su ambiente laboral.

El movimiento natural de una empresa obliga a que los profesionales o empleados generen cambios que contribuyan al crecimiento de la organización. Las personas como las empresas están supeditadas a factores medioambientales y económicos que no son controlables, así que para seguir siendo competitivas deben identificar aspectos claves para seguir en el mercado y adaptar sus esquemas o actuaciones a los nuevos entornos.

Un aspecto clave que se debe presentar en todas las organizaciones competitivas es la relación con los empleados, éstos deben preocuparse por el éxito de la empresa y la empresa debe preocuparse por el bienestar y desarrollo profesional de sus empleados dado que el recurso humano es el capital más importante, ellos son quienes hacen que la organización se mueva. Pero esto no será suficiente, cada miembro de la organización deberá propender a desarrollar sus habilidades y competencias para asegurar su estabilidad dentro de la empresa.

Competir como profesional es reconocer la forma en que se desarrollan las actividades e invertir en cada uno como lo señala Edgar Eslava (2009) en su artículo “La gestión estratégica del clima laboral para competir en un mercado global”; aquí resalta la importancia de buscar la excelencia en el área que se desempeñe, mantener un aprendizaje continuo el cual dará bases técnicas y habilidades de comunicación, interpretación, análisis, soluciones a problemáticas comunes y esporádicas pero posiblemente complejas entre otras condiciones que lo harán apto para cualquier labor y facilitara el camino para buscar más oportunidades que contribuyan al desarrollo empresarial y al reconocimiento como profesional.

4.3. INNOVACIÓN

En el mundo empresarial, la innovación es un producto, servicio o proceso de carácter novedoso que es aceptado por el mercado. En este sentido, la base de la innovación está en la capacidad de las personas para generar ideas y gerenciarlas para que sean acogidas por el mercado, al ser aceptadas y demandadas por el mercado, las organizaciones comenzarán a incrementar su valor. Es por ello, que las organizaciones deben actuar y realizar cambios organizacionales para fomentar una cultura de la innovación.

La necesidad de contar con un entorno eficaz a partir de un esfuerzo colectivo dentro de las organizaciones es el principal recurso para potenciar el cambio, la innovación y la supervivencia

(Madjar N., 2011). Este fin no es fácil de lograr, de hecho es lo más difícil. “La innovación por la innovación no tiene sentido, su producto no dimensiona su impacto social, legal, ecológico y no son coherentes con las personas, las organizaciones y los pueblos; una cultura de la innovación que no mide y controla las consecuencias, no es ética”. Por ello, la cultura de la innovación está definida por ciertas características entre las que se encuentran: “mayor creatividad, educación ubicua y permanente mosaico cultural, pasión aplicada a un proyecto, desarrollo de confianza, reconocimiento social, incentivos, aceptación del riesgo, anticipar necesidades, controlar proyecto, aceptación del cambio entre otros”. (Ortiz S. & Pedroza Z., 2006)

4.4. INNOVACIÓN PERSONAL

Existe una directa relación entre la innovación empresarial y la innovación personal. La innovación a nivel organizacional es dada por las personas que se encuentran pensando diariamente en cómo mejorar los productos, servicios y/o procedimientos de la empresa que redunden en el bienestar de los clientes y en las ganancias o ahorros económicos para las organizaciones. Si las personas se muestran reacias al cambio y no buscan una transformación y una capacidad para incursionar en nuevos campos, las organizaciones se verán obligadas a continuar en la misma dinámica y nunca pasarán a la etapa de la innovación.

La innovación personal es un concepto relativamente nuevo y que erróneamente se tiende a pensar en procesos de “autoayuda”. Según Midgley y Dowling (1978), la innovación es "una función de las dimensiones de la personalidad humana" (p.235), y está poseída por todos los individuos en mayor o menor grado. Tanto teórica como empíricamente, la innovación personal es vista como una variable clave en el proceso de adopción de la innovación.

Este estudio acepta la receptividad del individuo a estar dispuesto a tomar riesgos o probar cosas nuevas debe conducir a su deseo de innovación hacia los bienes tecnológicos. Rasgos personales, tales como las posibilidades de apertura de un individuo, puede ser un mejor indicador de su capacidad de innovación. En este sentido, se espera que la persona que gusta de tomar riesgos y experimentar con nuevas formas de hacer las cosas deben estar motivada para adoptar un nuevo bien, servicio o procedimiento novedoso y aplicable a la organización que genere un impacto positivo para todos. Para ello debe conocerse muy bien y hacer los cambios necesarios para asumir riesgos. (Thakur, Agriawan & Summey, 2016)

4.5. PROPUESTA DE VALOR PERSONAL

Se llama propuesta de valor al conjunto de beneficios que se diseñan para atraer o retener a un cliente. Esta propuesta de valor es una descripción precisa y fácil de entender e identificar por un cliente sobre lo que le está aportando, en este caso el profesional a la empresa, para resolver un problema.

Para definir la propuesta de valor personal, el profesional o persona interesada, debe desarrollar varios ejercicios para conocerse así mismo (fortalezas, debilidades, habilidades, ...entre otros aspectos) y otros para definir su cliente (intereses, expectativas, gustos, necesidades,... entre otros). En este sentido el Libro Tu Modelo de Negocios, propone varios para que una persona pueda estructurar su propuesta de valor y enfocarlo en su propio modelo de negocio.

Dentro de los pasos a seguir para definir la propuesta de valor, se tiene que levantar el lienzo personal que permita conocer el entorno y sobre todo enfocar al cliente o clientes (toda propuesta de valor se realiza siempre en un contexto), posteriormente se lleva a cabo un proceso de diseño a partir de ideas generar nuevos prototipos, para luego ponerlos a prueba, esta etapa es muy importante dado que los resultados arrojados por el cliente o clientes serán claves para ajustar la propuesta y que quede una definitiva.

Es importante aclarar que la propuesta de valor personal, no es una camisa de fuerza, ésta puede variar de acuerdo a los cambios del entorno y sobre todo a los cambios del cliente, por tanto se recomienda realizar un proceso de seguimiento para reinventarse cada vez que sea necesario.

5. FUNDAMENTO METODOLÓGICO

Para desarrollar mi modelo de negocio personal se tomara como base el libro tu modelo de negocio personal de Tim Clark (2013), bajo el cual se desarrollaran los ejercicios para encontrar el diferenciador estrategico personal.

5.1. MODELO DE NEGOCIO - LIENZO

En este módulo se aplicara la herramienta para describir y analizar modelos de negocio empresariales y personales, entendiendo modelos de negocios como la forma de operar de las organizaciones para generar ganancias. La herramienta consiste en dibujar un cuadro que interrelaciona nueve componentes de un modelo de negocio, este cuadro es denominado *El Lienzo Del Modelo De Negocio*, los nueve componentes que se interrelacionan son: clientes, valor añadido, canales, relaciones con clientes, ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y costes (Clark, T; 2013). Para iniciar el ejercicio se comenzara dibujando el lienzo del modelo de negocio de la organización en este caso denominada SOY..LA S.A.S. que es la empresa donde me desempeño como CEO.

Después de desarrollar el modelo de negocio de la organización, este mismo lienzo se aplica para describir el modelo de negocio personal, que se basa en quien soy, mis habilidades, competencias, como me relaciono, entre otros componentes que se podrán ver en el lienzo.

5.1.1. Modelo de Negocio de Soy... La S.A.S

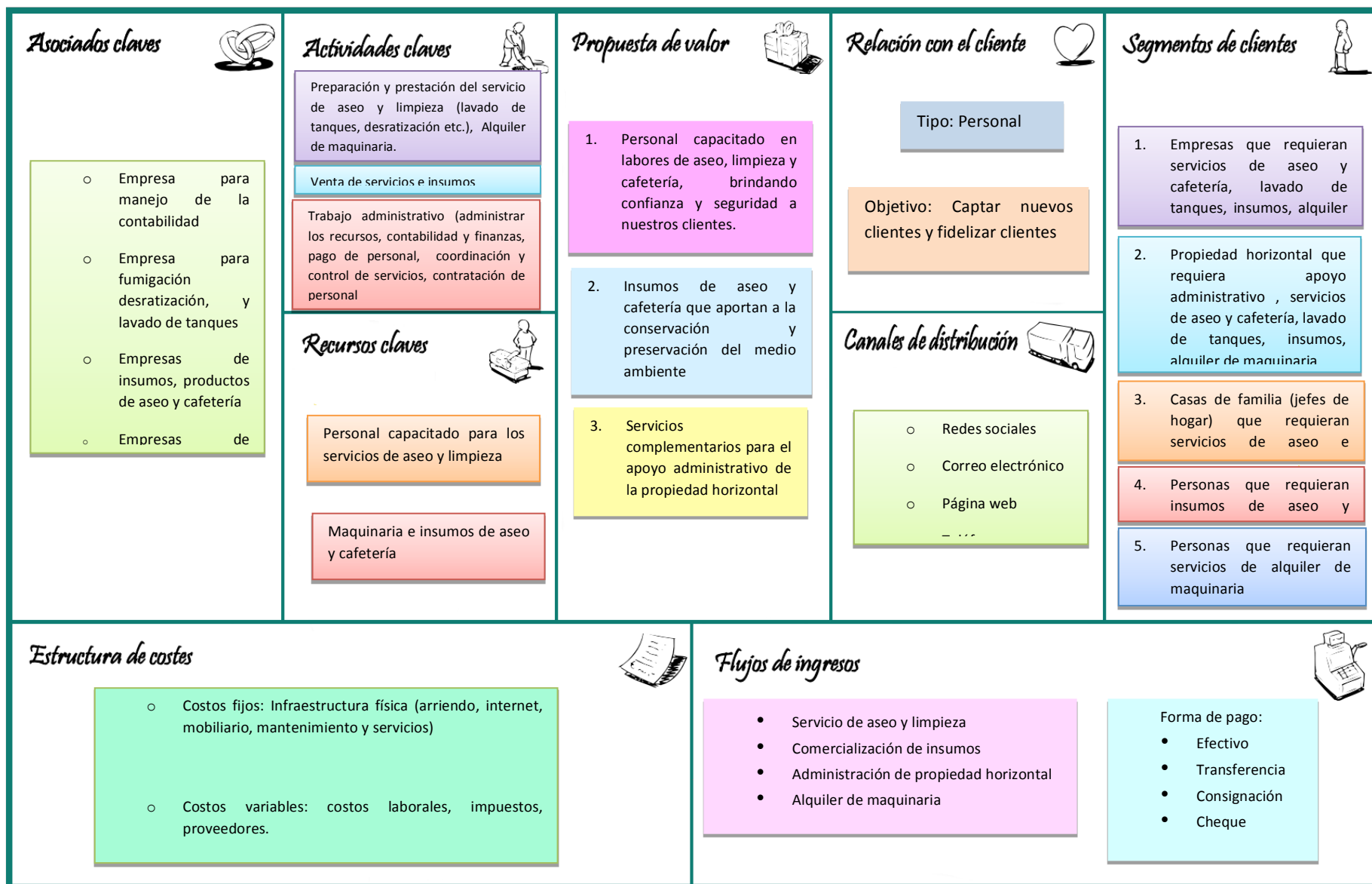
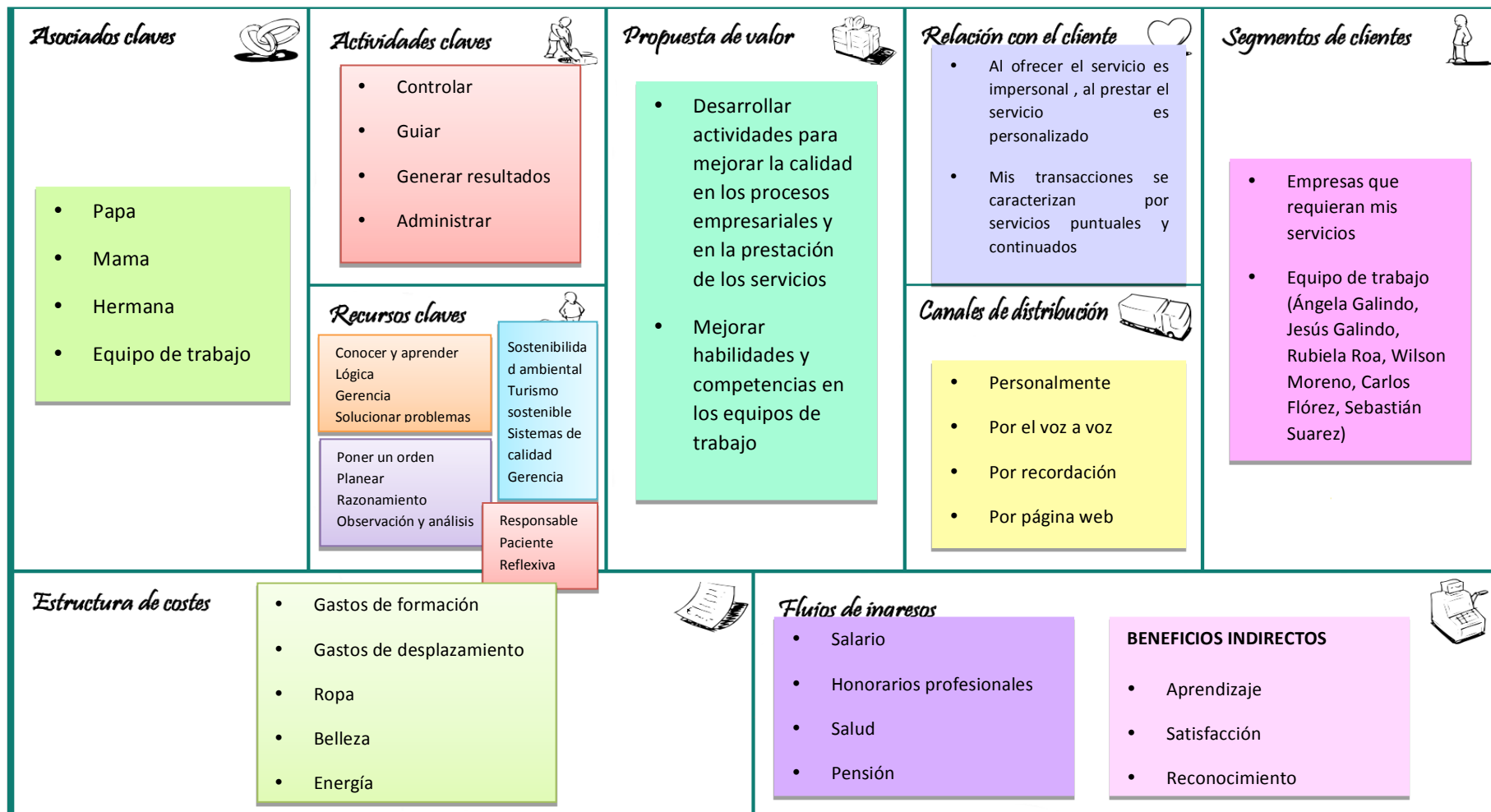


Figura 4: Lienzo Modelo De Negocio Organizacional “Soy...La S.A.S.”

5.1.2. Modelo de Negocio de Laura Galindo: Lienzo



@coworkinglemon

Figura 5: Lienzo del Modelo de Negocio Personal de Laura Galindo

5.2. RUEDA DE LA VIDA

En este módulo después de plasmar mi modelo de negocio, inicio el proceso de introspección, para evaluar que he hecho en mi trayecto de vida, y que quiero como proyecto de vida personal y profesional, para esto se inicia con el ejercicio de la rueda de la vida donde se debe seleccionar en cada área el nivel de importancia y satisfacción personal.

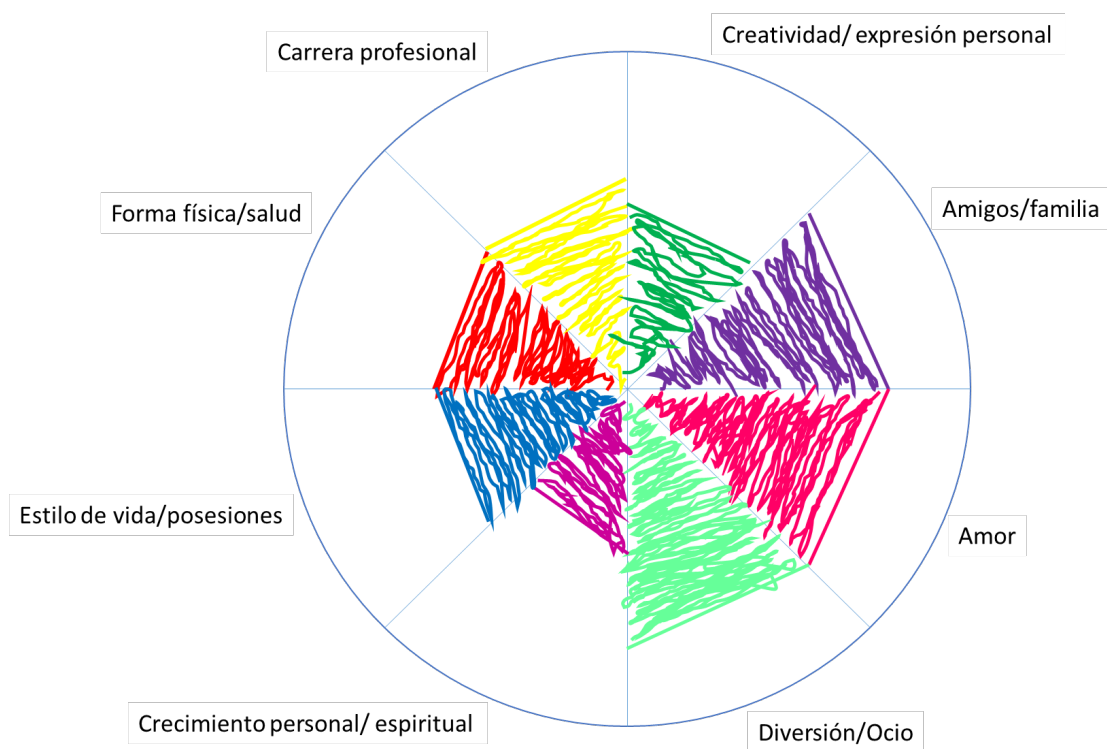


Figura 6: Rueda de la Vida de Laura Galindo

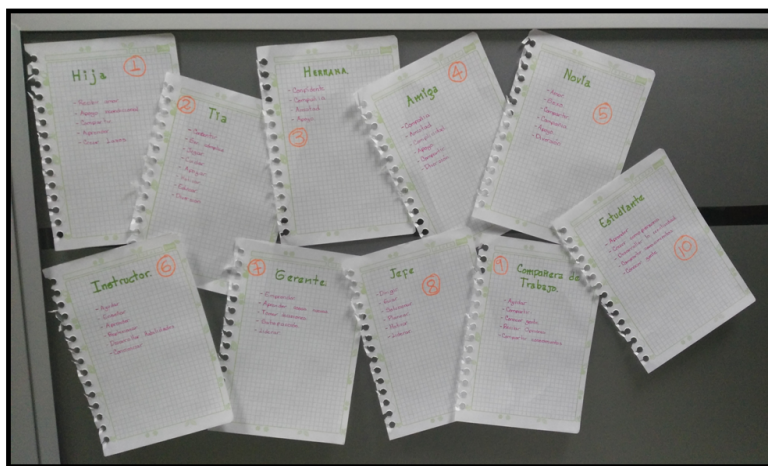
5.3. CUALQUIER MOMENTO CUANDO TENÍA 20 AÑOS

¿Qué me encantaba hacer? ¿Qué actividades, juegos, aficiones, deportes, eventos extracurriculares asignaturas te gustaban?

- Me gustaba :
 - Leer
 - Las asignaturas de ecología y calculo diferencial
 - Explorar y probar programas en los computadores
 - Viajar
 - Ordenar mi cuarto detalladamente

5.4. ROLES MÚLTIPLES

Después de reflexionar de mis intereses pasados y actuales, sigo desarrollando la mejor manera de responder a la pregunta de ¿Quién soy?, en el ejercicio de múltiples roles se responde la pregunta, usando 10 roles y describiendo porque la respuesta y que me gusta de esa respuesta, la idea de este ejercicio según Dick Bolles autor del método, es vislumbrar algunos aspectos que el trabajo, la carrera profesional o la misión de mis sueños tienen que darme para que me sienta a gusto satisfecho y útil.



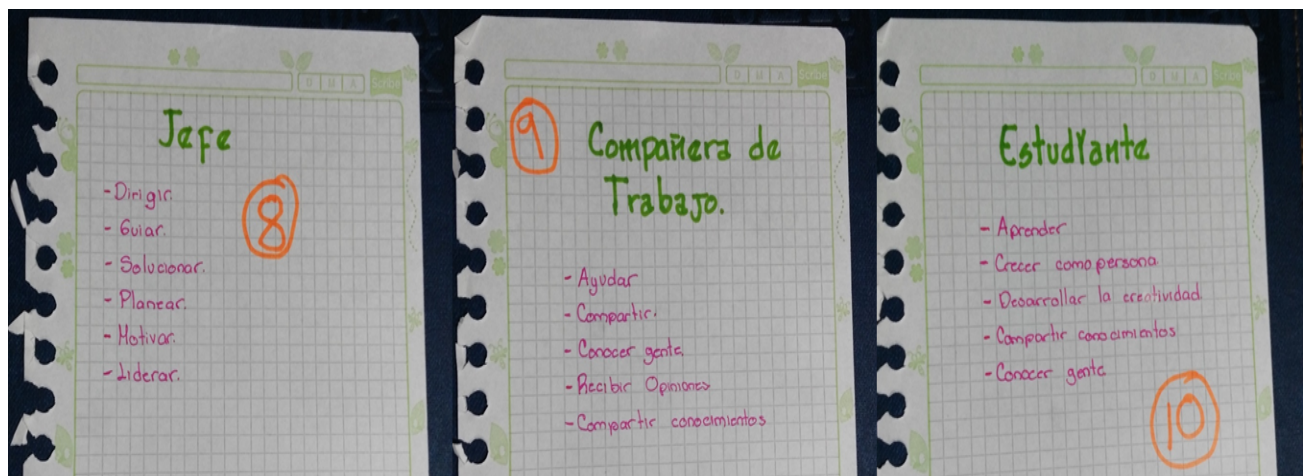
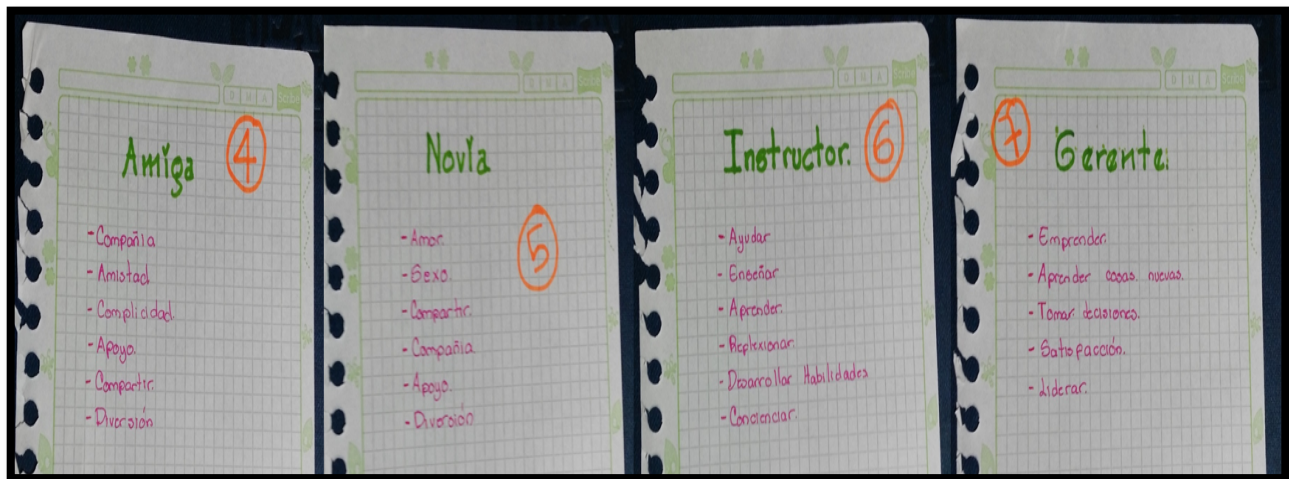
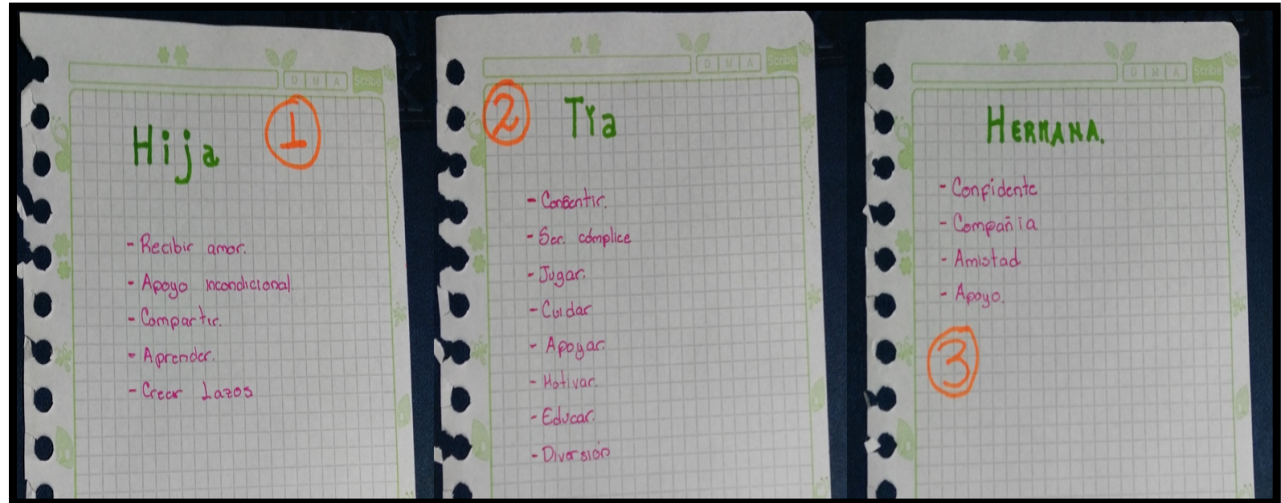


Figura 7: Los Diez Roles de la Vida de Laura Galindo

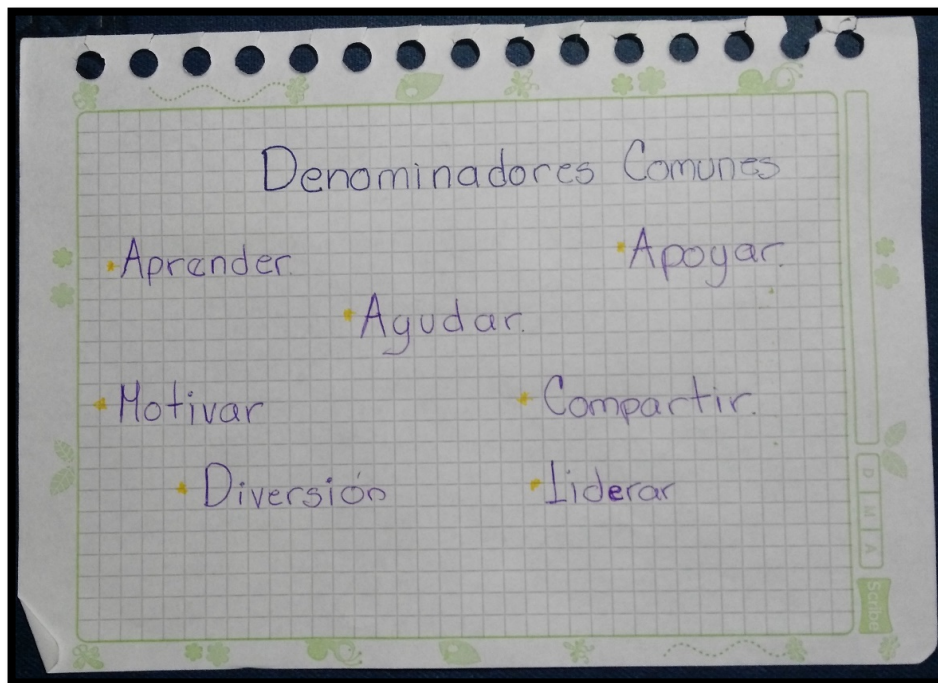


Figura 8: Denominadores comunes de los Roles de Laura Galindo

¿Qué elementos debe incluir mi carrera profesional para que me sienta feliz, útil y eficaz?

Debe tener un aprendizaje constante, interacción con la gente para poder ayudar, apoyar motivar y liderar, debe permitirme compartir con la gente, y debe ser divertido.

5.5. DESCUBRIMIENTO DE LA LÍNEA DE LA VIDA

Según Tim Clark, la mayoría de los consejeros de carrera están de acuerdo en que la satisfacción profesional depende los intereses, competencias, habilidades y personalidad. El descubrimiento de la línea de la vida es una herramienta que ayuda a definir y estudiar estos factores.

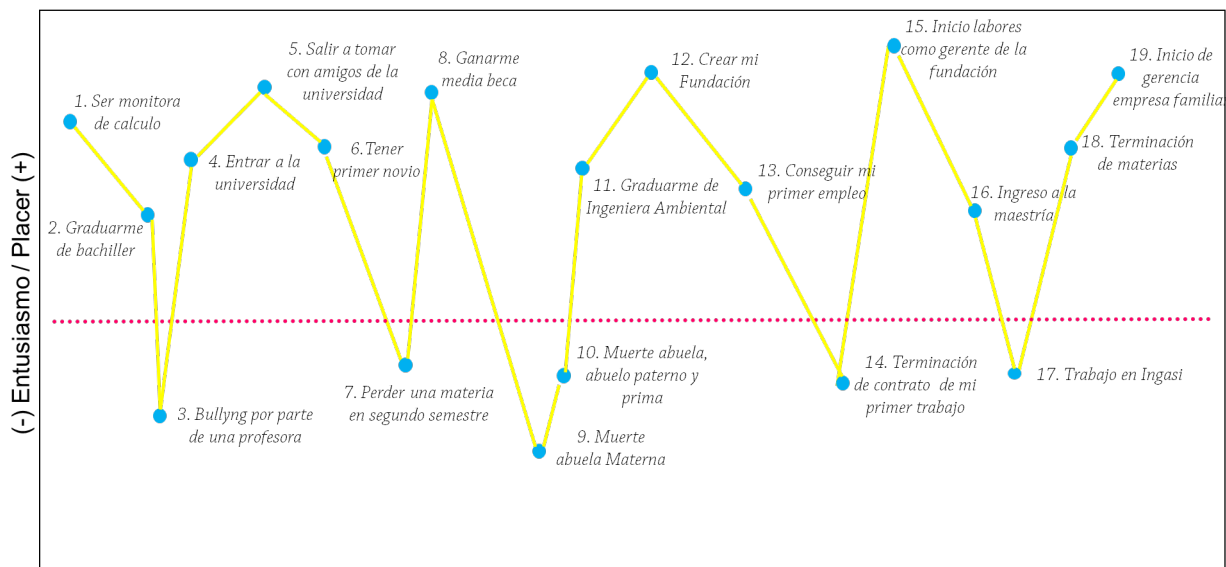


Figura 9: Línea de Vida de Laura Galindo

LOS ACONTECIMIENTOS DE MI LINEA DE LA VIDA			
1	Me nombraron monitora de cálculo en 11 grado del colegio, por mis habilidades desarrolladas en la asignatura lo que me aumento la confianza y aprendí a transmitir mi conocimiento.	11	Me gradué del pregrado como Ingeniera Ambiental, cumplí otro ciclo de estudio
2	Me gradué como bachiller por lo que sentí gran orgullo al reconocer mis habilidades y competencias adquiridas para lograr el objetivo	12	Por motivación de mi papá cree junto a mi hermana una fundación, para aplicar el enfoque profesional de cada una

3	La profesora tenía actitudes conmigo que entorpecía mi desarrollo de las actividades y el trabajo en equipo al evaluar subjetivamente mi trabajo y atacar mis equipos de trabajo lo que me permitió desarrollar mi carácter y aprehender a tener reacciones adecuadas para este tipo de situaciones	13	Mi primer empleo como ingeniera ambiental fue en una incubadora empresarial, me permitió aprender de diferentes procesos y viajar
4	Entrar a la universidad me tomó trabajo decidir el enfoque que le quería dar a mi vida profesional pero me generó gran satisfacción tener que tomar decisiones y avanzar un nivel en empezar mi independencia	14	No me renovaron contrato, lo que me generó muchas dudas porque nunca me dijeron los motivos
5	Salir a tomar y divertirme con amigos me permitió conocer y vivir experiencias nuevas conocer gente y aprender de la vida	15	La terminación de contrato generó la oportunidad de comenzar a trabajar en la fundación, creando la posibilidad de independizarme
6	Tener mi primer novio me permitió conocer mis emociones y actitudes ante una relación de pareja y vivir la experiencia de compartir con otra persona cosas más íntimas	16	Ingresar a la maestría para continuar con mi crecimiento profesional en el área de gerencia, conocer gente y vivir nuevas experiencias
7	Perdí Biología en segundo semestre de ingeniería ambiental lo que me frustró mucho porque perdí unos beneficios adquiridos pero me enseñó a manejar	17	Ingresar a trabajar en Ingasi me generó nuevas expectativas y la posibilidad de aprender muchas cosas, pero el trato con mi jefe directo y chisme entre compañeros

	los fracasos y volver a empezar		hizo que la experiencia no fuera la mejor
8	Ganarme una beca me genero seguridad y reconocer mis competencias adquiridas en el transcurso de la carrera	18	Terminar las materias de la maestría fue un gran logro y tener las notas que tuve me aumento la confianza pudiendo reconocer mis habilidades y competencias
9	La muerte de mi abuela materna fue de repente por lo que la ausencia se sintió mucho pero genero unión familiar y reconocer el valor de la vida y de las personas	19	Dentro de los proyectos de mi vida es hacerme cargo de las empresas familiares y es por eso que ya inicie tomando la gerencia de una ellas con muchas expectativas, temores pero con muchas ganas
10	La muerte de mi abuela de mi prima y de mi abuelo fueron un gran impacto porque fueron muy seguidas lo que genero un gran dolor en la familia pero genero unión familiar		

Tabla 1: Hitos de la Vida de Laura Galindo

5.6. RECONOCER MIS INTERESES

Los momentos álgidos están relacionados por ser momentos enfocados en algún reconocimiento las actividades en general son donde podía demostrar mis habilidades, competencias y conocimientos, por esto la mayoría están relacionadas con el desarrollo profesional y aportaba a mi crecimiento personal

5.7. FORTALEZAS Y DEBILIDADES – Ambiente Personal

Mis Diez Actividades Principales

1. Dirigir negocio propio
2. Hablar en publico
3. Enseñar e instruir
4. Trabajar al aire libre
5. Gestionar oficina
6. Desarrollar ideas
7. Planificar
8. Asesorar
9. Coordinar
10. Persuadir/influenciar

Mis Cinco Acitvidades Favoritas

1. Crear arte o publicaciones
2. Sacar fotos
3. Trabajar al aire libre
4. Enseñar e instruir
5. Asistir / organizar evento

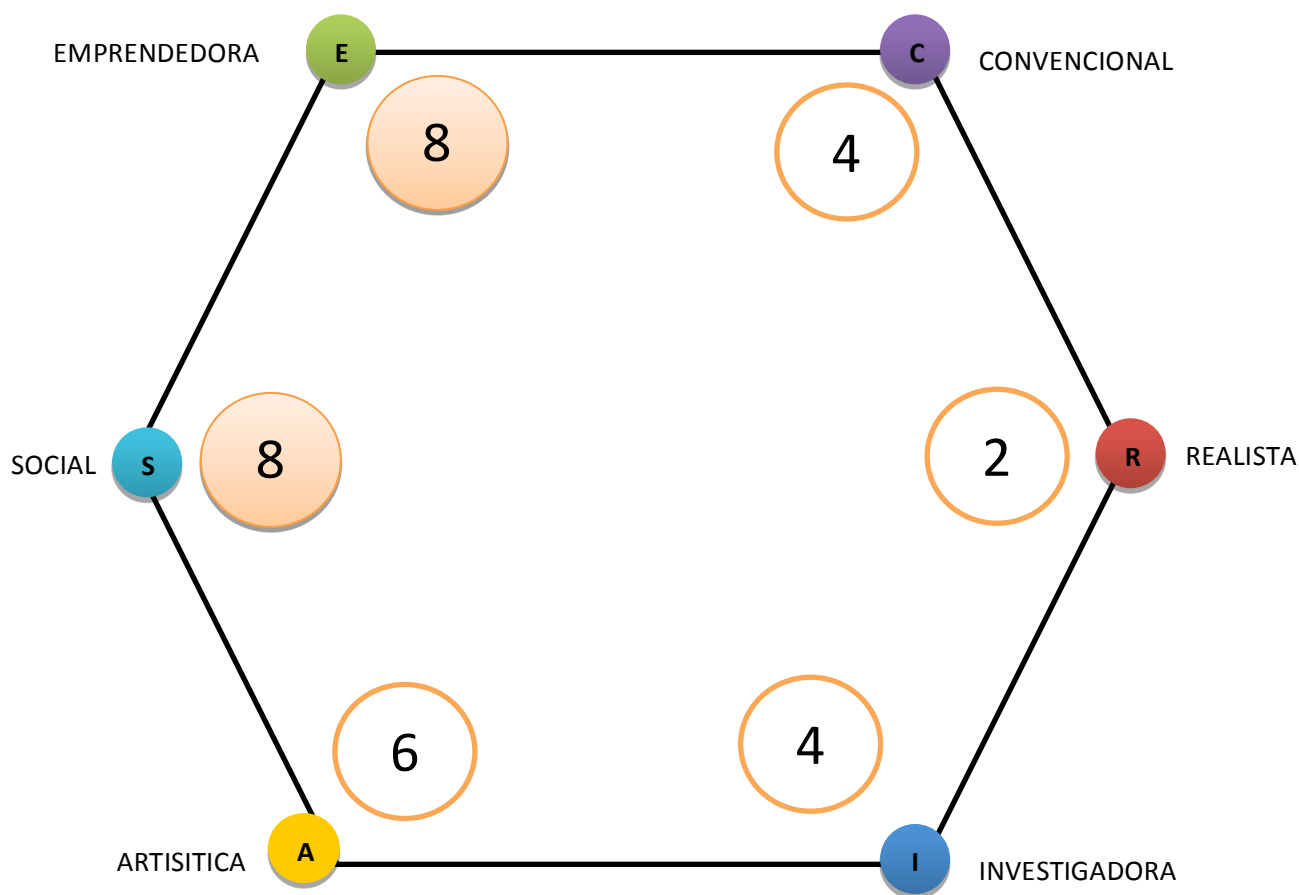
Lo Que Quiero y Puedo Hacer

1. Crear arte y publicaciones
2. Trabajar al aire libre
3. Dirigir negocio propio
4. Planificar
5. Desarrollar ideas

5.7.1. Personalidad Y Entorno

Este ejercicio me permite identificar mis elecciones profesionales de acuerdo a mi personalidad y mi personalidad será definida de acuerdo a las seis tendencias o tipos de personalidad de Holland.

5.7.2. Mi Tendencia De Personalidad Más Destacada



Mi tendencia de personalidad es emprendedora y social.

Figura 10: Esquema de personalidad de Laura Galindo

De acuerdo a los ejercicios desarrollados se puede concluir en el siguiente esquema mis intereses, competencias, habilidades y personalidad, con el objetivo de encontrar la zona optima profesional.

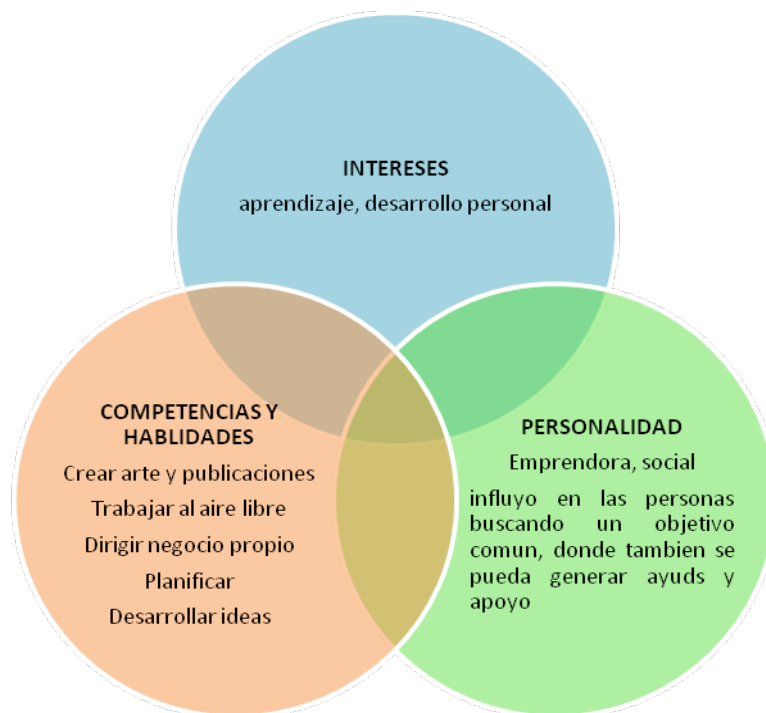


Figura 11: Diagrama Relacional de Intereses, Competencias y Personalidad

5.8. ¿QUE CLASE DE PERSONA SOY?

Este es un ejercicio de autodescubrimiento que se desarrolla con ayuda de algún compañero, amigo, familiar, que conozca mi personalidad y carácter.

En el cuadro siguiente se encuentran las palabras que me definen y por qué considero que me definen.

1. AGRADECIDO	Reconozco y valoro lo que la gente hace por mi
2. AMABLE	Procuro comportarme bien con la gente que me rodea
3. CALMADO	Actuó con cabeza fría sin dejarme llevar por el primer impulso
4. ENCERRADO EN SI MISMO	
5. HONRADO	Cumplo con mi deber y hago las cosas correctamente
6. INDECISO	Me cuesta tomar decisiones rápidamente
7. LOGICO	Analizo las situaciones de mi vida de manera objetiva
8. ORGANIZADO	Busco la mejor manera de adecuar mis espacios para sentirme a gusto
9. RACIONAL	Busco la manera de analizar las situaciones de mi vida buscando soluciones evaluándolas dentro de mi concepto si son positivas o negativas
10. REFLEXIVO	Siempre analizo las cosas antes de actuar y hablar
11. RESPETUOSO	Me dirijo a las personas o a los eventos de manera que se vea afectada negativamente
12. SERIO	Soy concreta y precisa en el actuar y en el hablar
13. TIERNO	Demuestro fácilmente afecto y dulzura

Tabla 2: Descripción de las características de Laura Galindo

5.8.1. Temas En Común

En la siguiente tabla se relaciona lo que las personas definieron de mí y se subraya lo común que se identificó.

MAMA	PAPA	COMPAÑERO DE TRABAJO	AMIGO	COMPAÑERO DE UNIVERSIDAD	YO
Asertivo	Analítico	Académico	Cálido	Amable	Agradecido
Atento	Autocritico	Aventurero	Centrado	Aventurera	Amable
Competente	Bondadoso	Celoso	Cooperativo	Calmada	Calmada
Cooperativo	Franco	Competente	Creativo	Cauto	Encerrado en sí mismo
Diligente	Indeciso	Comprometido	De confianza	Colaborador	Honrado
Entusiasta	Lógico	Con recursos	Leal	Escéptico	Lógico
Generoso	Metódico	De confianza	Perseverante	Introspectiva	Organizado
Honrado	Objetivo	Emprendedor	Positivo	Meditabundo	Racional
Leal	Protector	Ordenado	Proactivo	Perseverante	Reflexivo
Organizado	Puntual	Receptivo	Sincero	Practico	Respetuoso
Persuasivo	Tierno	Trabajador	Trabajador	Tímido	Tierno
Responsable	Tolerante	Visionario	Trabajador en equipo	Tolerante	Serio
Sincero	Trabajador en equipo				
Trabajador en equipo					
Visionario					

Tabla 3: Identificación de características de Laura Galindo

5.9. CÓMO GASTO LA MAYORÍA DE MI TIEMPO

La idea de este ejercicio es describir qué papel tiene el trabajo en mi vida respondiendo las siguientes preguntas

¿A Qué Dedico la Mayor Parte del Tiempo?

¿Qué función desempeña el trabajo en tu vida actual?

- Es una forma de desarrollo profesional y personal, una manera de generar ingresos para mejorar y mantener mi calidad de vida.
- ¿Es un empleo, una trayectoria profesional o una forma de realización? ¿o una combinación de las tres?
 - Es una combinación de las tres, porque del trabajo busco unos ingresos, busco un reconocimiento profesional y unos logros y trato de hacer lo que me gusta de cumplir la meta que me propuse de crecer como persona en cada actividad que hago y de luchar por desarrollar el trabajo como lo tengo planeado.
- ¿Qué relación hay entre el lugar que el trabajo ocupa en tu vida actualmente y tus creencias sobre su verdadero significado?
 - Hay una relación directa porque lo que busco al desarrollar mi trabajo de manera independiente es hacer lo que me gusta cumplir mis retos, aplicar mi profesión, crecer como persona, y generar unos ingresos que permitan mantener mi calidad de vida

5.10. MI PROPÓSITO PROFESIONAL

Recordando, los modelos de negocio son una guía para la construcción de un negocio u organización, los siguientes ejercicios permitirán definir mi propósito profesional, que servirá como base y guía para rediseñar mi modelo negocio.

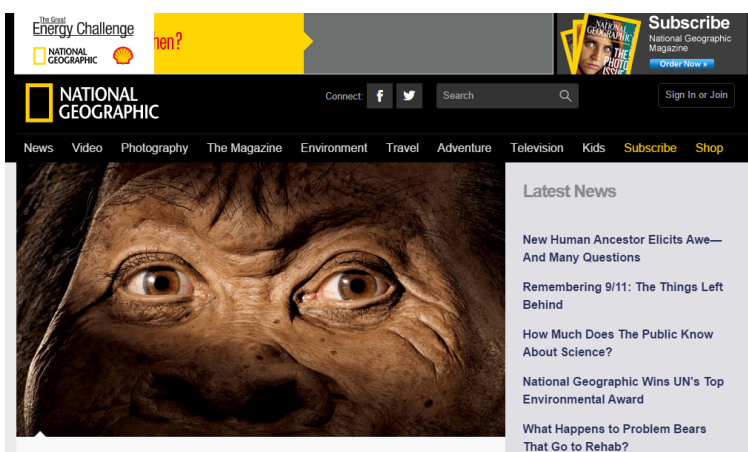
5.10.1. Cubrimiento De Mi Historia

Este ejercicio creado por David Sibbet, activa la imaginación con el fin de establecer una relación entre propósito e intereses.

Para este ejercicio debo visualizarme en dos años e imaginar que uno de los medios de comunicación acaba de publicar un artículo sobre mí, a continuación se responden las siguientes preguntas para plasmar lo que imagine.

1. ¿Cómo se llama el medio?
2. ¿De qué trata el artículo? ¿Por qué apareces?
3. Escribe varias citas de la entrevista incluso podrías crear un collage con citas, insertos (laterales), recortes de revistas o gráficos

1. REVISTA NATIONAL GEOGRAPHIC



2. Se publicó un artículo en la Revista National Geographic acerca del proyecto de innovación social que busca aumentar los ingresos económicos de una población a través de la protección y conservación de su entorno natural, cultural y social. El proyecto fue desarrollado por la Fundación Global Natura en cabeza de su directora.

RNG: Ingeniera Laura, cómo se generó la idea de este proyecto?

Laura: La Fundación acudió a la zona en respuesta a una solicitud de ayuda para mejorar el medio ambiente del sector. Viendo que la mayoría de los factores contaminantes eran generados por el ser humano surgió una idea que solucionara el problema y a la vez dejara ingresos a la población.

RNG: el proyecto generó buenos resultados desde su inicio?

No, inicialmente el equipo de trabajo tanto de la fundación como de la región era muy pequeño pero por esta misma razón se convirtió en un reto y a medida que pasaba el tiempo se iban vinculando personas que se motivaban con el trabajo que veían

La población está muy motivada con el proyecto y se han vinculado desde los niños hasta los ancianos aportando ideas y trabajo.

5.10.2. Las Tres Preguntas

1. ¿Recuerda Varios momentos en los que te sentiste realizado, qué hacías y por qué fue tan reconfortante?
 - Me sentí realizada cuando culminaba alguna actividad o proyecto con éxito cuando se me reconocía alguna habilidad o conocimiento, el cual podía transmitirlo.

- Cuando cree y formalice la Fundación Global Natura, porque era darme cuenta de que era capaz de ser independiente y aplicar mis conocimientos. Hacer lo que me gusta, para lo que me prepare.
2. Cuál es tu modelo de rol? A quién admiras más y por qué? Escribe varias palabras que describan a esa persona.
- Mi modelo rol es Daniel Tirado un viajero y emprendedor, ha logrado viajar por varios países del mundo, ha desarrollado diferentes proyectos y ha logrado gerenciar su vida cumpliendo sus sueños.
3. ¿Cómo te gustaría que te recordasen tus amigos? Apunta alguna de las cosas que aspiran que digan de ti cuando tu no estés?
- Me gustaría que me recordaran como una persona alegre, inteligente responsable, buena amiga, amorosa, tierna, emprendedora y creativa.

5.10.3. Mi Marca - Nueva Vida

En este ejercicio se plantea la siguiente situación:

Un buen día, al abrir la puerta de la casa, te sorprende un mensajero con un tocho de documentos legales. El excéntrico y millonario tío Ralph ha muerto y te ha dejado 18 millones de dólares, aunque debes cumplir dos condiciones para recibir el dinero.

La voluntad del tío Ralph es que dejes el trabajo y busques dos tareas de un año cada una. Durante estos dos años, recibirás un sueldo mensual y se te reembolsaran los gastos relacionados con las actividades elegidas, como viajes y formación. Al final del primer

año, recibirás una suma de 9 millones de dólares en un fondo fiduciario que se liberara cuando concluyas la actividad del segundo año.

1. Primer año ¿Qué aprenderías? y ¿Cómo te formarías?

Rta. Me formaría viajando y aprendería costumbres y formas de supervivencia de las diferentes culturas que visite y que aporten a la conservación del medio ambiente.

2. Segundo año - Buscar una causa que apoyar. ¿Qué causa elegirías?

Rta. Elegiría un proyecto de energías renovables que se puedan replicar en cualquier región fácilmente.

3. Tu estilo de vida a partir del 3er año. ¿Dónde vivirías? ¿Con quién vivirías?

Rta. Viviría en Bogotá, Colombia con mi pareja.

4. ¿En qué invertiría el tiempo?

Rta. Invertiría mi tiempo en viajar, compartir con mi familia, con mi pareja, con mis amigos y en el desarrollo de proyectos y negocios.

5. ¿Qué actividades realizarías?

Rta. Realizar proyectos en mi área profesional y de mi gusto, a continuar con el proyecto que generé, a fortalecer mi empresa y a hacer inversiones que me generen una estabilidad económica.

4. ¿Qué te gustaría conseguir?:

Rta. *Estabilidad económica y emocional, amor, amistad y satisfacción personal.*

5.11. DECLARACION DE PROPOSITO

En este ejercicio se usa todo lo que he construido para declarar mi propósito

ACTIVIDADES: Me gustaría dedicar más tiempo a pasear, a conocer sitios, a divertirme, a asistir eventos.

PERSONAS: Me gustaría pasar más tiempo con amigos, pareja y familia, profesionales

AYUDA: Escuchar, Enseñar, Motivar y Sensibilizar

ME GUSTARIA	AYUDAR (VERBO)	A PERSONAS (NOMBRE)	HACIENDO UNA ACTIVIDAD (VERBO)
	Escuchar	Todos	Conociendo
	Enseñar	profesionales	Asistiendo
	Sensibilizar	Amigos y pareja	Paseando
	Motivar	Amigos, pareja, gente nueva	Divirtiéndose

Tabla 4: Declaración de Propósito de Laura Galindo

Me gustaría ayudar mis amigos, pareja, familia y a profesionales para sensibilizarlos en el cuidado del medio ambiente y otros temas relacionados, desarrollando actividades divertidas.

5.12. TRASCENDIENDO MODELOS MENTALES

Tener la capacidad de modificar tu realidad, significa no cambiar los acontecimientos, lo que pretende es tener la capacidad de ver la realidad con otros ojos, ser capaz de darle otra mirada la situación y acoger aquello que te molesta para darle un vuelco hacia tu favor. A

continuación presento una situación que me afectó y cómo le di una mirada diferente que me permitiera superar el problema.

Situación que me molesta

Mis compañeros no siguen instrucciones, no saben escuchar, y no usan los medios que tienen a la mano para dar soluciones a los problemas que surgen, lo que genera que los resultados no sean los esperados, y el trabajo desarrollado quede mal. Pienso que es porque no me hago entender y no tengo la suficiente autoridad para dirigirme a ellos.

Situación deseable

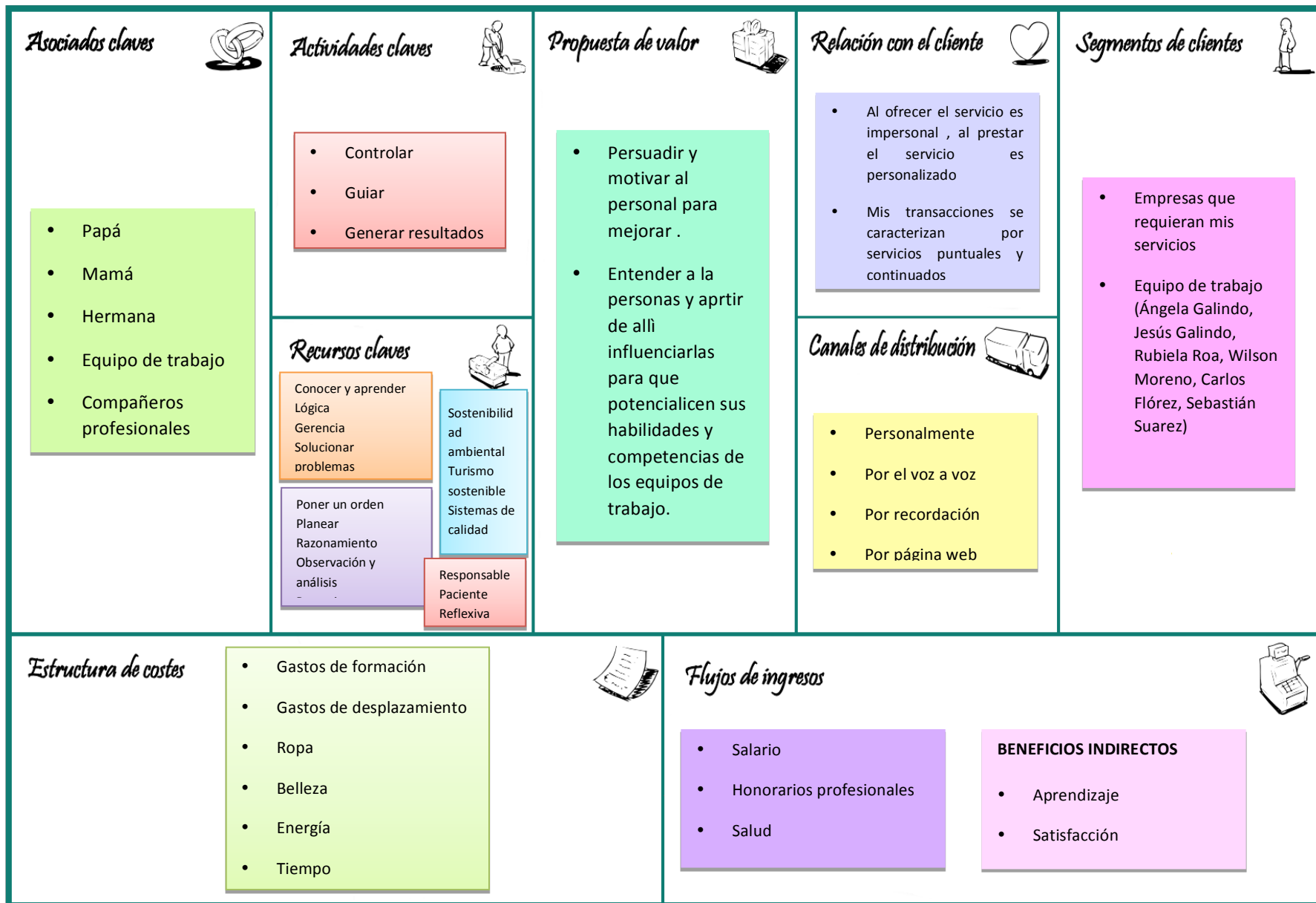
Mis compañeros hacen el esfuerzo de ejecutar las instrucciones dadas y dar solución a los problemas, pero no todos tienen las mismas habilidades por lo que algunos se les dificulta más que a otros, por lo que debería usar diferentes métodos didácticos para dar las instrucciones necesarias.

5.13. REDIBUJANDO MI MODELO DE NEGOCIOS PERSONAL

Con la información recolectada hasta esta parte de la metodología aplicada, me da insumos para retomar mi Modelo Inicial de Negocios y redibujarlo con los nuevos aspectos encontrados.

CANVAS

Generación de modelos de negocio



6. PROPUESTA DE VALOR

Influenciar al personal para que potencialicen sus habilidades y competencias al 100% de tal forma que se sientan motivados para trabajar, complacer al cliente y asumir nuevos retos laborales. También promover el aporte constante de ideas que conlleven a desarrollar nuevos productos, servicios y/o procesos dentro de la organización.

Las ideas provienen de las personas, y la innovación viene de las ideas bien gestionadas. El propósito es que la empresa y las personas se beneficien.

(Ganar – Ganar para todos)

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Maestría en Gerencia de la Innovación Empresarial me permitió desarrollar un perfil personal y profesional enfocado a aptitudes y actitudes frente a los nuevos retos sociales y laborales a los que me veo enfrentada cada día en mi negocio. Estar en cada clase, enfrentarme a nuevos retos y compartir con personas tan diferentes, hizo que despertara habilidades que con el tiempo he aprovechado para superar problemas y lograr superar las metas propuestas. Ahora me siento más segura de lo que tengo que hacer a diario en los negocios que lidero.

Frente al desarrollo del presente trabajo de grado, en el cual elegí aplicar una metodología que me llevara a descubrir mi propuesta de valor personal, fue de gran aporte a mi desarrollo personal y profesional, dado que me ayudó a definir e identificar aspectos claves de mi entorno laboral como profesional en Ingeniería Ambiental. El hecho de poder identificar mis defectos como instrumentos para enfocarlos de la mejor manera y aprovecharlos para lograr las metas, fue una de las cosas que más me impactaron de la metodología. La aplicación de metodología fue de gran utilidad para desarrollar mi vida personal y profesional, donde los más beneficiados son mis clientes y los clientes de sus clientes.

Definir el entorno laboral y profesional fue un proceso relativamente sencillo, en la medida que entiendo a profundidad mi empresa en la cual llevo trabajando como CEO más de tres años y la cual conozco desde que nació. Establecer mi características claves como profesional frente a la organización fue iluminador para mí, de tal forma que se aclare el panorama en el cual laboro y cuales son mis responsabilidades y retos frente a ella. Es una tarea que realmente nunca había pensado ni reflexionado.

Encontrar que mi propuesta de valor va más allá de desarrollar actividades como mejora continua fue clave para darme cuenta que realmente lo que me hace indispensable dentro de una organización es influir en el personal de manera positiva, motivarlas para generar ambientes de trabajo propicios para generar o asumir mejoras continuas. Así mismo, pude identificar que en lugar de mejorar habilidades de los grupos de trabajo, puedo aprovechar mi propuesta de valor para potencializar sus habilidades, capacidades y competencias para propiciar generación de ideas que nos lleven a mejorar.

El adentrarme en mis aspectos personales y cómo estos actúan frente a la labor realizada cada día en Soy La S.A.S., me permitió entender que debo transformar ciertos aspectos que me hacen estancarme y por ende estancar a la entidad. Permitirme tomar riesgos y planificar la organización con elementos innovadores, empezando por su cultura organizacional, deberá ser un trabajo que deberé realizar en los próximos meses si quiero que Soy La S.A.S. continúe siendo exitosa en el mercado. En este sentido, es posible que tenga que volver a realizar los ejercicios con una mente más abierta y exigente, centrándome en un cambio radical para que la organización defina un diferenciador estratégico que la haga competitiva en el sector.

A manera de recomendación sugiero que los procesos de introspección deben estar muy bien enfocados y contextualizados en el negocio que se quiere impactar, de otra forma se correrá con el riesgo de divagar mucho en el pasado y generar resultados erróneos que no van acorde con la reflexión que se quiere generar.

BIBLIOGRAFÍA

Brennan, J.&Mattice, L. (2014). The Importance of Personal Branding. SecurityMagazine.com. 93p.

Clark T., Osterwalder A., Pigneur Y. (2012). *Tu Modelo De Negocio*. Traducido por Lara Vásquez Cao. España. 258p.

Eslava, E. (2009). *La gestión estratégica del clima laboral para competir en un mercado global*. Consultado en: http://www.degerencia.com/articulo/la_gestion_estragetica_del_clima_laboral

Kofman, F. (2006). *Conscious business: how to build value through values*. Boulder, CO: Sounds True.

Kofman F. and Durig A. Human Challenges of Mergers, Acquisitions and Joint Ventures: Integrating People and Cultures. Consultado En: http://www.axialent.com/uploads/paper/archivo/Human_Challenges_of_Mergers_and_Acquisitions_by_F._Kofman_and_A.Durig.pdf

Madjar, N., Greenberg, E., & Chen, Z. (2011). Factors for radical creativity, incremental creativity, and routine, noncreative performance. *The Journal Of Applied Psychology*, 96(4), 730-743.

Miranda Torres, J. (2015). La reconfiguración del modelo de negocios y el desempeño organizacional: una perspectiva de las capacidades dinámicas. *Revista Universitaria RUTA*, 17(2), 38-57

Midgley and Dowling, 1978, D.F. Midgley, G.R. Dowling Innovativeness —

Concepts and its measurement. *Journal of Consumer Research*, 4 (4) (1978), pp. 229-242

Palma martos, L. (2010). *Diccionario de Teoría Económica*. Editorial del Economista. Consultado en:

<https://books.google.com.co/books?id=QXE4AwAAQBAJ&pg=PA38&lpg=PA38&dq=La+capacidad+de+obtener+rentabilidad+en+el+mercado+en+relaci%C3%B3n+a+sus+competidores&source=bl&ots=wQQsjAwtg3&sig=6Hzqg-LjTpeBiXvka7g3KkozAvo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiPg5W9tczRAhXKJiYKHabkCgkQ6AEILTAD#v=onepage&q=La%20capacidad%20de%20obtener%20rentabilidad%20en%20el%20mercado%20en%20relaci%C3%B3n%20a%20sus%20competidores&f=false>

Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J. & García Jiménez E. (1996) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Ediciones Aljibe, España.

Rojas, B. (2007). La creatividad e innovación en las Organizaciones. *Revista Universitaria de Investigación*, 8(1), 111- 130.

Thakur, R., Angriawan, A., & Summey, J. H. (2016). Technological opinion leadership: The role of personal innovativeness, gadget love, and technological innovativeness. *Journal Of Business Research*, 69(8), 2764-2773.