



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE INGENIERÍA  
DIVISIÓN DE INGENIERÍA MECÁNICA E INDUSTRIAL**

**ESTRUCTURAS DE DESARROLLO PERSONAL PARA LA UTILIZACIÓN DEL  
MODELO CANVAS YOU**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**INGENIERO INDUSTRIAL**

**P R E S E N T A:**

**GABRIELA VERÓNICA GONZÁLEZ PADILLA**



**DIRECTOR DE TESIS:**

**CARLOS SÁNCHEZ-MEJÍA VALENZUELA**

**FACULTAD DE INGENIERÍA, UNAM**

**(México 2015)**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Índice

<b>Introducción</b> .....	4
<b>Objetivo General</b> .....	6
<b>Objetivos Particulares</b> .....	6
<b>Anhelos y Aspiraciones</b> .....	6
<b>Capítulo 1 Entorno al Desarrollo Personal</b> .....	8
1.1 Autoconocimiento.....	9
1.2 Asertividad.....	10
1.3 Empatía.....	11
1.4 Actitud Mental Positiva.....	12
1.5 Inteligencia Emocional.....	13
1.6 Desarrollo Emocional.....	15
<b>Capítulo 2 Autoestima</b> .....	19
2.1 Ventajas y desventajas.....	20
2.2 Tipos de autoestimas.....	21
<b>Capítulo 3 Autodiagnóstico</b> .....	25
3.1 Cuestionario.....	25
3.2 Autoestima.....	27
3.3 Entrevista.....	30
3.4 Cuestionario de anhelos y deseos.....	30
<b>Capítulo 4 Estructuras del Desarrollo Personal</b> .....	32
4.1 Habilidades para la vida.....	32
4.2 Decálogo del Desarrollo.....	35
4.3 Competencias necesarias de un Directivo.....	38
4.4 Matriz de metas y áreas de desarrollo.....	40
4.5 Planificación de vida y trabajo.....	40
<b>Capítulo 5 Estructuras para triunfar</b> .....	42
5.1 Define tus metas.....	42
5.2 Ten la actitud correcta para lograr tus metas.....	45
5.3 Comunícate inteligentemente.....	48

5.4	Negocia y gana para obtener tus metas.....	53
<b>Capítulo 6</b>	<b>Relaciones con colaboradores y aliados.....</b>	<b>58</b>
6.1	Como tener amigos y conservarlos.....	58
6.2	Como influenciar a los demás.....	58
6.3	Estructuras de poder sobre los demás.....	59
6.4	Ser líder e influenciar a los demás.....	64
6.5	Manejar una negociación a nuestro favor.....	67
6.6	Protocolo de vestuario ejecutivo.....	69
6.7	Empresa sustentable y Socialmente Responsable.....	72
<b>Capítulo 7</b>	<b>Métodos del Canvas (lienzo( para el Desarrollo Empresarial</b>	
	<b>y Personal.....</b>	<b>74</b>
7.1	Modelo Canvas.....	74
7.2	Modelo Lean Canvas.....	79
7.3	Modelo Canvas D' Charles.....	81
<b>Capítulo 8</b>	<b>Canvas You.....</b>	<b>86</b>
8.1	Qué debemos saber antes.....	86
8.2	Canvas You.....	86
8.3	Preguntas básicas de autoconocimiento para el Canvas You...	92
8.4	Mi Canvas You.....	93
8.5	Propuesta de Curso-Taller.....	94
8.6	Análisis de Costos del Curso-Taller.....	96
<b>Conclusiones</b>	.....	<b>98</b>
<b>Bibliografía</b>	.....	<b>101</b>

## Introducción

Buscarnos a nosotros mismos es una travesía dura, pero el destino de esta aventura es una tierra donde las dudas sobre nosotros, nuestras capacidades y sueños, quedan atrás, y lo único que tenemos por delante es una vida como siempre hemos deseado.

### El “yo” en la historia

A lo largo de la historia se han hecho y respondido infinidad de preguntas respecto a la vida y a la naturaleza, pero existen unas cuantas a las cuales solamente se puede especular su respuesta, porque cada uno de nosotros tiene una única y propia respuesta. Me refiero a las incógnitas más grandes y difíciles de responder en todo el universo: ¿Quién soy yo? ¿Qué hago en este mundo? ¿Cuál es mi propósito de vida?

Los griegos creían que existían dos formas esenciales de definir al ser humano: como persona y como espíritu. Platón decía: *“El cuerpo humano es el carruaje; el yo, el hombre que conduce; el pensamiento son las riendas y los sentimientos los caballos”*<sup>1</sup>

### ¿Quién soy yo?

A lo largo de la vida todos nos hemos hecho esta pregunta. Unas veces directamente, y otras, por responder a otros.

Las respuestas siempre van encaminadas a decir cualidades o virtudes de nosotros mismos (o en el lado realista o pesimista, decimos nuestros peores defectos). Una vez contestada la pregunta, quedamos en paz y pasamos a otras cosas en nuestra vida, pero, si ponemos atención al sentimiento dejado por esa respuesta, nos queda ese sentimiento de insatisfacción, pues inconscientemente sabemos que somos algo más que solo cualidades y defectos, pero no ponemos empeño en conocernos más y nos quedamos con el sentimiento de “hay algo más, pero no sé qué es”

El momento de decisión de encontrarnos a nosotros mismos llega cuando entramos en *crisis*. Una crisis es un cambio brusco y repentino de planes. En la vida, tenemos crisis por perder a alguien, crisis por perder el empleo, crisis por terminar de estudiar y no saber qué hacer con nuestra vida, etc.

Al final, cada crisis que vivimos nos muestra que no sabemos qué hacer con nuestra vida, y cuando intentamos algo, rápidamente fallamos porque no sabemos

---

<sup>1</sup>Del libro *Como triunfar en 5 pasos. El Método LIMON*

quiénes somos, y tomamos la primera “tabla de salvación” para salir de nuestro momento difícil.

### **Crisis del estudiante**

La crisis como estudiante viene con cada cambio de escuela.

Cada vez que terminamos una faceta en nuestra educación, debemos tomar una decisión que todos los adultos a nuestro alrededor dicen “es la que determina tu futuro”.

Las primeras decisiones, aunque lo digan otros, no determina *demasiado* en nuestra vida, por lo tanto, dejamos que alguien más decida (comúnmente nuestros padres, al escoger primaria, secundaria, cursos extracurriculares y algunas veces, bachillerato).

La primera decisión importante surge en el último año de bachillerato, donde debemos escoger carrera, para tomar las materias pertinentes, o, en un caso de emergencia, solamente escogemos área y después carrera.

Al escoger carrera, si tenemos suerte, ya sabemos qué hacer con nuestra vida, pero si no, elegimos porque suena interesante, o bien, alguien más decidió nuestro futuro y solo nos toca seguir la orden.

Durante la carrera, tomamos clases que pueden hacer que nos enamoremos de la misma, y soportemos todo lo negativo para salir victoriosos, o por el otro lado, nos encontramos con la triste verdad de que odiamos la carrera y no podemos abandonar por miedo al “¿qué dirán de mi mis amigos y familia?”.

### **Terminé ¿y ahora qué?**

¿Qué hacer al terminar de estudiar? En la escuela se nos enseña mucha teoría sobre cómo realizar algo, pero jamás nos motivan a encontrar un propósito de vida, para después, con las herramientas escolares aprendidas, trabajar en ello y sentirnos realizados.

Ese es el punto del desarrollo personal. Saber quiénes somos, y encontrar aquello que nos apasiona, y usar los conocimientos y habilidades adquiridos para hacerlo.

Esto no quiere decir que debemos renegar de nuestro pasado y las “malas” decisiones tomadas, pues al final, todo conocimiento es bien recibido, y nuestro pasado encierra muchos aprendizajes.

El Desarrollo Personal nos permite *mirar hacia el futuro* con ilusión, pues tenemos conciencia de quién somos ahora, y hacia dónde vamos.

Debemos aclarar que el conocernos no es trabajo de una sola vez.

La vida nos va poniendo pruebas que hacen que cambiemos de personalidad, de visión, de objeto de pasión y muchas veces, de misión de vida.

Eso está bien, pues la evolución es un proceso natural. Todos cambiamos constantemente, seguir y adaptarnos ante el movimiento de la vida y el Canvas You permite encontrar una forma de vivir bien en este mundo (con libertad financiera), pero también en paz con nuestro “yo” interno, ese que se siente feliz cuando hace lo que le apasiona en cada fase de nuestra vida, así que el modelo puede ser modificado tantas veces como creamos necesarias, para sentirnos bien en la etapa de vida que estemos pasando.

### ***Objetivo General del Trabajo***

- Mostrar el Canvas You como una herramienta para el Desarrollo Personal, la cual ayuda a contestar las preguntas esenciales del ser humano: quién es, cuál es su propósito de vida, como debe ayudar a la humanidad.

### ***Objetivos Específicos del Trabajo***

- Describir que significa autoconocimiento y la importancia en nuestra vida.
- Mostrar diversos métodos de autodiagnóstico, como preámbulo al trabajo del “Canvas You”.
- Mostrar diversas herramientas para encontrar un propósito de vida y lograr la disciplina para llevar a cabo nuestras metas.

### ***Anhelos y aspiraciones***

El presente trabajo se realiza con el objetivo de obtener el Título de Ingeniero Industrial, mostrando los beneficios del Autoconocimiento y el Desarrollo Personal, finalizando con el Canvas You aplicado a mi persona, con lo que se resume en una hoja todos los conceptos planteados previamente.

El presente trabajo llevará la siguiente estructura conceptual:

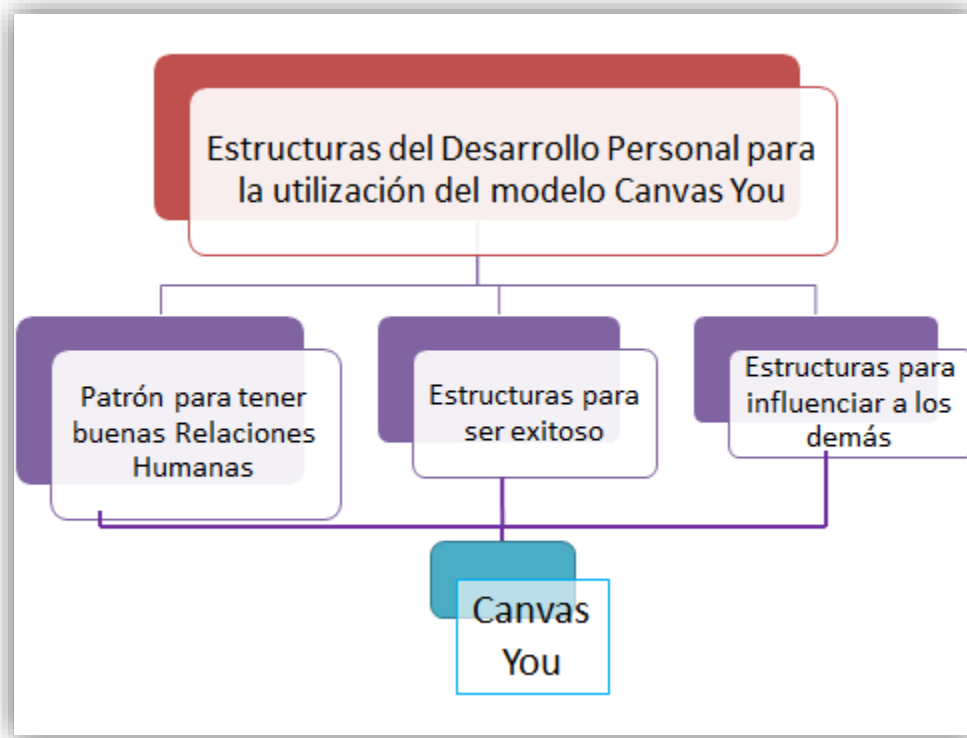


Figura 1 Estructura de Tesis

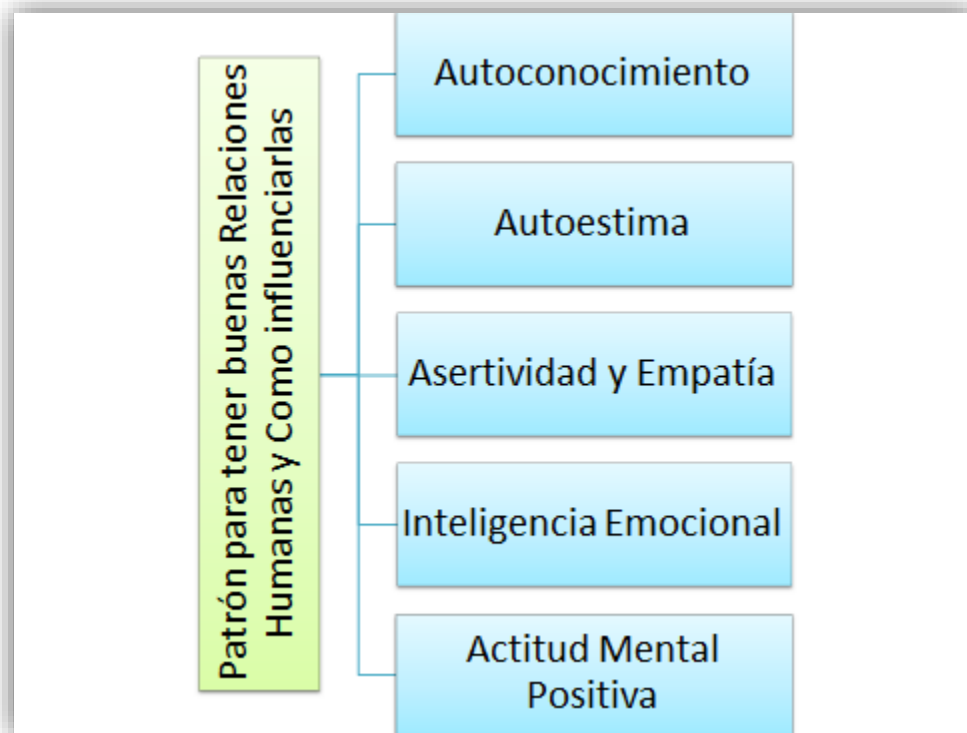


Figura 2 Estructura de Patrón de Relaciones Humanas



## Capítulo 1 Entorno al Desarrollo Personal

Vivimos actualmente en un mundo que cambia constantemente. Lo que hoy es tendencia y la mejor herramienta para lograr algo, en el mejor de los casos será obsoleta el siguiente año.

Ante este cambio frenético, las empresas y las personas deben cambiar y evolucionar para estar a la vanguardia.

Si las empresas buscan siempre evolucionar para no quedarse estancadas, ¿por qué un ser humano tiene que conformarse con lo que es hoy? ¿No sería mejor desarrollarnos nosotros también para mantenernos al día, o mejor aún, innovar y sorprender al mundo?

Como la respuesta a las dos preguntas anteriores es un “sí” unánime, a través de la historia muchas personas buscaron una forma de lograr eso: desarrollar al ser humano para que utilice todo su potencial y viva plenamente.

### **¿Qué es vivir plenamente?**

*Plenamente* significa llena y enteramente, así que se debe inferir que “vivir plenamente” es vivir de forma llena y entera.

En otras palabras, es vivir de forma que nos sintamos realizados, obviamente, sin herir a los demás en cualquier forma.

¿Y cómo se logra esto? Conociendo que nos hace sentir bien. Conocer la actividad (o actividades) que nos hacen vibrar cada vez que las realizamos, es decir, aquellas actividades que nos apasionan. Son esas actividades que haríamos aunque no nos pagaran.

Eso está muy bien, hacer algo que nos gusta aunque no nos paguen, pero también queremos vivir bien, así que aquí entra una definición muy importante: Calidad de Vida.

La Calidad de Vida es simplemente tener lo suficiente para comer, tener una buena salud, vestir, pagar una casa y además, poder disfrutar de ciertos lujos de vez en cuando (cine, viajes, conciertos, etc.).

Así que debemos buscar vivir plenamente y con calidad de vida.

El sentirse realizado y pleno no es solamente hacer lo que nos gusta. También incluye cosas como “tener una buena salud”, “formar una familia”, “encontrar el amor verdadero”, “entrar en contacto con mi espiritualidad”, “ser millonario (a), tener calidad de vida.” etc.

El presente trabajo solo se enfoca en cómo, haciendo lo que nos gusta, encontramos un camino para tener libertad financiera, pero se pueden usar estas herramientas de una forma modificada para lograr este tipo de sueños.

## **Búsqueda de mi “yo”**

Previamente menciono que el ser humano busca un cambio o un sentido a su vida en un momento de crisis, y esa necesidad de cambio deriva en una búsqueda de nuestra identidad real, en el saber quiénes somos realmente.

Estamos seguros que sabiendo quienes somos, encontraremos el camino a seguir para sentirnos realizados y vivir la vida plena que siempre hemos deseado; esto es cierto, pero debemos recorrer un camino previo, y es precisamente, el de descubrir quién somos nosotros y cuál es nuestra misión de vida.

Los temas que debemos conocer para empezar este camino son “Autoconocimiento” y “Desarrollo Personal”, para posteriormente, plasmar todo en la herramienta “Canvas You” y encontrarnos a nosotros mismos.

### **1.1 Autoconocimiento**

El autoconocimiento es fácil de conceptualizar, pero no tan fácil de entender.

Conceptualmente:

- 1) “[...]el proceso reflexivo (y su resultado) por el cual la persona adquiere noción de su yo y de sus propias cualidades y características.[...]”<sup>2</sup>
- 2) “Una mirada interna que va profundizando en nuestro ser y que nos permite descubrir aspectos de nuestra mente que desconocemos o que, en algunos casos, recuperamos.”<sup>3</sup>

En resumen, el “autoconocimiento” nos ayuda a localizar esas cosas que estamos “llamados a hacer” o simplemente, nos encanta hacer.

Así que el autoconocimiento es eso: conocernos a nosotros mismos.

En el siguiente capítulo se presentan diversas preguntas para ayudarnos a definirnos. Estas preguntas ayudaran a responder la principal pregunta ¿Quién

---

<sup>2</sup> Lic. Elena Ianantuoni. Escritora de Desarrollo Personal

<sup>3</sup> Franc Ponti, profesor de RR. HH.

soy? Y de paso, aclarar el camino para descubrir nuestras pasiones, talentos e intereses.

Antes de pasar al cuestionario, conozcamos los beneficios del autoconocimiento.

### Beneficios del autoconocimiento

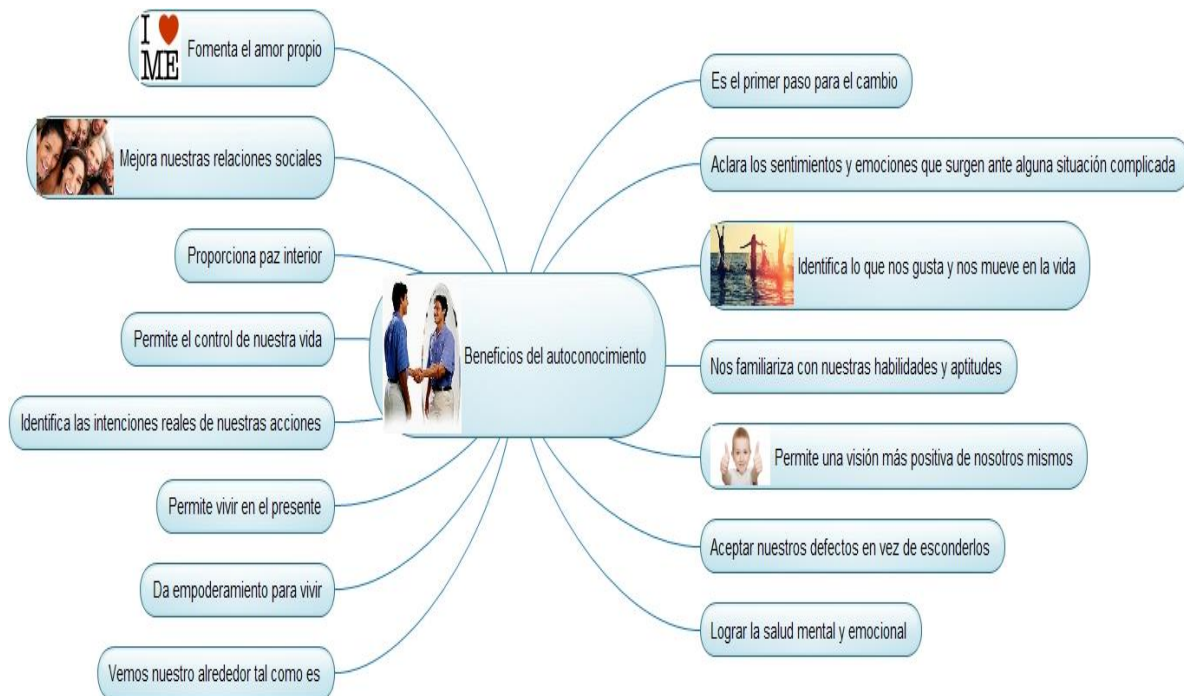


Figura 1.1 Beneficios del autoconocimiento

La figura 1.1 resume los beneficios obtenidos al conocernos. Vivimos en paz con nosotros y los demás, pues sabemos de lo que somos capaces y la comparación con otras personas pasa a segundo plano.

Dentro de estos beneficios están cuatro conceptos muy importantes: Asertividad, Empatía, Actitud Mental Positiva e Inteligencia Emocional.

### **1.2 Asertividad**

La asertividad es la habilidad de comunicar nuestras necesidades, deseos, sentimientos y opiniones de manera clara y franca, respetando los derechos de otra persona, ni permitir que violen los nuestros. Sin ella, no podremos pedir ayuda o brindar ayuda, haciendo imposible lograr nuestro propósito de vida.

La asertividad se encuentra en el punto medio entre comunicarnos de manera agresiva, hacerlo de manera sumisa, o simplemente quedarnos callados.

#### Beneficios

- ✓ El ser asertivo hace que crezca la seguridad en nosotros mismos.
- ✓ Favorece el ser respetado por otras personas.
- ✓ Fortalece el proceso de toma de decisiones
- ✓ Ayuda a llegar a acuerdos maduros
- ✓ Favorece construir relaciones saludables y honestas, enfocándose a presentarse de manera auténtica, independientemente de los resultados.

#### ¿Cómo actuar asertivamente?

a) Con el lenguaje no verbal:

- ✓ Postura de acercamiento
- ✓ Volumen de voz medio
- ✓ Sonreír
- ✓ Mantener contacto visual

b) Con el lenguaje verbal

Utilizar frases como: ¿qué te parece?, pienso que..., mi opinión es..., busquemos alternativas...

c) Ser empático

d) Mantener la calma en situaciones difíciles

e) Expresar y aceptar elogios

f) Ser equitativo

### **1.3 Empatía**

Antes mencioné que el autoconocimiento desarrolla la empatía, así que debemos conocer que es dicha habilidad.

La empatía es la captación de sentimientos, necesidades e intereses ajenos.

- ✓ Es comprender a los demás
- ✓ Ayudar a otros a desarrollarse
- ✓ Servir a otros

✓ Aprovechar la diversidad

Es comprender a los demás, y estar atentos a las emociones de los demás. Debemos saber escuchar, pues no todos pueden expresarse de forma clara y asertiva, así que hay que poner atención para tratar de encontrar el mensaje encriptado.

Ayudar a los demás es percibir las necesidades de desarrollo ajenas, y motivar a los demás a mejorar, proporcionando las herramientas para lograrlo.

Servir a los demás es prever, reconocer y satisfacer las necesidades del “cliente”. El cliente es simplemente la persona que recibe algo de nosotros (un producto, un servicio, un sentimiento, etc), así que aunque no trabajemos, siempre tenemos un cliente por satisfacer (hermanos, padres, pareja, hijos, etc).

Aprovechar la diversidad es saber que todos somos diferentes, respetar esa diferencia, y promover el desarrollo utilizando las diferencias a su favor.

### ***1.4 Actitud Mental Positiva***

La Actitud Mental Positiva (AMP) es como nos movemos por el mundo, es decir, con que actitud tomamos las diferentes situaciones en nuestra vida. Es la que hace que el éxito sea posible. La que nos mantiene en los días difíciles y la que hace que disfrutemos mucho más un día soleado.

La AMP es simplemente ver el lado bueno de las cosas. Es el poder decir “todo tiene algo bueno”, y de verdad creer esa afirmación, pues eso nos ayuda a vivir plenamente los momentos de felicidad, y los momentos difíciles atravesarlos sin vivir un gran drama con ellos.

#### **Beneficios de la AMP**

- ✓ Mantener el enfoque: Todo fluye de forma correcta porque siempre creemos y esperamos lo mejor, así que con cada decisión vemos el lado positivo y sacamos partido de ello.
- ✓ Se mantiene la tranquilidad: Al creer que siempre hay algo bueno en todo, y esperamos lo mejor, el perder la paz ante un obstáculo es difícil, pues sabemos que en realidad, solo es un contratiempo, pero no es el fin del mundo.
- ✓ Aumenta la motivación: Esperamos siempre lo mejor, lo que nos hace creer que todo es posible, subiendo la motivación por hacer las cosas.

- ✓ Maximiza la persistencia: Con la motivación viene la fuerza de voluntad de hacer las cosas y no desistir ante la primera pared en nuestro camino. La AMP nos impulsa a seguir adelante.

Existen ciertas acciones para empezar a desarrollar una Actitud Mental Positiva, y la Figura 1.2 las plasma en un mapa mental. Si no podemos hacer las diez hoy, no importa. Podemos comenzar con una o dos, y trabajar en desarrollar el resto.



Figura 1.2 Mandamientos de la Actitud Mental Positiva

### 1.5 Inteligencia Emocional

La Inteligencia Emocional podría definirse como la capacidad que tiene una persona de manejar, entender, seleccionar y trabajar sus emociones, entender las de los demás y generar resultados positivos.

En 1995, Daniel Goleman publica el libro “Inteligencia Emocional”, donde explica que el éxito de una persona no viene determinado únicamente por su coeficiente intelectual o por sus estudios académicos, sino que entra en juego el conocimiento emocional.

Cuando hablamos de inteligencia emocional, hablamos de la capacidad del individuo para identificar su propio estado emocional y gestionarlo de forma adecuada.

Esta habilidad repercute de forma muy positiva sobre las personas que la poseen, pues les permite entender y controlar sus impulsos, la comunicación con los demás.

*“La inteligencia emocional es una forma de interactuar con el mundo que tiene muy en cuenta los sentimientos, y engloba habilidades tales como el control de los impulsos, la autoconciencia, la motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la empatía, la agilidad mental. Ellas configuran rasgos de carácter como la autodisciplina, la compasión o el altruismo, que resultan indispensables para una buena y creativa adaptación social”.* Daniel Goleman

La Inteligencia Emocional (IE), plantea siete sentimientos que debemos aprender a manejar y controlar, pues son la base de todos los problemas emocionales.

- 1) **Envidia:** Es el pesar que sentimos ante el bien ajeno (la buena fortuna, la suerte, etc).

Para contrarrestar esto, debemos aceptar que no todos somos iguales, y que si no tenemos lo mismo que alguien más, es porque no hemos propiciado las causas para tener lo que deseamos.

Otra forma de disminuir el sentimiento de envidia es haciendo obras altruistas, que aumentan el sentido de generosidad al prójimo.

- 2) **Frustración:** Es el resultado de una deseo no logrado.

Para tratarla, debemos comprender que en esta vida, el éxito se logra aprendiendo de los errores, así que no lograr algo no es fracaso, es un aprendizaje. Simplemente debemos tener una mente clara para encontrar ese aprendizaje.

- 3) **Ira:** Sentimiento generado por un pensamiento explosivo que manipula al individuo y lo hace actuar sin razonamiento alguno. Es destructivo. Comúnmente es el resultado de habernos sentido ofendidos por alguien o alguna situación.

Para disminuir los momentos de ira tenemos que realizar dos acciones: La primera es respirar y alejarnos de la situación o persona con la que estamos enojados, y después, con la mente fría, preguntarnos que fue realmente lo que nos disgustó, para trabajar con ello.

- 4) **Odio:** Aversión hacia una persona o cosa.

Para tratarlo, debemos hacer un examen de nuestros sentimientos. Debemos identificar y aceptar la causa del odio. Una vez identificado, cuestionar si hubo realmente alguna ofensa o solo fue una percepción. Si existió la ofensa, debemos

perdonar. Es lo único que puede curar el odio y evitar los daños físicos y morales que este provoca en nosotros.

5) **Miedo:** Sentimiento de alarma causado por un peligro real o imaginario.

Para lidiar con él, lo mejor es enfrentarlo. Enfrentar aquello que nos produce miedo, y cuando sintamos miedo, recordar algo que nos haga sentir bien, tranquilos, felices. Esa técnica disminuirá la sensación de miedo y permitirá que pensemos con claridad.

6) **Confusión:** Sentimiento que daña la capacidad de discernimiento y la adaptación ante los cambios de la vida.

Para eliminar la confusión, lo primero que debemos hacer es conocernos, saber qué es lo que nos gusta y nos motiva. Otra acción es meditar. Respirar aclara la mente y permite ver las cosas desde otra perspectiva.

7) **Culpa:** Sentimiento que indica que cometimos una falta grave.

Para trabajar con la culpa es necesario aceptar que nos equivocamos, y no hay nada malo en ello. También debemos perdonarnos y vivir en el presente. El pasado quedó atrás, y no podemos hacer nada con él, pero si podemos hacer algo hoy para crear un mejor mañana.

## **1.6 Desarrollo Personal**

Para entender el Desarrollo Personal podemos empezar por conceptualizarlo: “[...] Conjunto de prácticas y actitudes continuas que permiten a una persona un trabajo profundo respecto a su potencial vital, que redundan en la obtención de una visión plural, rica y multidimensional de la realidad, y que permiten actuar con una inteligencia adaptativa o práctica que facilita el bienestar personal, la comunicación interpersonal y la resolución de problemas complejos. [...]”<sup>4</sup>

El Desarrollo Personal, como “actividad”, es el conjunto de acciones que realiza el ser humano (ya sea en hábitos, pensamientos e ideas), que le permiten encontrar sus talentos e incrementar sus habilidades, poniéndolas al servicio de la humanidad, dando como consecuencia un mejoramiento en su calidad de vida.

El propósito del Desarrollo Personal es el ayudar a comprender por qué hacemos lo que hacemos, y contribuir a generar un estado de *visión innovadora*, el cual sirve para guiar nuestras vidas hacia metas constructivas, con un sentido de

---

<sup>4</sup> Del libro *Tanto creces, tanto vales* de Franc Ponti



servicio a los demás, y que proporciones dosis constantes de felicidad y sentido de la plenitud.

El desarrollo personal involucra la superación de la persona en las áreas importantes de la vida:



Figura 1.3 Áreas del Desarrollo

### 🚦 Área del Bienestar

El área del Bienestar incluye el físico y el del ambiente que nos rodea

El Bienestar físico es el que los doctores mencionan constantemente. El cuidado de nuestro cuerpo por medio del ejercicio, una alimentación balanceada y evitar consumo de productos dañinos.

El cuidado de nuestro cuerpo es el primer paso para lograr el amor propio. Si sabemos nuestra valía como persona, entonces procuraremos cuidarnos. Debemos cuidar nuestro cuerpo y salud como una madre cuida el cuerpo y la salud de un hijo, pues el amor propio debe ser tan intenso como el de una madre.

También debemos cuidar el ambiente que nos rodea.

Los japoneses creen que los espacios donde trabajamos son el reflejo de nuestra mente, así que si vivimos o estamos trabajando en un ambiente desordenado, damos la impresión de que nuestros pensamientos, sentimientos e ideas son un caos.

Otra consigna oriental menciona que si queremos empezar a estar en paz con nosotros mismos, debemos poner en orden nuestros espacios, pues eso ayuda a que poco a poco, nosotros mismos comencemos a poner en orden nuestras ideas.

En resumen, para estar bien en el trabajo, debemos trabajar en un ambiente SOL (Seguro, Organizado y Limpio).

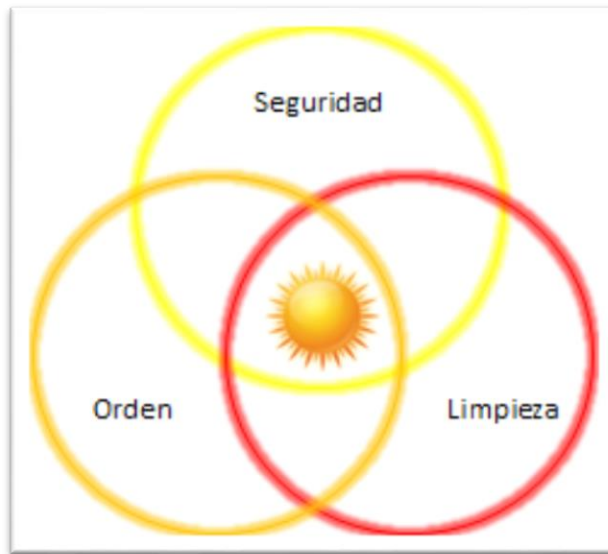


Figura 1.4 Diagrama SOL

#### ✚ Área de las Relaciones

Incluye las relaciones familiares, con los amigos y nuestra pareja.

Debemos entender que no vamos solos por el mundo. El hombre es un animal que vive en manada (hoy las llamamos familias, pero el concepto es el mismo). La familia (pareja, papás, hijos, hermanos) y los amigos son la roca en la que nos apoyamos en un momento de crisis, por lo que debemos cuidar que esas relaciones sean sanas y fuertes.

#### ✚ Área del Trabajo

El Desarrollo en lo profesional es elevar nuestra competitividad en el mundo. Si poseemos una empresa, llevarla a tener presencia mundial. Si trabajamos para alguien, obtener un mejor puesto.

El Desarrollo intelectual es cultivarnos más. Tener más estudios o diplomados, aprender habilidades nuevas, etc. Es crecer cultural, instruida y hábilmente.

#### ✚ Área de las finanzas

Es el área que se concentra en todo lo relacionado al dinero. Nos invita a pensar en cómo queremos estar económicamente hoy y mañana, y a trabajar en las estrategias para lograrlo.

Es el desarrollo de nuestra habilidad financiera, a través de inversiones, compra de bienes raíces, planificación de una pensión, etc.

✚ Área de las Relaciones Mental-Espiritual.

El Desarrollo emocional es llegar a la paz interior. Encontrar el equilibrio entre vivir en el mundo material y vivir en armonía con nosotros mismos. Aquí encontramos el sentimiento de plenitud.

En las aventuras y pasatiempos están aquellas actividades que nos tranquilizan o nos devuelven la energía cuando estamos deprimidos, estresados o decaídos.

Tener un pasatiempo es importante porque nos distrae, permitiendo al cerebro relajarse. Cuando nos relajamos mentalmente, vemos las cosas desde otra perspectiva, generando nuevas ideas y soluciones ante cualquier situación.

La contribución hacia los demás eleva nuestro espíritu, pues promueve el sentimiento de utilidad y provoca un sentimiento de felicidad tal que ninguna otra cosa material o actividad realizada para nuestro beneficio puede otorgar.

Podemos decir que la búsqueda del propósito de vida termina cuando encontramos como beneficiar a los demás.

## Capítulo 2 Autoestima

Este tema es tan importante, que merece un capítulo completo.

La autoestima es la predisposición a sentirse competente para afrontar los desafíos de la vida y ser merecedor de la felicidad.

Consiste en ser aptos para la vida y sus requerimientos.

Es el tener:

- ✓ Confianza en nuestra capacidad de pensar y afrontar los desafíos de la vida.
- ✓ Confianza en nuestro derecho de ser felices, el sentimiento de ser dignos, de ser merecedores, de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y a gozar de los frutos de nuestro de nuestros esfuerzos.

La autoestima es:



Figura 2.1 Qué es la Autoestima

El verbo “estimar” procede del latín *aestimare*. Primero significó fijar el precio o el valor de algo, y después fue el concepto de valorar, considerar e incluso, juzgar u opinar

En general, la autoestima es la imagen que tenemos de nosotros mismos y si nos gusta esta imagen o no. Si nos gusta nuestra imagen, tenemos alta autoestima, y si no nos gusta nuestra imagen, es baja autoestima.

Baja Autoestima	Alta Autoestima
Tienen la sensación de no conocerse	Tienen ideas claras sobre sí mismos
Hablan de sí mismos de modo bastante neutro	Hablan de sí mismos de modo decidido

Se describen de un modo más moderado, difuso, incierto, medio	Saben hablar de ellos de forma positiva
Mantienen sobre sí mismos un discurso a veces contradictorio	Mantienen sobre sí mismos un discurso coherente
Tienen sobre sí mismos un juicio poco estable	Tienen sobre sí mismos un juicio bastante estable
Su juicio sobre sí mismos puede depender de las circunstancias y sus interlocutores	Su juicio sobre sí mismos depende poco de las circunstancias y sus interlocutores

Figura 2.2 Características de las autoestimas<sup>5</sup>

## 2.1 Ventajas y desventajas

Por todos lados hemos escuchado que lo mejor es tener una autoestima alta, pero olvidamos que todas las cosas tienen su lado positivo y su lado negativo; en el autoestima también tenemos cosas buenas y malas para las dos.

### Baja Autoestima

Ventajas	Desventajas
Adaptación a los interlocutores Sentido del matiz	Imagen borrosa y vacilante Vacilantes o convencionales
Comportamientos prudentes y reflexivos Pacientes	Sufrimiento duradero y excesivo a las críticas Ansiedad anticipada
Motivación para no fracasar Capacidad de escuchar opiniones críticas Humildad, Modestia Prudencia, dominio	Estropea el placer Los éxitos no ayudan a su autoestima  Autolimitaciones Progresos lentos Razona a partir de sus fracasos

Figura 2.3 Ventajas y Desventajas de una Baja Autoestima<sup>5</sup>

### Alta Autoestima

Ventajas	Desventajas
Imagen clara y estable Innovador Resistencia a la adversidad	Demasiadas certezas y simplificaciones. Puede disgustar a ciertos interlocutores Demasiado sensibles a los resultados a corto plazo

<sup>5</sup> Del libro *La Autoestima*

Mayor motivación Éxitos beneficiosos para la autoestima Autodesarrollo Progreso rápido Razona a partir de sus éxitos	No toma mucho en cuenta las críticas Dependencia de la recompensa  Corre riesgos Dispersión
--	---

Figura 2.4 Ventajas y Desventajas de una Alta Autoestima<sup>6</sup>

Como vemos en los recuadros anteriores (Figuras 2.3 y 2.4), ambas autoestimas tienen pros y contras. Si bien lo mejor es tener una autoestima alta, cuando exageramos en lo alto, podemos caer en ciertas actitudes que la Iglesia ha mencionado como “pecados capitales”. El siguiente cuadro es simplemente para comparar la idea religiosa de una estima exagerada con las definiciones laicas.

Iglesia (Pecado)	Actitud
Orgullo	Valgo más que los otros
Envidia	Merezco más que los otros. Merezco lo que poseen
Ira	Merezco atención y aprobación en cualquier circunstancia
Pereza	No necesito hacer esfuerzos
Avaricia	Los demás no merecen mi generosidad
Gula	Merezco lo mejor que se hace
Lujuria	Tengo derecho a usar a los demás para mi placer personal

Figura 2.5 Pecados y su explicación laica

Por lo tanto, una alta autoestima está bien, pero como en todo, con moderación

## 2.2 Tipos de autoestima

El nivel de autoestima (alto o bajo) no es suficiente para explicar el conjunto de las reacciones de un individuo. Es necesario tener en cuenta también su grado de resistencia a los acontecimientos de la vida cotidiana<sup>5</sup>. En otras palabras, la autoestima es objeto de fluctuaciones.

Existen cuatro tipos de autoestimas:

<sup>6</sup> Del libro *La Autoestima*

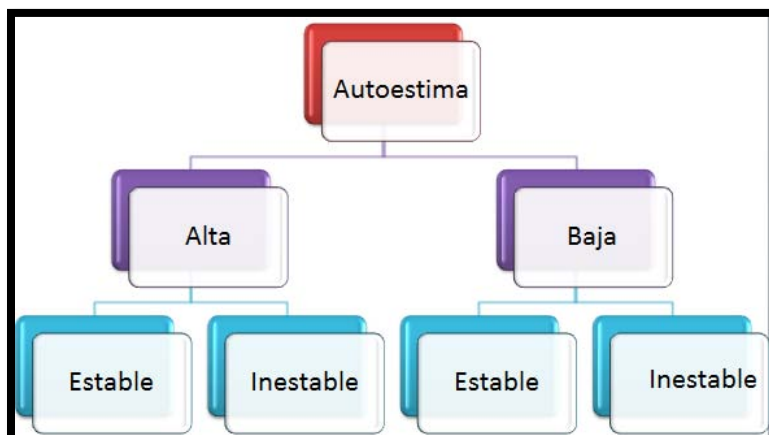


Figura 2.6 Tipos de autoestima<sup>7</sup>

#### Alta autoestima

Estable	Inestable
Pocas fluctuaciones de la autoestima en lo cotidiano	Fluctuaciones importantes de la autoestima en respuesta a situaciones cotidianas
Poca energía consagrada a la autopromoción	Mucha energía consagrada a la autopromoción
Poca energía consagrada a justificarse o defenderse de las críticas o los fracasos cuando son menores	Mucha energía consagrada a justificarse o defenderse de las críticas o los fracasos cuando son menores
Escucha racional de las críticas	Escucha emocional de las críticas

Figura 2.7 Diferencias entre Alta Autoestima Estable e Inestable<sup>7</sup>

#### Baja autoestima

Estable	Inestable
Pocas fluctuaciones de la autoestima en lo cotidiano	Posibles fluctuaciones hacia arriba
Estados emocionales regularmente negativos	Estados emocionales mixtos: negativos pero con momentos positivos
No hay esfuerzos por aumentar el autoestima	Esfuerzos por aumentar el autoestima
Impacto emocional del <i>feedback</i> , pero pocas consecuencias conductistas	Impacto emocional del <i>feedback</i> , y consecuencias conductistas de ajuste
Convicción de la inutilidad de perseguir	Deseabilidad social que aparta de los

<sup>7</sup> Del libro *La Autoestima*

objetivos personales	intereses personales
----------------------	----------------------

Figura 2.8 Diferencias entre Baja Autoestima Estable e Inestable<sup>7</sup>

Para visualizar un poco mejor como es la autoestima, está el siguiente modelo:

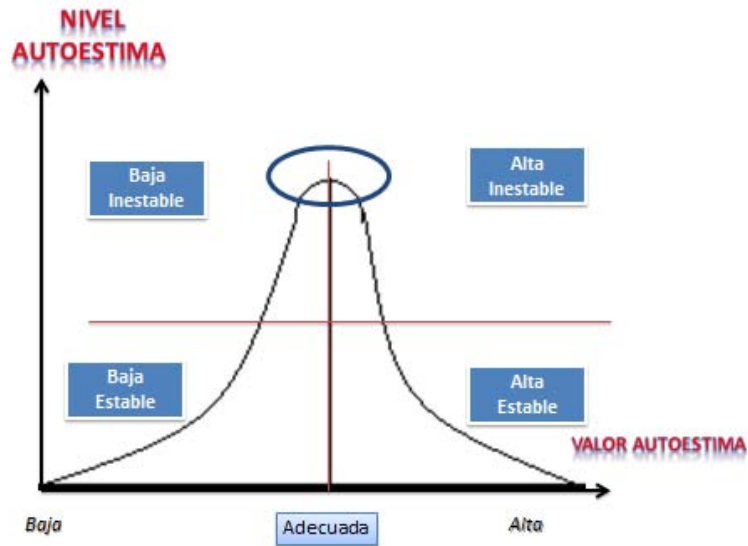


Figura 2.9 Cuadro de Autoestimas del Ing. Carlos Sánchez Mejía

Como vemos en la figura anterior, para decir que tenemos una autoestima correcta, tenemos que estar entre una baja autoestima inestable (donde tenemos modestia, pero disfrutamos de nuestros logros), y una autoestima alta estable (donde nada nos mueve de sentirnos bien con nosotros mismos).

En este pico se puede decir que se alcanza la madurez, la persona es equilibrada y estable.



Figura 2.10 Características de una autoestima adecuada



En resumen, la persona es auténtica.

### Cómo lograr una mejor autoestima

Existen pequeños cambios en nuestra forma de ser para lograr una mejor autoestima:

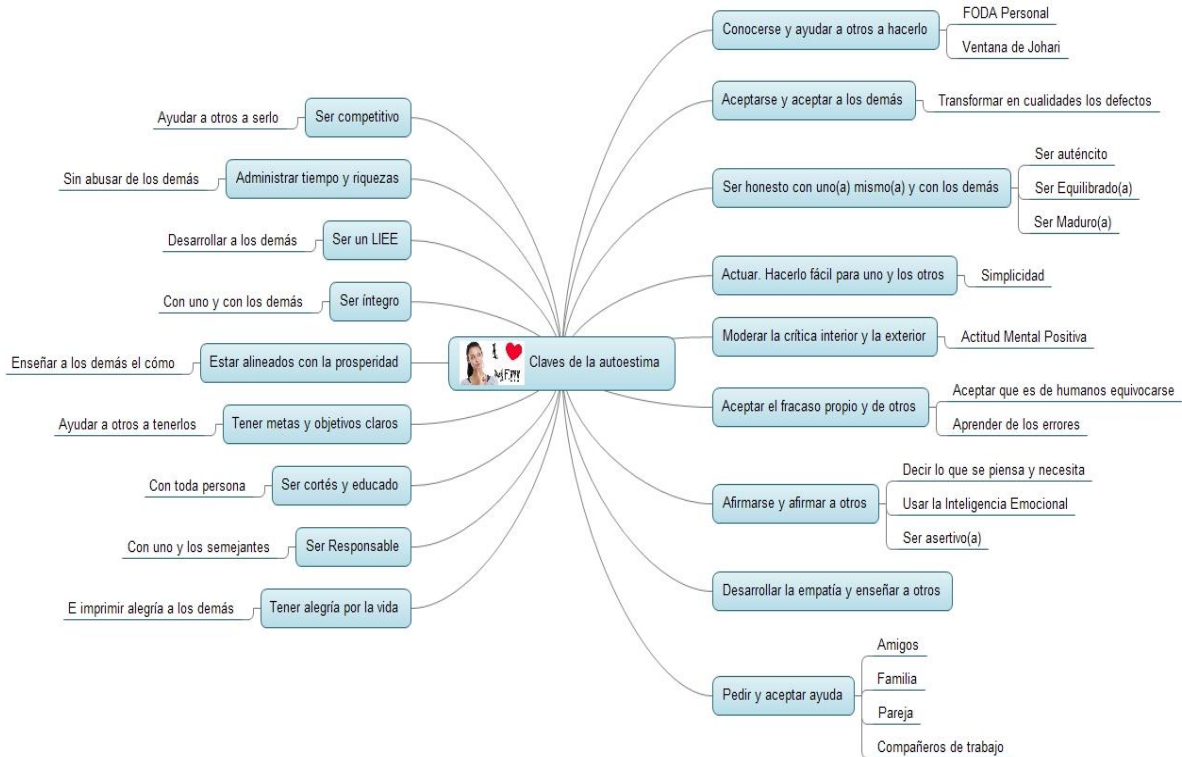


Figura 2.11 Claves para mejorar la Autoestima

## Capítulo 3 Autodiagnóstico

Para conocernos debemos hacernos ciertas preguntas que reflejan nuestra verdadera personalidad, gustos y talentos.

Para que esto funcione, las respuestas deben ser totalmente sinceras, de otra manera solamente nos estaremos engañando y el Canvas You será solo una ilusión.

Las preguntas son enfocadas a nuestros sentimientos hacia algunas situaciones difíciles, nuestras pasiones y gustos, y como nos relacionamos con los demás.

### 3.1 Cuestionario

Existen varios test en línea que dicen que pueden decirnos nuestra personalidad con contestarlos. Podemos hacer eso, no hay problema, pero el ser humano es tan complejo, que 30 preguntas no bastan para definirnos totalmente.

A continuación, presento una serie de preguntas que ayudan a aclarar quienes somos y que hacemos en este mundo. Obviamente faltarían muchas más, pero estas solo son un ejemplo de lo que estamos buscando para conocernos.

#### Bienestar

1. ¿Cuáles son mis gustos y pasatiempos? Escribe 10
2. ¿Qué me apasiona?
3. ¿Cuáles son los valores que guían mis acciones?
4. ¿Cómo manejo la tensión y el estrés?
5. ¿Cuáles son mis objetivos, metas y aspiraciones?
6. ¿Cuáles son mis fortalezas?
7. ¿Cuáles son mis debilidades?
8. ¿Qué oportunidades tengo?
9. ¿Qué amenazas veo?
10. ¿Qué pienso del poder y el éxito?

#### Relaciones

11. ¿Cómo me comporto con mi familia (papás, hermanos, hijos)?
12. ¿Cómo me comporto como amigo? ¿Cómo soy con mis amigos?
13. ¿Qué es lo que más valoro de mis amigos?
14. ¿Cómo me comporto con mi pareja?
15. ¿Qué pienso/siento del compromiso?

16. ¿Qué pienso de mi pareja?
17. Escribe 10 razones por las que una persona estaría en una relación contigo.
18. ¿Qué es lo que más valoro en las relaciones que tengo?
19. Escribe las 5 personas a las que más admires por su capacidad de amar
20. ¿Doy la calidad de amor que quiero dar? ¿Hay algo que me impida amar a plenitud?
21. ¿Estoy dispuesto a abrirme a más personas? ¿Por qué?
22. ¿Me gusta trabajar en equipo? ¿Cómo me comporto en equipo?
23. ¿Estoy motivado(a) siempre? ¿Necesito que me motiven?
24. ¿Qué tan asertivo al comunicarme con los demás?
25. ¿Qué tan empático soy?
26. ¿Qué opino del liderazgo? ¿Qué características de líder poseo?

### **Trabajo**

27. Escribe 5 cosas que consideres son tu fortaleza en el trabajo.
28. ¿Mi trabajo/servicio es de calidad? ¿Puede mejorar? ¿Por qué no mejora?
29. ¿Me gusta estudiar, conocer más?
30. ¿Soy innovador, creativo, inventivo? ¿Quiero ser mejor?
31. ¿Planeo las cosas o soy espontáneo?
32. ¿Me gusta lo que hago o lo hago por la paga? ¿Por qué no cambio?
33. ¿Cómo manejo los problemas?
34. Escribe 2 personas a las que admires en el trabajo y menciona por qué
35. ¿Qué pienso respecto al riesgo?
36. ¿Creo que debo cambiar algo para ser exitoso(a)?

### **Finanzas**

37. ¿Por qué estudié lo que estudié? ¿Qué otra cosa me hubiera gustado estudiar?
38. ¿Qué opino del dinero?
39. ¿Cómo me siento cuando toco dinero?
40. ¿Qué opino de los que tienen dinero?
41. ¿Qué siento al comprar?
42. ¿Cómo genero dinero?
43. ¿Cuánto dinero ahorro?

### **Armonía Mental-Espiritual**

44. Escribe 10 cosas por las que estas agradecido(a) hoy.
45. ¿Qué tan seguido agradezco por lo que tengo?
46. Escribe 5 o más personas por las que estas agradecido(a) y porque.
47. ¿Soy envidioso(a)?
48. ¿Odio a alguien? ¿Soy rencoroso(a)?

49. ¿Tengo miedo de algo?
50. ¿Me siento confundido(a) por algo?
51. ¿Me siento culpable de algo?
52. ¿Me gusta ayudar? ¿Ayudo a los necesitados? ¿Por qué? ¿Cómo?
53. ¿Cuáles son mis principios?
54. ¿Qué cosas me disgustan?
55. ¿Cómo es mi personalidad?
56. Si supiera que no fracasaré, ¿Qué me gustaría hacer?
57. De las cosas que hacía en mi niñez, ¿Qué me gustaría hacer de nuevo?
58. ¿Qué experiencias dejaron una huella en mí?

No es necesario contestar todas las preguntas el mismo día o momento. Podemos tomar un tiempo para cada una de las secciones, para ser lo más honestos posibles.

Si hay cosas que no aplican con nosotros, podemos preguntarnos por qué no, y así nuestras pasiones se irán mostrando poco a poco.

### **3.2 Autoestima**

En el capítulo anterior, menciono que las personas se ven de distintas maneras, dependiendo de su autoestima.

Los siguientes dos ejercicios para encontrarnos a nosotros (entrevista y cuestionario) necesitan respuestas basadas en cómo nos vemos, y si tenemos una mala autoestima, no obtendremos el máximo beneficio de los mismos.

A continuación, dos ejercicios para determinar nuestra autoestima, para poder hacer modificaciones antes de encontrar un propósito de vida.

#### *Ejercicio 1 Nivel de autoestima<sup>8</sup>*

Leer atentamente cada enunciado, y responder sin tardar demasiado. Tachar cada respuesta en el cuadro que más se acerque al punto de vista actual.

---

<sup>8</sup> Del libro *La Autoestima*

	Por completo de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Por completo en desacuerdo
1) En principio estoy satisfecho de mí mismo				
2) Pienso que a veces no valgo nada				
3) Pienso que tengo cierto número de buenas cualidades				
4) Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente				
5) Siento que no hay en mí gran cosa de lo que pueda enorgullecerme				
6) A veces me siento realmente inútil				
7) Pienso que soy alguien que vale tanto como los demás				
8) Me gustaría poder tener más respeto por mí mismo				
9) Pensándolo bien, tiendo a pensar que soy un fracaso				
10) Tengo una opinión positiva de mí mismo				

Las preguntas 1, 3, 4, 7, 10:

Por completo de acuerdo= 4 puntos

De acuerdo= 3 puntos

En desacuerdo= 2 puntos

Por completo en desacuerdo= 1 punto

Las preguntas 2, 5, 6, 8, 9:

Por completo de acuerdo= 1 puntos

De acuerdo= 2 puntos

En desacuerdo= 3 puntos

Por completo en desacuerdo= 4 punto

Se suman los puntos.

10-16 es una autoestima más bien baja

34-40 es una autoestima alta totalmente

17-33 Es una autoestima media. El cuestionario no decide, así que todo es subjetivo.

*Ejercicio 2 Tipo de autoestima<sup>9</sup>*

En este ejercicio conoceremos si nuestra autoestima es estable o inestable. Para ello, simplemente debemos de recordar todas las situaciones donde se presentaron diálogos como los siguientes, e identificar como fue nuestra respuesta. La respuesta no debe ser igual, pero debe ser parecida.

Tipo de Autoestima	Reacción tipo como respuesta a un éxito	Reacción tipo como respuesta a un cumplido
Alta Estable	<i>Estoy contento, me complace haberlo logrado</i>	<i>Muchas gracias</i>
Alta Inestable	<i>Ya se lo dije, y espere, no ha visto todavía nada. Qué cara van a poner hoy los que no creían en ello</i>	<i>Más, más</i>
Baja Inestable	<i>¿Voy a estar ahora a la altura?</i>	<i>Oh ¿sabe usted?, no tengo mérito alguno</i>
Baja Estable	<i>Cae gravemente enfermo ocho días después</i>	<i>Basta, no me interesa</i>

Tipo de Autoestima	Reacción tipo como respuesta a un fracaso	Reacción tipo como respuesta a una crítica
Alta Estable	<i>Esta vez no lo he logrado</i>	<i>Ah caramba, ¿Por qué me lo dice?</i>
Alta Inestable	<i>¿Pero qué sabrá usted? ¿Voy a estar a la altura?</i>	<i>Pues mira quién lo dice</i>

<sup>9</sup> Del libro *La Autoestima*

Baja Inestable	<i>He tenido problemas de preparación, no he estado bien</i>	<i>¿Cree usted?</i>
Baja Estable	<i>Sí, soy una nulidad, ¿no se ha fijado aún?</i>	<i>Sí, y más aún de lo que usted dice</i>

### **3.3 Entrevista**

Otra técnica para descubrir qué queremos en la vida, es imaginarnos que nos van a entrevistar.

La idea es imaginar una revista (la que nos guste) que nos quiere entrevistar por algo que hicimos.

- ✓ ¿Qué revista sería?
- ✓ ¿Qué tema se relaciona con la entrevista?
- ✓ ¿Por qué me están entrevistando?
- ✓ ¿Qué voy a contestar?

Diseña la entrevista con tantos detalles quieras, y eso ayudará a clarificar que es lo que de verdad quieres hacer con tu vida.

### **3.4 Cuestionario de anhelos y deseos**

Este cuestionario va muy relacionado con el primero, pero es más corto y conciso porque se supone que ya hicimos el trabajo de saber que queremos en la vida.

También hay que contestar estas preguntas con honestidad, sin miedo a que nos juzguen.

- 1) ¿Cuáles son tus metas más importantes?
- 2) Si te quedaran seis meses de vida, ¿Qué harías, a donde irías, en que emplearías tu tiempo?
- 3) Si te convirtieras en multimillonario ¿Qué cosas harías diferente?
- 4) ¿Qué es lo que siempre has querido hacer pero te da miedo intentarlo?
- 5) ¿Qué es lo que más te gusta hacer? ¿Con cuáles actividades te sientes más importante?
- 6) ¿Qué gran cosa te atreverías a hacer si estuvieras completamente seguro(a) de que no vas a fallar?

Si tenemos dudas sobre lo que respondimos (de si son honestas o consientes), podemos acudir a familiares y amigos para que nos ayuden. Ellos tienen un punto de vista exterior, y pueden notar cosas que nos hacen dichosos, tristes, o nuestras habilidades y talentos. Preguntar a nuestros seres más cercanos también funciona para saber quiénes somos nosotros.



## Capítulo 4 Estructura del Desarrollo Personal

En este capítulo conoceremos otras herramientas de Desarrollo Personal.

Estas herramientas ayudan a lograr lo que queremos hacer. Son técnicas que, si las seguimos, ponen en orden nuestras acciones para lograr nuestras metas.

### 4.1 Habilidades para la vida.

Vivir en el mundo puede ser un tanto complicado. Tenemos que lidiar con nuestros propios problemas (con los conflictos emocionales que eso trae), y además, convivir con otras personas que también tienen problemas (y sus respectivos conflictos emocionales).

Por esta razón, la Organización Mundial de la Salud (OMS), plantea que se necesitan ciertas habilidades para poder convivir en paz y armonía en el mundo.

El propósito de esta actuación era difundir a escala mundial la formación en un grupo de diez destrezas consideradas relevantes en la promoción de la competencia psicosocial de niñas, niños y adolescentes. Son diez destrezas útiles para afrontar las exigencias y desafíos de la vida diaria.

Las Habilidades son las siguientes:

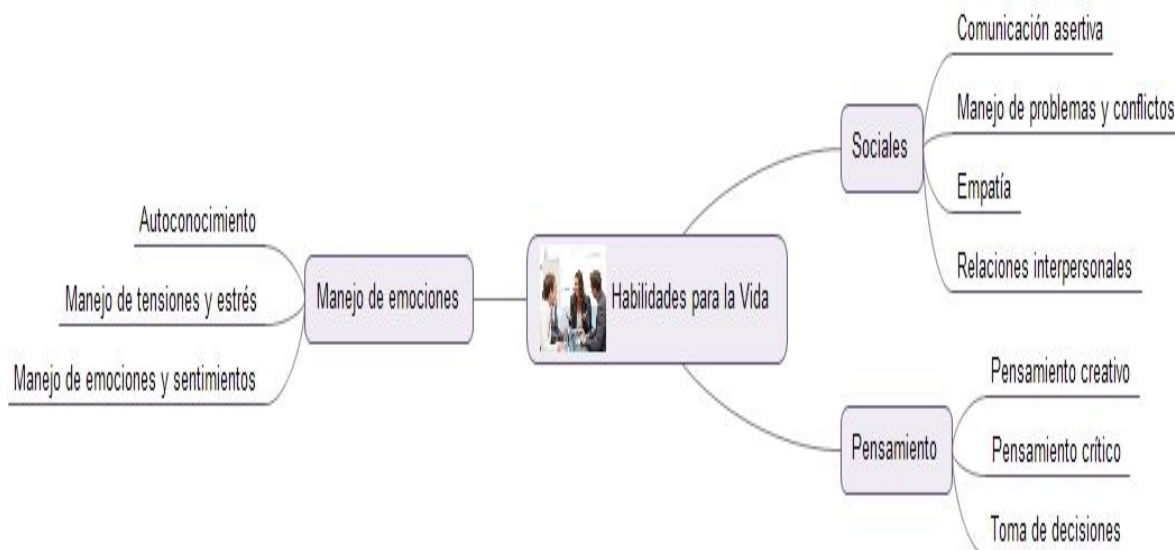


Figura 4.1 Habilidades para la Vida

## **Sociales**

### Empatía

La empatía es una capacidad innata de las personas que permite tender puentes hacia universos distintos al propio, para imaginar y sentir cómo es el mundo desde la perspectiva de la otra persona. Poder sentir como la otra persona facilita comprender mejor las reacciones, emociones y opiniones ajenas, e ir más allá de las diferencias, lo que nos hace más tolerantes en las interacciones sociales. “Ponerse en la piel” de la otra persona para comprenderla mejor y responder de forma solidaria, de acuerdo con las circunstancias.<sup>10</sup>

### Manejo de problemas y conflictos

No es posible ni deseable evitar los conflictos. Gracias a ellos, renovamos las oportunidades de cambiar y crecer. Pueden ser una fuente de sinsabores, pero también una oportunidad de crecimiento. Podemos aceptar los conflictos como motor de la existencia humana, dirigiendo nuestros esfuerzos a desarrollar estrategias y herramientas que permitan manejarlos de forma creativa y flexible, identificando en ellos oportunidades de cambio y crecimiento personal y social.<sup>10</sup>

### Comunicación asertiva

La persona que se comunica asertivamente expresa con claridad lo que piensa, siente o necesita, teniendo en cuenta los derechos, sentimientos y valores de sus interlocutores. Para esto, al comunicarse da a conocer y hace valer sus opiniones, derechos, sentimientos y necesidades, respetando las de las demás personas. La comunicación asertiva se fundamenta en el derecho inalienable de todo ser humano a expresarse, a afirmar su ser y a establecer límites en las relaciones sociales.<sup>10</sup>

### Relaciones interpersonales

Establecer y conservar relaciones interpersonales significativas, así como ser capaz de terminar aquellas que bloqueen el crecimiento personal (relaciones tóxicas). Esta destreza incluye dos aspectos claves. El primero es aprender a iniciar, mantener o terminar una relación; el segundo aspecto clave es aprender a relacionarse en forma positiva con las personas con quienes se interactúa a diario (en el trabajo, en la escuela, etc.)<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> FISAC (Fundación de Investigaciones Sociales AC)

## **Pensamiento**

### Toma de decisiones

Decidir significa actuar proactivamente para hacer que las cosas sucedan en vez de limitarse a dejar que ocurran como consecuencia del azar o de otros factores externos. Continuamente estamos tomando decisiones, escogiendo qué hacer tras considerar distintas alternativas. Esta habilidad ofrece herramientas para evaluar las diferentes posibilidades en juego, teniendo en cuenta necesidades, valores, motivaciones, influencias y posibles consecuencias presentes y futuras, tanto en la propia vida como en la de otras personas.<sup>11</sup>

### Pensamiento creativo

Usar la razón y la “pasión” (emociones, sentimientos, intuiciones, fantasías, etc.) para ver la realidad desde perspectivas diferentes que permitan inventar, crear y emprender con originalidad. Pensar creativamente hace referencia a la capacidad para idear algo nuevo, relacionar algo conocido de forma innovadora o apartarse de esquemas de pensamiento o conducta habituales (pensar “fuera de la caja”). Esto permite cuestionar hábitos, abandonar inercias y abordar la realidad de formas novedosas.<sup>11</sup>

### Pensamiento crítico

Analizar experiencias e información y ser capaz de llegar a conclusiones propias sobre la realidad. La persona crítica no acepta la realidad de manera pasiva “porque siempre ha sido así”. Por el contrario, se hace preguntas, se cuestiona rutinas, investiga. El pensamiento crítico requiere la puesta en acción tanto de habilidades cognitivas (un proceso activo de pensamiento que permite llegar a conclusiones alternativas), como de competencias emocionales (relacionadas con las actitudes personales, ya que es necesario también querer pensar).<sup>11</sup>

## **Manejo de emociones**

### Autoconocimiento

Conocerse es el soporte y el motor de la identidad y de la autonomía. Captar mejor nuestro ser, personalidad, fortalezas, debilidades, actitudes, valores, aficiones... Construir sentidos acerca de nosotros mismos, de las demás personas y del mundo que compartimos. Conocerse no es solo mirar hacia dentro, sino que también es saber de qué redes sociales se forma parte, con qué recursos personales y sociales contamos para celebrar la vida y para afrontar los momentos

---

<sup>11</sup> FISAC (Fundación de Investigaciones Sociales AC)

de adversidad. En definitiva, saber qué se quiere en la vida e identificar los recursos personales con que se cuenta para lograrlo.<sup>12</sup>

### Manejo de emociones y sentimientos

Esta habilidad propone aprender a navegar en el mundo de las emociones y sentimientos, logrando mayor sintonía con el propio mundo afectivo y el de las demás personas. Las emociones y sentimientos nos envían señales constantes que no siempre escuchamos. A veces pensamos que no tenemos derecho a sentir miedo, tristeza o ira. Este es un ejemplo de cómo el mundo afectivo se puede ver distorsionado por prejuicios, temores y racionalizaciones. Comprender mejor lo que sentimos implica tanto escuchar lo que nos pasa por dentro, como atender al contexto en el que nos sucede.<sup>12</sup>

### Manejo de tensiones y estrés

Las tensiones son inevitables en la vida de todas las personas. El reto que representan no consiste en evadir las tensiones, sino en aprender a afrontarlas de manera constructiva, sin instalarse en un estado crónico de estrés. Esta habilidad permite identificar las fuentes de tensión y estrés en la vida cotidiana, saber reconocer sus distintas manifestaciones y encontrar vías para eliminarlas o contrarrestarlas de manera saludable.<sup>12</sup>

## **4.2 Decálogo del Desarrollo**

Durante más de 25 años de experiencias alrededor del mundo, Octavio Mávila Medina quedó intrigado por las diferencias tan marcadas entre los países desarrollados y los subdesarrollados. Entonces, el Sr. Mávila comenzó a investigar más a fondo sobre estas impresiones, haciendo análisis históricos de ciertos países y descubrió que la diferencia de vivir en el desarrollo y el subdesarrollo no estaba en la riqueza económica, intelectual o la cantidad de recursos naturales que tiene un país, sino en las actitudes de sus habitantes.

---

<sup>12</sup> FISAC (Fundación de Investigaciones Sociales AC)



Figura 4.2 Decálogo del Desarrollo<sup>13</sup>

### Orden

En todo lo que hacemos: nuestro trabajo, deberes en el hogar, etc. Está muy ligado a la productividad, pues si hay una secuencia clara de actividades, evitamos retrasos.

El orden implica tener todo en forma adecuada y que cada cosa tenga un lugar designado (obviamente, hay que respetar ese lugar).

Esto lleva a la simplificación, la sistematización, la transparencia, comodidad y la facilidad de las operaciones.

### Limpieza

Es importante vivir en un espacio limpio. Escritorio, dormitorio, casa, auto; si está limpio, estaremos en paz en ese lugar.

Un espacio limpio es un espacio donde todo lo innecesario, inútil y/o perjudicial se ha eliminado.

### Puntualidad

Demuestra educación y respeto hacia los demás.

### Responsabilidad

Es un símbolo de confianza que alguien nos deje como responsables de algo, por lo que hay que corresponder a esa confianza haciendo lo que nos toca.

<sup>13</sup> Decálogo del Desarrollo de Octavio Mávila

### Deseo de superación

Jamás conformarnos con lo que somos ahora (a menos que ya seamos lo que siempre quisimos), y aun así, siempre hay algo nuevo e interesante por aprender.

Es lo que nos motiva a crecer en el trabajo o en la vida.

### Honradez

Es el respeto a los bienes ajenos. Es mejor estar con la conciencia tranquila aunque tengamos un poco menos, que ganar más pero siempre tener miedo porque nos descubran. Además, ayuda al desarrollo nacional.

### Respeto hacia los demás

Todos somos importantes y tenemos un valor simplemente por ser y habitantes de este planeta.

Solamente debemos recordar que el respeto es un derecho, pero también tenemos la obligación de respetar a los demás.

### Respeto a la ley

La ley se hizo para convivir en armonía, y si empezamos a ignorarla, no debemos preguntarnos después porque la sociedad es un caos.

### Amor al trabajo

Ese amor es más fácil de sentir si trabajamos en lo que nos apasiona, pero si no, de todas formas debemos trabajar como si realmente nos gustara lo que hacemos. Amar lo que hacemos o hacer lo que amamos hace que el trabajo sea más ligero y sencillo.

### Afán por el ahorro y la inversión

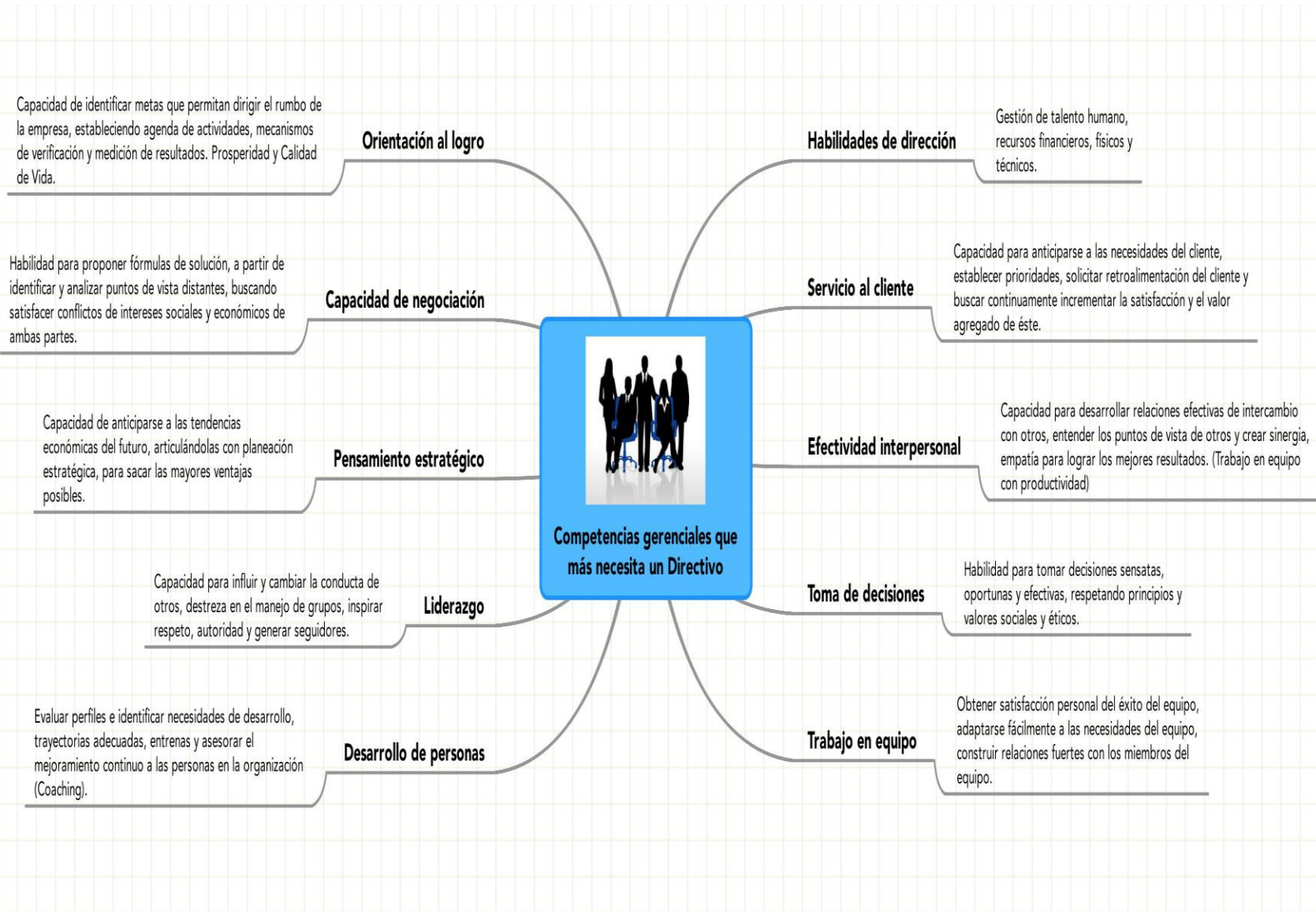
Este afán hay que manejarlo con cuidado, pues puede convertirse en avaricia, pero bien manejado, es para que no malgastemos y después suframos del estrés por las deudas adquiridas o la falta de capital. Mejor guardar capital para un futuro, o bien, para poder comprar algo mejor que lo que obtendríamos si gastamos nuestro dinero hoy.

Este decálogo no es para personas desarrolladas, es el reglamento a seguir para volverse una persona desarrollada. Puede ser al principio difícil, pero con constancia, nos volveremos desarrollados sin darnos cuenta.

### **4.3 Competencias necesarias de un Directivo**

Un directivo es la persona que va a guiar el camino de la empresa u organización, es el que cambia el rumbo cuando es necesario, y se mantiene firme ante la adversidad, pero esta persona debe tener ciertas características para poder guiar satisfactoriamente a todos los que laboran en la empresa.

Figura 4.3 Competencias gerenciales que todo directivo necesita. Libro Competencias Gerenciales





#### 4.4 Matriz de Metas y Áreas de Desarrollo

Para tener más claro lo que queremos y lo que deseamos, tenemos una herramienta llamada “Matriz de metas y áreas de Desarrollo”.

Esta matriz permite poner en recuadros lo que queremos ser, tener, hacer y dar en las diferentes áreas de desarrollo. Este recuadro va ligado a las áreas de desarrollo vistas en el capítulo 1. Se contesta la matriz usando la información del mapa mental.

		Áreas de desarrollo				
m e t a s		Bienestar	Relaciones	Trabajo	Finanzas	Armonía Mental espiritual
	Ser					
	Hacer					
	Tener					
	Ir					
	Dar					
	Ahora					

Figura 4.4 Matriz de metas y áreas de desarrollo. Ing. Carlos Sánchez Mejía

En el *ser*, es “quién soy yo” y/o “quién quiero ser”.

En el *hacer*, es “qué quiero hacer”.

En el *tener*, es “qué quiero tener”.

En el *dar*, es “qué daré” o “cómo seré con los demás”.

En el *ir*, es “a donde quiero llegar”, “a donde quiero ir”, “a donde quiero terminar”.

En el *ahora*, es “qué es lo importante hoy”.

#### 4.5 Planificación de vida y trabajo

Para lograr nuestro propósito de vida, necesitamos un plan, al igual que un aventurero de película tiene un plan para rescatar a alguien secuestrado. Un plan de vida supone la enumeración de los objetivos que una persona quiere lograr a lo

largo de su vida y una guía que propone cómo alcanzarlos. Este plan puede incluir metas personales, profesionales, económicas y espirituales.

El plan de vida incluye objetivos a largo plazo: el sujeto puede pensar dónde le gustaría estar dentro de cinco o diez años, y a partir de esa idea, comenzar a desarrollar el plan. En este sentido, el plan de vida también es un plan de acción, con pasos a seguir y plazos, una estructura que permite encausar las acciones hacia las metas que una persona desea cumplir en sus años de existencia.

Al igual que cualquier plan, éste tiene que ser analizado de manera periódica, de modo tal que la persona pueda advertir si se acerca al cumplimiento de sus objetivos o no. En caso de que las acciones realizadas no rindan sus frutos, el individuo está en condiciones de rectificarlas o de proponer nuevos caminos.<sup>14</sup>

El proyecto o plan de vida representa, entonces, en su conjunto, “lo que el individuo quiere ser” y “lo que él va a hacer” en determinados momentos de su vida, así como las posibilidades de lograrlo.

---

<sup>14</sup> Luis Fallas, Centro de Superación Personal

## Capítulo 5 Estructuras para triunfar

En este capítulo veremos un resumen de los capítulos anteriores, simplemente para tomar lo mejor de cada uno y aplicarlo.

### **5.1 Define tus metas**

Debemos saber a dónde queremos llegar y en cuanto tiempo lo queremos hacer, para poder concentrar toda nuestra energía, atención y esfuerzo para lograrlo y no desviarnos con cosas que no nos sirven para lograrlo.

Para lograr nuestras metas, debemos conocer las estructuras de planeación:

#### **Planeación estratégica**

Es conceptualizar lo que queremos hacer. A donde vamos, de donde partimos, y como lo vamos a lograr (con fechas límite).

En una empresa, se determina la misión, visión, filosofía y valores de la empresa; como está la empresa en este momento (su FODA); objetivos y metas.

#### Misión

Es el porqué de la existencia de la empresa. Tiene el máximo objetivo de la empresa, es decir, indica la razón por la que fue creada (excepto la de ganar dinero, esa no se cuenta). Podemos ver la misión de la empresa como la misión de un héroe en una historia de aventuras; es el por qué o lo que motiva al héroe o heroína a hacer un viaje peligroso, o luchar contra monstruos.

Debemos hacer una misión que deba ser un compromiso y una promesa hacia nuestros clientes por parte de todos los que colaboran en la empresa, desde el director general hasta quién hace la limpieza. Todos ellos ponen su grano de arena para lograr que la misión se cumpla.

Estos son algunos ejemplos de misiones:

- 3M: “solucionar problemas no resueltos de manera innovadora”
- Nike: “Experimentar la emoción de la competencia, ganando y superando a la competencia.”
- HP: “Poner una computadora en cada hogar y escritorio.”

### Visión

Es la imagen que tenemos de donde encontraremos la empresa en un futuro, nuestro sueño de verla en tal o cual circunstancia en un determinado periodo de tiempo.

Este es un ejemplo de una visión de una compañía:

- “Convertir a Electrónica de Tabasco en la principal compañía de control de procesamiento industrial en el país dentro de 5 años”

### Valores

Son los aspectos que identifican lo que es importante para la empresa. Al igual que para una persona, las compañías deben tener valores con los que se conducen en el mundo empresarial.

Estos pueden ser algunos de los valores de la empresa:

- Disciplina
- Perseverancia
- Integridad
- Pasión
- Consistencia
- Fidelidad
- Igualdad
- Limpieza
- Honestidad (Honradez)
- Puntualidad
- Lealtad
- Respeto

### Objetivos y metas

Los objetivos son los lugares que queremos alcanzar, y las metas son las fechas límites para conseguirlo.

Algunos ejemplos de objetivos y metas pueden ser:

- “Aumentar 25% las ventas, a 4 millones en 2007 y 6.3 millones en 2008”
- “Reducir el tiempo extra a un máximo de 3%; invertir \$401 mil para el 30 de junio; implementar el programa de reconocimiento para el 30 de septiembre”

### Estrategias

Son las respuestas a la pregunta ¿Qué hará que la empresa tenga éxito?

Podemos centrarnos en las oportunidades que existen en el mercado, que debemos hacer para aprovecharlas al máximo, cuáles son las amenazas posibles y cómo podemos evitarlas o bien, sortearlas cuando se presenten.

Estas estrategias pueden ejemplificar mejor el punto:

- “Vender soluciones totales, no tiempo ni partes”
- “Control estricto de gastos y crecimiento”
- “Metas altas con un proyecto mínimo de \$300,000”

### Planes

Un plan es un programa que contiene qué debemos hacer para lograr determinado objetivo y meta.

Describen las acciones necesarias para lograr lo que queremos, incluyendo su fecha esperada de conclusión.

Los siguientes ejemplos ayudarán a explicar la idea de los planes:

- “Equipo de emulsión para el cuidado completo de la piel durante el lanzamiento de julio”
- “Contratar un agente de ventas foráneo para el territorio sur en el último trimestre”
- “Volver a hacer los folletos de mercadotecnia para el seminario fiscal en el segundo trimestre. Juan Martínez como director de proyecto”

### Proyecto

Un proyecto es un plan con una serie de actividades relacionadas para su ejecución. Al igual que un plan, el proyecto es para lograr objetivos y metas dentro de unas limitaciones antes planteadas (dinero, fecha, materiales, etc). Para fines prácticos, es un sinónimo de plan.

Lo importante de los proyectos, es que deben ser diseñados, ejecutados y medidos. La medición es simplemente comparar lo que se logró con lo esperado, y realizar las acciones pertinentes para mejorar o seguir por el camino actual.

### **Planeación operativa**

Es simplemente decir cuando se debe aplicar el plan estratégico. Indica cuando debe iniciar cada plan o proyecto, y los relaciona en calendarios, cronogramas, diagramas, etc.

La finalidad de esta planeación es tomar una problemática grande en porciones más simples, para ir dando solución a cada una de forma eficaz y eficiente.

## **5.2 Ten la actitud correcta para lograr tus metas**

Ya sabemos que queremos en la vida, pero si estamos siempre deprimidos, ansiosos o estresados, jamás conseguiremos dar nuestro 100% para lograr nuestro sueño. Tenemos que tener la actitud correcta para poder librar todos los obstáculos que se nos puedan presentar.

Existen varios temas que debemos dominar para lograr esa actitud ganadora.

### **Actitud Mental Positiva**

Como vimos anteriormente, la AMP es la que nos ayuda a movernos en la vida. Como dicen algunos *coach de vida*, la vida se compone de 10% de circunstancias, y 90% de como reaccionamos ante ellas.

En otras palabras, la AMP es la habilidad de permanecer positivo(a) sin importar lo que ocurra en nuestras vidas, o bien, elegir sonreír cuando existen razones para quejarnos.

*¿Cómo podemos desarrollar una Actitud Mental Positiva?*<sup>15</sup>

- No debemos dejar que lo que nos pasa a nuestro alrededor nos quite la sonrisa de la cara. E incluso, si no tenemos razones para sonreír, podemos sonreír. Una sonrisa, aunque sea forzada, mejora nuestra actitud. Así que tenemos dos opciones, sonreír porque estamos felices, o ser felices por forzarnos a sonreír.
- Debemos controlar nuestras reacciones, para no arrepentirnos después. Cuando surja algo que nos perturbe, lo mejor es inhalar tres veces profundamente, o contar del diez al uno. Esto nos tranquilizará y liberará a nuestro cerebro para reaccionar con una mente clara antes que reaccionar por culpa de nuestros impulsos.
- Hay que ponernos en acción. Cuando empezamos nuestro camino, primero sentimos miedo, pero después, la misma inercia del movimiento hace que seguir se sienta como la cosa más natural del mundo.

<sup>15</sup> Del libro *40 maneras de ser positivo*

- No debemos tomarnos nada personal. Si alguien nos gritó en la calle, o un amigo no nos saludó, lo más probable es que no haya sido nuestra culpa. Seguramente esa persona tuvo un día muy difícil y explotó justo en el momento que nos encontramos, o nuestro amigo iba pensando en algo muy importante y ni siquiera se dio cuenta que pasamos a su lado. El universo no gira a nuestro alrededor.
- Alejarnos de los chismes es una práctica bastante productiva. Las personas que se preocupan de hablar mal de alguien son porque están tan insatisfechos con su vida, que creen que derrumbando otra se volverán importantes o felices.
- Los errores no son fracasos, son aprendizajes algo duros. De los momentos felices podemos aprender que hicimos bien, pero el ser humano es un ente que aprende mejor cayendo y golpeándose que con mimos y cariños. Un error es la forma que tiene el universo para decirnos “por ahí no”, o “eso no se hace”.

## Optimismo

El optimismo va muy ligado con la AMP. Podríamos decir que es casi lo mismo.

A continuación, otras sugerencias para mantener el optimismo y nuestra AMP al máximo.

### *En la mañana*<sup>16</sup>

Sonreír tan pronto nos levantemos. 10 segundos sonriendo hacen un gran cambio en nuestra actitud al levantarnos.

Después de sonreír, pensar en 5 cosas por las que estamos agradecidos. No es necesario creer en algo, simplemente agradecer al universo por las cinco cosas más importantes para nosotros.

Terminado esto, imaginar el gran día que queremos tener. Podemos imaginar que alguna junta o exposición va a ser un éxito, o que llegaremos a tiempo a alguna cita. Entre más detalles y más sentimiento pongamos en esa imagen, más optimistas nos sentiremos.

Piensa en tres cosas de debas solucionar ese día, pero no como un *debo*, si no como un *tengo la oportunidad de*. Por ejemplo:

- Tengo la oportunidad de llamar al técnico para que arregle la calefacción
- Tengo la oportunidad de enviar el acuerdo a Sandy para el curso de junio

---

<sup>16</sup> Del libro *40 maneras de ser positivo*

- Tengo la oportunidad de hacer yoga y salir a pasear con mi perro

*Durante el día*<sup>17</sup>

- Trabaja en un ambiente SOL (recordando el capítulo 3)
- Cuando empieces algo, recuerda que, al igual que la comida o algún lujo, todo lo que queremos y deseamos tiene un costo. El costo de empezar un proyecto puede ser menos tiempo de descanso o un poco más de estrés. Para iniciar algo con la mejor actitud, primero pregúntate cuál es el precio y si de verdad estas dispuesto(a) a asumirlo.
- Adopta hábitos saludables, como hacer ejercicio, comer sanamente, evitar las cosas chatarras y dañinas, etc.
- Rodéate de personas positivas, esas que siempre están de buen humor, sonrían, y hablan bien de los demás. Si no puedes deshacerte de los negativos, simplemente ignóralos; cuando se sientan ignorados por ti, se alejarán por si solos.
- Piensa que todo lo que debes hacer es fácil. Cualquier cosa, imagina que es muy fácil, así te predispondrás para ello y lo será.
- Disfruta lo que haces. Ponte metas que puedas alcanzar (entregar el trabajo un día antes, llegar 5 min más temprano, etc.), en el escritorio coloca fotos que te relajen o te saquen una sonrisa. Debemos realizar un trabajo, pero no ser miserables en él.
- Ayuda a los demás. Nada sube más tu espíritu que saber que fuiste útil o de gran ayuda a otra persona sin esperar nada a cambio. Puede ser desde ceder un asiento, detener el elevador, hasta terminar un proyecto imposible.

**Autoestima**

Previamente revisamos que es la autoestima y que incluye.

Podemos imaginar nuestro nivel de autoestima como un termómetro. Si hacemos cosas que nos dañan (hablar mal de los demás, desarrollar adicciones, quejarnos, estar siempre informados de noticias amarillistas, etc.), nuestra autoestima estará en los niveles más bajos; por el contrario, si hacemos todo lo posible por estar siempre con una actitud positiva (AMP), nuestros niveles estarán por los cielos, dándonos la confianza para realizar nuestros sueños.

Un ejercicio sencillo para aumentar nuestra confianza es imaginar un comercial donde nosotros nos vendemos<sup>18</sup>. Declaramos lo mejor que tenemos y somos

<sup>17</sup> Del libro *40 maneras de ser positivo*

<sup>18</sup> Ejercicio tomado del libro *Como triunfar en 5 pasos. El Método LIMON*



(aunque no lo seamos, podemos decir lo que queremos ser), y repetir ese comercial durante todo el día, hasta que nos lo creamos.

### **Autoseguridad**

Es creer en nosotros mismos. Mientras que la autoestima fomenta el amor propio, la autoseguridad nos hace creer en nuestras habilidades y talentos.

El creer en nosotros no significa sentirnos más que los demás, no. Significa que no es necesario compararnos con nadie, pues sabemos de lo que somos, sabemos y podemos hacer.

Es el mismo sentimiento de empoderamiento que se genera cuando alguien a quién queremos, apreciamos y/o admiramos, nos dice que creen en nosotros o confían en que podemos hacer algo. Ese sentimiento, en vez de esperar que venga de alguien más, lo tenemos que generar nosotros, al confiar en nuestros talentos, voluntad y tenacidad.

### **Asertividad**

Como revisamos en el capítulo 1, la asertividad es la habilidad de comunicarnos con los demás de forma clara, eficiente, y sin dañar a los demás.

La asertividad la necesitamos porque no podemos vivir solos en el planeta, requerimos ayuda, y si la pedimos de mal modo, jamás la obtendremos, al igual que nosotros la negamos cuando no nos gusta el modo de pedir de ciertas personas.

## ***5.3 Comunícate inteligentemente***

No basta sabernos merecedores del universo, también debemos colaborar con los demás para lograr todo lo que merecemos y anhelos.

Para lograrlo debemos conocer temas que nos abrirán el mundo para comunicarnos de forma eficiente.

### **Inteligencia Emocional**

Aunque ya lo mencionamos antes, vale la pena recordarlo. La Inteligencia Emocional (IE) es el grado que tiene una persona de identificar sus emociones, modularlas e interactuar con ellas sin dejar que emociones negativas influyan.

Para lograr la Inteligencia Emocional, debemos primero observar cómo se conectan nuestras emociones y nuestros actos (no actuamos o respondemos igual felices, enojados o tristes).

Después, debemos fijarnos en los pensamientos que pasan por nuestra cabeza, pues cada pensamiento trae un sentimiento. Si detectamos que nuestros pensamientos son tristes, debemos cambiarlos por algo que nos haga sentir bien, para no cargar malos sentimientos que influyen en nuestros actos y decisiones.

Ser más empáticos con los demás desarrolla la IE. El ser más empático es simplemente ponerse en los zapatos de los demás. Esto únicamente para evitar juzgar, e incluso, brindar un poco de ayuda.

Si estamos estresados, debemos hacer aquello que nos gusta, simplemente para *desconectarnos* del mundo un momento y descansar nuestro cerebro. Cuando ya no pensamos en lo que nos preocupa, le damos un descanso al cerebro, y al volver, las ideas salen como *por arte de magia*.

### **Comunicación empática**

La empatía, ya mencionamos, es ponerse en los zapatos de los demás. Al hacer esto, nos preocupamos de verdad de la vida de los demás, compartimos logros y penas. Esto no significa que a cualquier desconocido lo vamos a tratar como un viejo conocido, si no que no trataremos igual a un desconocido feliz que a uno que se nota pasa por problemas. A este último, si no podemos ayudarlo, por lo menos no haremos más grande su penar maltratándolo psicológica y emocionalmente.

Cuando estamos con alguien conocido, aunque no sea cercano, buscaremos que se desarrolle culturalmente, emocionalmente, físicamente, etc.

Punto muy importante por recordar. El ser empático no es ir por el mundo salvando causas perdidas. Nosotros, practicando la empatía, buscaremos el bienestar de los demás, pero si a quién tratamos de ayudar no quiere, no hay que desperdiciar el tiempo en personas que simplemente, no desean superarse.

### **Tipos de Personalidad**

Para que la comunicación sea lo más exitosa posible, debemos recordar que no todos los humanos pensamos, sentimos y vemos el mundo de la misma manera. Como todos somos diferentes, tenemos que identificar con que personalidad tratamos, para encontrar la mejor forma de darnos a entender, de tal manera que estén interesados en lo que decimos y no nos ignoren después de decir *hola*.

Existen diferentes formas de clasificar las personalidades, como la siguiente:

## Eneagrama

Basado en las características de una forma de ser, presenta nueve tipos de personalidad. Explica nueve formas de pensar, sentir y actuar, íntimamente ligadas con nueve estilos de desarrollo personal, detallando la relación causa/efecto que producen nuestras reacciones, fruto de la personalidad que arrastramos desde la niñez.

El tema es muy extenso por sí solo, así que solamente presento los tipos de personalidad que define el eneagrama.

- Reformador. Pretende hacer lo correcto y se esfuerza por mejorar las cosas. Es idealista, perfeccionista, crítico, disciplinado y ordenado.
- Ayudador. Desea ser amado, necesitado y apreciado, por eso se orienta a los demás. Es generoso, suele colaborar o seducir para conseguir lo que necesita. Precisa ser correspondido.
- Triunfador. Quiere sentirse valioso y deseable. Está seguro de sí mismo, con gran habilidad social, es un buen comunicador, altamente competitivo, vanidoso y exitoso.
- Romántico. Busca crear y rodearse de cosas bellas, suele sentir lo contrario que el grupo (individualista). Es romántico, creativo, temperamental, sensible y compasivo, tiene la profunda necesidad de conmover. Busca un salvador.
- Investigador. Aspira a obtener conocimiento y entender lo que le rodea. Es introvertido, curioso, no le gusta el contacto físico, pero crea cosas increíbles para los demás.
- Leal. Anhela tener seguridad y tranquilidad, es miedoso, suele dudar y desconfiar de todo e intentar prevenir futuros problemas. Cautivador, reactivo y práctico.
- Entusiasta. Ansía mantener su libertad, evitar el aburrimiento y el dolor. Le encanta las nuevas experiencias y tener siempre opciones, no le gusta los límites. Es alegre, optimista y confiado.
- Desafiador. Ambiciona tener el control de las situaciones, probar su fuerza y resistir la debilidad. Es autoritario, dominante, vengativo, rebelde, apasionado, decidido y autónomo.
- Pacificador. Intenta crear y mantener estabilidad a su alrededor. Es humilde, conformista, amable, modesto, bondadoso, distraído, olvidadizo y apático.

Como podemos observar, esta clasificación muestra varias características diferentes que puede tener una sola persona.

Existen otras clasificaciones, como la clasificación griega (por temperamentos) y una variante moderna (ACME).

## Temperamentos

El temperamento está relacionado con la respuesta endócrina (hormonal) de nuestros cuerpos, lo que influye en nuestro carácter y la forma de movernos por el mundo.

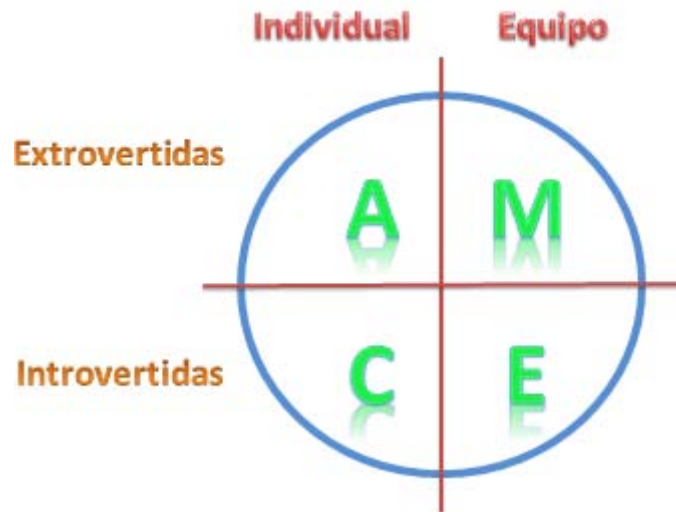
La clasificación de temperamentos describe cuatro tipos de personalidades:<sup>19</sup>

- *Sanguíneo*: Se trata de personas optimistas, seguras, alegres, que ven la parte buena de todo lo que les rodea, reforzando los aspectos positivos y minimizando los negativos. Su flexibilidad para la adaptación es muy grande y afrontan retos, proyectos o problemas con un entusiasmo envidiable aunque, en muchas ocasiones, eso se desinfla con demasiada rapidez, para afrontar a continuación una nueva actuación. Su facilidad para la comunicación con los demás les hace ser muy sociables y apreciados, aunque en ocasiones pueden ofrecer excesiva confianza con ciertas personas.
- *Flemático*: Son individuos cuyo rasgo principal podríamos decir que es el equilibrio, la sangre fría. Se mantienen firmes y estables ante la mayor parte de las situaciones que se les planteen, representando de este modo una ecuanimidad inigualable. La constancia y la paciencia son parte de sus atributos, resaltando aspectos comprensivos y tolerantes en muchas de las acciones que diariamente llevan a cabo. Por otro lado también se trata de personas algo indiferentes y escépticas, en ocasiones con imagen de desinterés, falta de adaptación a ciertas situaciones novedosas y en algunos casos excesivamente dependientes.
- *Colérico*: De forma general nos encontramos ante personas constantes, seguras, tenaces y extremadamente apasionadas, cuyo entusiasmo les lleva a tener vivencias muy profundas y marcadas. También hay que destacar que su capacidad de irritación es superior a la de otro tipo de personas, perdiendo a veces el control y ofreciendo su cólera a todo el que le rodea, llegando a la intolerancia, imposición y el despotismo.
- *Melancólico*: Individuos extremadamente responsables que cumplen con sus cometidos con una seriedad y claridad elevadas. Sensibles y afectuosos mantienen vivencias interiores profundas e intensas, resaltando su defensa de la fidelidad. Por otra parte resaltaremos también que se trata de personas, siempre de forma genérica, inseguras, con rasgos pesimistas, tristes o sentimientos de inferioridad o culpabilidad. Desconfían de casi todo el mundo y buscan la soledad, evitando por lo tanto las relaciones sociales.

## ACME

Desarrollado por Rafael Limón Vigoritto, las personalidades ACME<sup>20</sup> están basadas en características del reino animal y las personalidades de Hipócrates.

Inicia con un cuadro de personalidades, que permite identificar las personalidades por su nivel de extrovertividad y gusto por el trabajo en equipo.



5.1 Diagrama de personalidades ACME

- **Águila:** Es la personalidad del líder típico, decisivo y determinado. El águila es solitaria, caza con rapidez, precisión y determinación; se usa como símbolo de liderazgo y majestuosidad en algunas banderas. No le gustan que le endulcen las cosas, prefiere ir al grano, evitando preámbulos. Tiene las cualidades de resolver con eficacia los contratiempos, decidir rápidamente, tomar la iniciativa, y actuar antes que nadie; sin embargo, esta personalidad puede tener defectos como tiranía, falta de consideración, falta de afecto y arrogancia. Muchos líderes, militares, directivos y empresarios son Águila.
- **Castor:** Competente, calculador, cuidadoso, observador y crítico. Los castores son excelentes ingenieros en la naturaleza, construyen diques y madrigueras con gran precisión; son cautelosos, poco sociables y nerviosos. Personalidad apta para las ciencias y las disciplinas de exactitud; científicos, contadores, investigadores y analistas. Sus cualidades son su gran capacidad de observación y análisis, su excelente memoria y su gusto por los detalles. Sus defectos: la crítica, el escepticismo, la desconfianza, la frialdad y la

---

<sup>20</sup> En el libro de aventuras *El equipo ACME al rescate del Hada Comunicación*

inflexibilidad.

- **Mono:** Es la estrella de la película. Extrovertido y fantástico para las relaciones personales, pero distraído y por lo general, sin disciplina ni constancia. Los monos son simpáticos, amigables y se desenvuelven en grupo. Un Mono será casi siempre el centro de atención; muchos actores y actrices tienen esta personalidad. Algunos Mono se dedican también a la locución, la oratoria y cualquier actividad que les permita brillar en público. Poseen grandes cualidades: entusiasmo, encanto, simpatía y actitud positiva, además de grandes defectos: manipulación, teatralización, exageración y falta de enfoque.
- **Elefante:** Es una personalidad tímida pero de magnífico trato personal. Es calmado, suave y amigable. Los elefantes caminan despacio, sin prisa; tienen la piel gruesa, lo cual es útil en circunstancias difíciles; con frecuencia otros se aprovechan de los Elefante y se suben en su lomo. El Elefante tiene magníficas cualidades: actitud de servicio, diplomacia, encanto, dulzura y calma. Tiene también sus defectos, como la falta de iniciativa y disciplina, el hábito de postergar, la indecisión, la falta de motivación y entusiasmo. Son las personas que mantienen el mundo en paz. Excelentes psicólogos o trabajadores sociales, diplomáticos y agentes de servicio al cliente.

#### **5.4 Negocia y gana para obtener tus metas**

La negociación es una relación de dos o más personas para llegar a un mutuo acuerdo. Una negociación no utiliza la fuerza bruta; las partes deben hacer concesiones con comunicación y persuadir para alcanzar este compromiso.

Para negociar, existen varias técnicas que sirven muy bien.

- *Sí, pero...:* Consiste en aceptar una propuesta pero pidiendo algo a cambio que sea de nuestro interés, haciendo ver nuestra necesidad como algo indispensable para cumplir con algún objetivo común.
- *Frente ruso:* Ofrecer 2 alternativas, una más negativa que la otra, presionando a la otra parte a aceptar una propuesta evitando la más temible. Ambas propuestas deben evitar parecer ridículas.
- *Encadenamiento:* Consiste en una serie de preguntas con respuestas afirmativas orientadas a un fin. Se busca que la contraparte llegue a un callejón sin salida y tenga que aceptar la propuesta.

Ejemplo:

- “¿Tenemos claro que los índices de siniestralidad laboral son alarmantes?”
  - “¿Están de acuerdo en que la mejora de las medidas de seguridad reducirían la siniestralidad laboral?”
  - Entonces, ¿no será adecuado aumentar el presupuesto?
- 
- *Diplomacia*: Dialogando con cordialidad se busca el equilibrio en beneficios para ambas partes. El negociador debe ser prudente, paciente, analítico y, si es necesario, firme.
  - *Formalismo*: Se busca el avance seguro y acuerdos bien terminados preferentemente por escrito. Requiere que el negociador sea resistente a la presión, meticulado, paciente, cauteloso y distante a fin de que no se involucre emocionalmente.
  - *Distributiva*: Se pretende dividir una cantidad fija de recursos; situación de ganar y perder.
  - *Resolutiva*: Estrategia conciliadora y cooperativa. Implica un esfuerzo para encontrar una alternativa mutuamente aceptable y que reconcilie a ambas partes, y cuyo resultado sea beneficioso para todos.
  - *Rivalidad*: Se procura persuadir a la otra parte para que acepte una alternativa que favorezca los intereses propios. Cada una de las partes trata de imponerse a la otra.
  - *Complaciente o flexible*: Reducción de las aspiraciones básicas propias. Es ventajosa cuando se quiere acabar rápidamente una negociación, por la presión del tiempo o la escasa importancia de los problemas.
  - *Inacción*: Mínima actividad negociadora, se malgasta el tiempo y se puede llegar a suspender o romper la negociación. Es muy poco frecuente y no hay que confundirla con momentos de estancamiento de la negociación por dificultades para llegar a un acuerdo.

Para poder negociar, es indispensable seguir los siguientes pasos<sup>21</sup>:

- a) Conocer a la otra parte. Entre más información se tenga del oponente, más posible es hacer y recibir ofertas que sean factibles y benéficas para nuestro propósito.
- b) Tener claros los puntos de negociación. Mientras se habla, se debe estar consciente de lo que se debe hablar y se espera obtener.

---

<sup>21</sup> Del libro *De Entrada diga NO*

- c) Preparar una agenda de negociación. Esta es una especie de guía que se presenta al iniciar la negociación. Se indica que temas se van a tratar ese día.
- d) Generar 3 primeras propuestas y luego la definitiva. Esto es para provocar confianza en el otro negociador, para poder mover las primeras propuestas sin perder nada en la propuesta final.
- e) Conocer con quién vamos a negociar y que es lo que desea. Debemos estar seguros que quién va a negociar es en realidad quién puede tomar una decisión, si no, solamente estaremos perdiendo el tiempo.
- f) Preguntar que vamos a realizar ¿Qué, cuándo, cómo, quién, y qué quiere?
- g) Aprender a modular la voz y controlar el lenguaje corporal. En el cuerpo podemos ver cómo avanza la negociación (si vamos bien, o ya perdimos la atención de la otra parte).
- h) Inyectar nuestro estado de ánimo (siempre positivos y optimistas)
- i) Mantener una actitud positiva.

### **Prosperidad**

Si bien este tema no está totalmente relacionado, si es importante porque, si queremos tener dinero en nuestra vida, lo que debemos hacer es tener nuestra mente alineada con la prosperidad. Con alineada me refiero a que nuestros pensamientos, actitudes y hábitos deben estar enfocados en la prosperidad y nuestro merecimiento de ella.

Para que esto suceda, debemos entender que es la prosperidad.

Por definición, la prosperidad puede ser sinónimo de éxito o de riqueza monetaria.

La prosperidad todos la entendemos a que tenemos un flujo grande y constante de dinero a nuestros bolsillos o cuentas bancarias, pero ¿a que llamamos un flujo grande y constante? Algunos lo entienden como millones que entran cada semana, mes o año; otros entienden el flujo grande y constante como lo suficiente para cubrir las necesidades básicas y tener lujos de forma constante.

En cualquier caso, todos deseamos prosperidad, pero no todos sabemos cómo lograrla.

### **Mentalidad de prosperidad**

Por años, nos han dicho que debemos trabajar duro para juntar dinero y tener dinero, o bien, crear una empresa súper innovadora estilo Apple o Google para poder ser ricos y felices. Los más optimistas y soñadores ponen sus esperanzas en la lotería. Creen que sacándola todo será diferente.



Las tres ideas pueden llevarnos a ser prósperos, pero ¿por qué no todas las personas que alguna vez se sacaron la lotería, o tuvieron una idea magnífica, aparecen en la lista de los más ricos del planeta?

La primera razón que se nos vendría a la mente, es que no tienen tanto como para aparecer en esa lista. La segunda, que también se nos ocurre (y muchas veces es real), es que lo perdieron todo.

¿Cómo puede alguien perder tanto dinero? ¿En qué se lo gastaron?

Simple, no lo gastaron conscientemente, pero no estaban programados para ser prósperos, así que cuando les llegó el dinero, el subconsciente sabía que debían ser pobres, y los puso en todas las situaciones posibles para lograrlo.

Con los hombres que trabajan pasa lo mismo, porque están programados para trabajar mucho siempre, y jamás disfrutar, así que con cada ascenso, vienen más responsabilidades, más gastos, y al final, no tienen nada.

Hasta aquí la idea general se entiende, salvo la parte de *programación subconsciente*.

Recordando lo que dijo Platón, el hombre se compone de cuatro partes: consciente, subconsciente, cuerpo y sentimientos.

El consciente es el que nos hace ver los hechos antes de decidir. El subconsciente es el que mueve al cuerpo cuando dormimos y nos sabotea en nuestro éxito.

Para hacerlo más claro, imaginemos una computadora. Tiene miles de programas para ejecutar lo que le pidamos. Tiene el programa de respirar, de hacer latir el corazón, de parpadear, y mucho espacio libre dispuesto a aprender. El consciente es el usuario de los programas.

Cuando somos jóvenes (de 3 a 10 años), no sabemos usar la computadora, dejamos que juegue en automático, pero el disco duro aprende de su alrededor, pues sabe que en algún momento va a usar la información de la niñez. Esta información es la mentalidad de nuestra familia ante la vida: si la pobreza es buena o mala, si se es optimista o quejumbroso, si debemos ser unidos o no, etc.

Al llegar a ser adultos, deseamos vivir bien nuestra vida, y estudiamos, trabajamos duro, y no podemos ser ricos, o si se nos ocurre algo brillante, lo malbaratamos a la primera. ¿Por qué? Porque el subconsciente está haciendo su trabajo, es decir, abre los programas relacionados al dinero, con el ligero inconveniente que los programas ingresados en la infancia eran de rechazo al dinero.

La buena noticia es que, al igual que un disco duro, podemos formatear el subconsciente de programas que no nos gustan por algo más útil.

Existen muchas técnicas para eso, como la Programación Neurolingüística (PNL), que dictan repetirte ciertas frases con convicción para cambiar las antiguas creencias.

Hablar de PNL debería ser un trabajo completo por sí mismo, que no es el punto, así que aquí enumero otras técnicas para reprogramarnos mentalmente para ser prósperos.

Podemos iniciar mirando todo lo que hemos logrado, con el sentimiento de merecimiento y confianza de que podemos hacerlo. Admirar nuestros ingresos, todo nuestro capital ahorrado, lo constante que eres en el trabajo, etc.

Cambiar nuestra actitud a la Actitud Mental Positiva, pues eso hace que veamos el mundo con otros ojos.

### **En acciones**

- Empecemos ahorrando el 10% de todos nuestros ingresos (5% como fondo de inversión para algún negocio, 5% destinado a una cuenta para el retiro).
- Pidamos ayuda a gente que consideramos próspera, para que nos den una idea sobre el camino a seguir. Si somos asertivos, la ayuda llegará e iniciaremos una nueva vida.
- Controlemos nuestros gastos. Debemos hacer una lista consciente de todos los lugares donde gastamos nuestro dinero, para identificar que si es necesario y que no.
- Las cuentas de ahorro, podemos hacerlas cuentas de inversión, para hacer crecer más rápido nuestro capital.
- Desarrolla algo innovador. Ser innovador no es inventar otra vez el celular, simplemente es hacer algo que la gente necesita, y hacerlo de una forma diferente (tenis más atléticos, zapatos más llamativos, un nuevo servicio de restaurante). Cualquier cosa que hagamos diferente, es innovador.

## Capítulo 6 Relaciones con colaboradores y aliados

En capítulos pasados presenté las cualidades individuales de una persona exitosa, pero la verdad es que el éxito no se logra trabajando solos. Para llegar a nuestro objetivo necesitamos ayuda, y para ganarla, debemos desarrollar algunas habilidades que nos permitan pedir ayuda y obtenerla más fácilmente.

### **6.1 Como tener amigos y conservarlos**

Los amigos son los primeros aliados con los que contamos, y es tan importante ganar más amigos como saber conservar los que ya tenemos.

Para conseguir amigos y conservar los que tenemos debemos empezar por<sup>22</sup>:

- Interesarnos genuinamente por los demás. Las personas tenemos la necesidad de sentirnos apreciados, por lo que en vez de esforzarnos en ser el centro de la atención, debemos concentrarnos en hacer al prójimo el centro de la atención.
- Sonreír. Sonreír abre las puertas del mundo. Vale más una sonrisa genuina que todos los falsos saludos que se puedan inventar.
- Recordar el nombre de todo el que saludamos demuestra educación e interés por aquella persona.
- Alentar a las personas a hablar de si mismas y poner verdadera atención a lo que cuentan
- Hablar de lo que le interesa a la otra persona. El tema de conversación debe ser algo importante para nuestro interlocutor.
- Hacer a la otra persona importante, pero de corazón. Hay que hacerlos sentir admirados y apreciados.

### **6.2 Como influenciar a los demás**

Tratar con personas es divertido, pero es todo un reto cuando queremos presentar una idea y se necesita que todos la acepten para llevarla a cabo. Para lograrlo, podemos crear un ambiente amigable para que nuestras ideas y proyectos sean más fácilmente aceptados.

---

<sup>22</sup> Del libro *El desafío del liderazgo*

Aquí algunas sugerencias de cómo hacerlo<sup>23</sup>:

- Tratar con delicadeza y cortesía a los demás. Si estamos en medio de una discusión, hablar con la buena voluntad de encontrar una solución que convenga a ambas partes.
- Siempre empezar a hablar de forma amable
- Lograr un “sí” desde el inicio de la conversación. No es el “sí” objetivo el que debemos conseguir, puede ser simplemente “sí” a una pregunta lógica, pero ese “sí” allana el camino al “sí” final.
- La otra persona debe hablar, así conoceremos lo que realmente quiere y necesita.
- Se debe hacer sentir a la otra persona que las grandes ideas o grandes proyectos vienen de él.
- Ver las cosas desde el punto de vista de la otra persona.
- Mostrar simpatía por las ideas y deseos de los demás
- Se debe apelar a los motivos más nobles para realizar algo.
- Dramatizar las ideas para hacerlas interesantes
- Usar retos y la competencia de forma amable
- Atribuir una buena reputación que mantener
- Hacer que las personas se sientan satisfechas por hacer lo que se les pide.

### **6.3 Estructuras de poder sobre los demás**

En el mundo existen personas razonables y personas que no lo son; las personas razonables luchan pero saben aceptar las aptitudes y puntos de vista de los demás, así que es muy fácil tratar con estas personas. Las personas no razonables, por otro lado, solo saben pelear, no conocen el mundo de otra forma, y tratar con personas así se vuelve estresante.

Para mantener el control de la situación ante un conflicto o una guerra civilizada (mundo empresarial por ejemplo), Robert Greene escribió 48 leyes para tener el poder y control sin morir en el intento. Éstas leyes son muy duras, pero con un poco de suavidad, aplicar las leyes hará que las personas a nuestro alrededor hagan lo que nosotros necesitamos. A continuación presento las más importantes<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Del libro *Cómo ganar amigos e influenciar sobre las personas*

<sup>24</sup> Del libro *Las 48 leyes del poder*

*Ley 6.- Busque llamar la atención a cualquier precio*

Todo es juzgado por su apariencia; lo que no se ve no cuenta. Nunca acepte perderse en el anonimato de la multitud o ser sepultado por el olvido. Ponga toda su fuerza en destacarse.

Conviértase en un imán que concentre la atención de los demás, mostrándose más grande, más atractivo y más misterioso que la gran masa, tímida y anodina.

*Ley 7.- Logre que otros trabajen por usted, pero no deje nunca de llevarse los laureles*

Utilice la inteligencia, los conocimientos y el trabajo físico de otros para promover su propia causa.

Ese tipo de ayuda no sólo le permitirá ahorrar mucho tiempo y energía, sino que le conferirá un aura divina de rapidez y eficiencia. A la larga, sus colaboradores serán olvidados y todos lo recordarán a usted. Nunca haga lo que otros pueden hacer por usted.

*Ley 8.- Haga que la gente vaya hacia usted y, de ser necesario, utilice la carnada más adecuada para lograrlo*

Cuando obligue a otro a actuar, deberá ser usted quien en todo momento ejerza el control. Siempre es mejor lograr que su contrincante se acerque a usted y abandone, en este proceso, sus propios planes. Atráigalo con ganancias fabulosas... y después proceda a atacar. Usted tiene todos los ases en la mano.

*Ley 9.- Gane a través de sus acciones, nunca por medio de argumentos*

Cualquier triunfo circunstancial que usted obtenga a través de argumentación verbal en realidad es sólo una victoria pírrica: el resentimiento y la mala voluntad que así genera son más intensos y duraderos que cualquier acuerdo momentáneo que haya logrado. Es mucho más eficaz lograr la coincidencia de otros con usted a través de sus acciones, sin decir palabra alguna. No explique; demuestre.

*Ley 12.- Para desarmar a su víctima, utilice la franqueza y la generosidad en forma selectiva*

Un gesto sincero y honesto compensará docenas de actitudes dictadas por la hipocresía y la falsedad. El gesto de franca y honesta generosidad hace bajar la guardia aun al individuo más desconfiado. Una vez que su sinceridad selectiva haya abierto una brecha en la armadura del otro, podrá manipularlo y embaucarlo a su antojo. Un obsequio oportuno —especie de caballo de Troya— podrá cumplir el mismo objetivo.

*Ley 13.- Cuando pida ayuda, no apele a la compasión o a la gratitud de la gente, sino a su egoísmo*

Si necesita recurrir a la ayuda de un aliado, no se moleste en recordarle el apoyo que usted le dio en el pasado, o sus buenas acciones. Lo pasado se ignora se olvida. Si, en cambio, al formular su pedido de colaboración usted muestra elementos que beneficiarán a la otra persona y hace gran hincapié en ellos, su contrincante responderá con entusiasmo a su solicitud, al detectar el beneficio que podría obtener.

*Ley 18.- No construya fortalezas para protegerse: El aislamiento es peligroso*

El mundo es un sitio peligroso y los enemigos acechan por doquier; todos necesitan protegerse. Una fortaleza se presenta como la alternativa más segura. Pero el aislamiento lo expone más de lo que lo protege de los peligros que lo rodean, ya que lo aísla de información valiosa y lo destaca como un blanco fácil para los demás. Es mucho más seguro circular mezclarse entre la gente y buscar aliados. La multitud lo protege de sus enemigos.

*Ley 19.- Sepa con quién está tratando: no ofenda a la persona equivocada*

En el mundo hay muchas clases de personas diferentes, y usted no puede suponer que todos reaccionarán de la misma manera frente a sus estrategias. Hay ciertas personas que, si usted las manipula o engaña, pasarán el resto de su vida procurando vengarse. Serán, desde el momento de la ofensa, lobos con piel de oveja. Elija con cuidado a sus víctimas y a sus contrincantes, y nunca ofenda o engañe a la persona equivocada.

*Ley 21.- Finja candidez para atrapar a los cándidos: Muéstrese más tonto que su víctima*

A nadie le gusta sentirse más estúpido que los demás. Por lo tanto, el truco consiste en hacer sentir sagaces e inteligentes a sus víctimas y, sobre todo, más sagaces e - inteligentes que usted. Una vez que las haya convencido de esto, nunca sospecharán que usted tiene motivaciones ocultas contra ellos.

*Ley 24.- Desempeñe el papel de ejecutivo perfecto*

El Ejecutivo perfecto, adulador e intrigante, prospera y alcanza su plenitud en un mundo en el cual todo gira en torno del poder y de la habilidad política. Domina a la perfección el arte de la oblicuidad. Adula, se somete a sus superiores y reafirma su poder sobre los demás de la forma más encantadora y graciosamente indirecta y falsa. Aprenda a aplicar las leyes del ejecutivo, y su ascenso dentro de la corte no conocerá límites.

*Ley 25.- Procure recrearse permanentemente*

No acepte los papeles que la sociedad le ha endilgado. Fórgese una nueva identidad que atraiga la atención y nunca aburra al público. Sea el dueño de su propia imagen, en lugar de permitir que otros la definan por usted. Incorpore elementos dramáticos en sus gestos y acciones públicas, y su poder se verá reforzado y su personalidad crecerá en forma asombrosa.

*Ley 28.- Sea audaz al entrar en acción*

Si se siente inseguro frente a determinado curso de acción, nodo intente. Sus dudas y titubeos se transmitirán a la ejecución del plan. La timidez es sumamente peligrosa; lo mejor es encarar toda acción con audacia. Cualquier error que usted cometa por ser audaz se corregirá con facilidad mediante más audacia. Todo el mundo admira al audaz; nadie honra al timorato.

*Ley 31.- Controle las opciones: haga que otros jueguen con las cartas que usted reparte*

El mejor engaño es aquel que aparenta ofrecer opciones al otro: sus víctimas sienten que controlan la situación, pero en realidad no son sino títeres en sus hábiles manos. Presente opciones que siempre le sean favorables, independientemente de cuál de ellas elijan los demás. Oblíuelos a optar entre el menor de dos males y logre que cualquiera de las dos elecciones resulte a favor de usted. Haga que cualquier alternativa por la que se decidan sus rivales, los perjudique a ellos y lo beneficie a usted.

*Ley 33.- Descubra el talón de Aquiles de los demás*

Todo individuo tiene un punto débil, una fisura en la muralla que rodea su fortaleza. Por lo general, esa debilidad es algo que le causa inseguridad, o una emoción o una necesidad que lo supera. También puede ser un pequeño placer secreto. Sea lo que fuere, una vez que usted la haya descubierto esa debilidad se convierte en un elemento de presión que podrá manejar a su antojo y, por supuesto, siempre a su favor.

*Ley 34.- Actúe como un CEO para ser tratado como tal*

Su forma de actuar determinará cómo lo tratarán los demás: a la larga, una presencia vulgar o común hará que la gente le pierda el respeto. Porque un CEO se respeta a sí mismo e inspira el mismo sentimiento en los demás. Al adoptar una actitud de CEO, mostrando confianza en su propio poder, logrará que lo consideren destinado a llevar una corona real sobre la cabeza.

*Ley 38.- Piense como quiera, pero compórtese como los demás*

Si usted hace ostentación de ir contra la corriente, alardeando acerca de sus ideas poco convencionales y sus actitudes heterodoxas, la gente pensará que usted sólo

desea llamar la atención y que desprecia a los demás. Encontrarán la forma de castigarlo por hacerlos sentir inferiores. Es mucho más seguro confundirse con la masa y adoptar un cierto aire "común". Límitese a compartir su originalidad con amigos tolerantes y con aquellas personas de las que está seguro que aprecian su forma de ser diferente y especial.

*Ley 43.- Trabaje sobre el corazón y la mente de los demás*

La coerción provoca una reacción que, con el tiempo, puede actuar contra usted. Es necesario lograr, mediante maniobras de seducción, que los demás se muevan en la dirección que usted desea. Una vez seducida, la persona se convierte en su leal servidor. Y la forma más eficaz de seducir a alguien, consiste en manejar con habilidad las flaquezas y la psicología del individuo.

Debilita la resistencia del otro a través de la manipulación de las emociones, jugando con lo que el otro ama y valora, o lo que teme. Si usted ignora el corazón y la mente de los demás, terminarán odiándolo.

*Ley 44.- Desarme y enfurezca con el efecto espejo*

El espejo refleja la realidad pero también es el arma perfecta para el engaño: cuando usted refleja a sus enemigos, haciendo exactamente lo que hacen ellos, sus rivales no lograrán deducir su estrategia. El Efecto Espejo los burla y humilla, lo cual los lleva a reaccionar en forma desmedida.

Al poner un espejo frente a su psique, usted los seduce con la ilusión de que comparte sus valores. Al reflejar sus acciones en un espejo, les enseña una lección. Son muy pocos los que pueden resistirse al poder del Efecto Espejo.

*Ley 45.- Predique la necesidad de introducir cambios, pero nunca modifique demasiado a la vez*

En teoría, todo el mundo comprende la necesidad del cambio, pero en el nivel cotidiano el ser humano es hijo de la costumbre. Demasiada innovación resulta traumática y conducirá a la rebelión. Si usted es nuevo en una posición de poder, o un tercero que intenta construir una base de poder, haga alarde de respetar la forma tradicional de hacer las cosas. Si se impone un cambio necesario, hágalo aparecer como una leve modificación positiva del pasado.

*Ley 46.- Nunca se muestre demasiado perfecto*

Siempre es peligroso mostrarse superior a los demás, pero lo más peligroso de todo es parecer libre de toda falla o debilidad. La envidia genera enemigos silenciosos. Lo inteligente es poner de manifiesto, de vez en cuando, sus defectos y admitir vicios inofensivos, a fin de desviar la envidia y parecer más humano y accesible. Sólo los dioses y los muertos pueden parecer perfectos impunemente.



#### Ley 48.- *Sea cambiante en su forma*

Al adoptar una forma definida y tener un plan claro para todo el mundo, usted se convertirá en el blanco de ataques diversos. En lugar de brindar a sus enemigos algo concreto que atacan manténgase flexible, adaptable y en movimiento. Acepte el hecho de que nada es absoluto y de que no existen las leyes fijas. La mejor forma de protegerse es mantenerse tan fluido y amorfo como el agua. Nunca apueste a la estabilidad ni a un orden perdurable. Todo cambia.

### **6.4 Ser líder e influenciar a los demás**

Un líder es el que lleva de la mano al equipo para lograr el objetivo. Para convencer a los demás a seguirlo, tiene que estar dispuesto a afrontar los retos que surgen en el camino, y llevar a buen puerto a su gente.

Para hacerlo, el líder debe seguir los siguientes consejos<sup>25</sup>, para siempre llegar con la motivación y convicción de sus colaboradores al tope.

#### Desafío de los procesos.

Es adaptarse a los cambios, encontrando un camino que puede ser el necesario, aunque no se haya intentado antes. Es tener el valor de tomar el riesgo, aceptando el fallo, pero aprendiendo del mismo.

- Una vez que se logró un objetivo, se plantea otro un poco más alto, pero siempre alcanzable.
- Se deben buscar o crear las oportunidades para que la gente se supere a sí misma.
- Encontrar ocasiones para que las personas resuelvan problemas, hagan descubrimientos, exploren nuevos territorios, alcancen objetivos difíciles o encuentren la forma de enfrentar alguna amenaza externa.
- Hacer que las responsabilidades laborales sean divertidas.
- Balancear la rutina con las aventuras del trabajo
- Fomentar interacción entre áreas
- Saber escuchar y ver alrededor

#### *Compromisos para con los demás:*

Salir a buscar oportunidades que presenten el desafío de cambiar, crecer. Innovar y mejorar.

- ✓ Tratar cada empleo como una aventura

---

<sup>25</sup> Del libro *El Desafío del liderazgo*

- ✓ Tratar cada asignación como un punto de inicio para el cambio
- ✓ Enviar a la gente de “compras” para encontrar nuevas ideas
- ✓ Asignar personas a las oportunidades
- ✓ Añadir aventura y diversión al trabajo

Experimentar, correr riesgos, y aprender de los errores que se producen.

- ✓ Promover la audacia psicológica y fomentar la decisión de tomar riesgos
- ✓ Fomentar la audacia
- ✓ Reconocer el miedo
- ✓ No descartar ideas extrañas
- ✓ Condecorar a los que corren riesgos
- ✓ Dar el ejemplo aceptando riesgos

### Inspirar una visión compartida

Todos tenemos un sueño, pero debemos lograr que ese sueño se vuelva el sueño de los que trabajan con nosotros; solo de esa forma se logra el sueño.

*Compromisos para con los demás:*

Imaginar un futuro edificante y bello

- ✓ Escribir una breve descripción de la visión

Reunir a otros en torno a una visión común apelando a los valores, intereses, sueños y esperanzas.

- ✓ Buscar un terreno común
- ✓ Dar vida a la visión
- ✓ Hablar en forma positiva y con el corazón
- ✓ Usar metáforas o analogías

### Habilitar a los otros para actuar

El liderazgo está basado en la confianza, así que debemos dar toda la información, las herramientas y el permiso a las personas que están con nosotros para actuar, para que vean que son importantes y acepten tomar riesgos con nosotros.

*Compromisos para con los demás:*

Fomentar la colaboración mediante la promoción de metas cooperativas y la generación de confianza.

- ✓ Siempre hablar en plural
- ✓ Incrementar las interacciones
- ✓ Concentrarse en las ganancias y/o éxitos
- ✓ Fomentar las sociedades de planificación y solución de problemas

Fortalecer a las personas mediante la cesión de poder, la posibilidad de elección, el desarrollo de la competencia, la adjudicación de tareas críticas y el ofrecimiento de apoyo.

- ✓ Asegurarse de que las tareas delegadas son importantes
- ✓ Educar y desarrollar a los colaboradores
- ✓ Organizar reuniones informales
- ✓ Convertir en héroes a todos

### Servir de modelo

Los líderes deben ser los primeros en hacer lo que piden que los demás hagan. Con el ejemplo se genera un compromiso para lograr la visión y los objetivos comunes.

#### *Compromisos para con los demás:*

Dar el ejemplo comportándose coherentemente a los valores planteados

- ✓ Escribir un credo de liderazgo y seguirlo
- ✓ Intercambiar puestos
- ✓ Usar historias de momentos instructivos

Obtener y celebrar pequeños triunfos que lleven al gran sueño.

- ✓ Solicitar voluntarios para las tareas difíciles
- ✓ Hablar sobre beneficios
- ✓ Invitar el desayuno o la comida

### Dar aliento al corazón.

Hay que felicitar y premiar los logros. Eso fomenta el compromiso con la causa y genera mejores resultados.

#### *Compromisos para con los demás:*

Reconocer las contribuciones individuales al logro de un proyecto

- ✓ Ser creativos con las recompensas y darlas en forma personal
- ✓ Hacer públicos los reconocimientos
- ✓ Crear pigmaleones (tener en alto concepto a una persona para que se

comporte como tal)

Celebrar los logros de equipo de forma regular.

- ✓ Divertirse
- ✓ Permanecer en el amor

Las personas tienden a seguir voluntariamente a personas honestas, progresistas, inspiradoras y competentes.

Por personas honestas se entiende que son las personas que merecen confianza; tienen coherencia entre sus actitudes y sus valores.

Una persona progresista es aquella que tiene visión, sabe lo que quiere y a dónde quiere llegar.

Ser inspirador es tener la capacidad de compartir la visión con los demás, ser entusiasta y positivo. Es la persona que sirve de ejemplo en un momento de crisis.

La persona competente es la que sabe lo que hace. Las personas siguen a quién si conoce de lo que habla, pues genera el sentimiento de que existirá un objetivo y se puede lograr.

Se puede resumir el liderazgo como *El arte de movilizar a otros para que deseen luchar en pos de aspiraciones comunes*<sup>26</sup>.

## **6.5 Manejar una negociación a nuestro favor**

Necesitamos ayuda para lograr nuestros objetivos, eso es indiscutible, pero la persona que nos puede brindar la ayuda, también tiene sus propios intereses, y solamente nos ayudará en la medida que le convenga a él, o en el peor de los casos, no le afecte.

Como queremos obtener toda la ayuda posible, se presenta una situación de negociación, donde ambas partes quieren obtener lo más por lo menos, y resulta conveniente conocer ciertas tácticas<sup>27</sup> para ser nosotros quienes obtengamos los beneficios en dicha negociación.

*1.- Jamás demostrar que necesita algo.*

Al hacer esto, evitamos que las otras personas tomen el control de la situación porque saben que nosotros necesitamos algo. Simplemente escuchamos lo que

---

<sup>26</sup> Del Libro *El Desafío del Liderazgo*

<sup>27</sup> Del libro *De entrada diga NO*

se ofrece, y en nuestro turno, planteamos nuestro punto, sin demostrar que necesitamos algo.

*2.- Decir, invitar a decir y escuchar “No” siempre es bueno*

Decir “no” es una decisión concreta. Dentro de una negociación es un derecho de veto.

Invitar a decir “no” permite al adversario decidir de una manera más racional.

Escuchar “no” no es un rechazo personal, es una manifestación de franqueza y honestidad que fomenta la confianza en un ambiente de adultos.

*3.- Hacer preguntas que revelen las intenciones de la contraparte.*

Siempre debemos ir a una negociación con la idea de que vamos a ver el mundo con los ojos de la otra parte, para saber que ofrecer, como ofrecer y que esperar a cambio. Para lograr esta visión, lo único que debemos hacer es preguntar, pero preguntar inteligentemente, para que nos diga lo que piensa pero no sienta que lo estamos interrogando.

*4.- No ir con expectativas, ni suponer nada.*

Los sentimientos (negativos y positivos), así como las suposiciones, lo único que hacen es cerrarnos a la información que de verdad existe, al distorsionar la verdad con nuestros sentimientos de que tal o cual cosa suceda o puede pasar. Lo mejor es ir con la mente en blanco, para centrarnos en lo que vemos y escuchamos y obtener un mejor resultado en la negociación.

*5.-Buscar la verdadera necesidad o motivación para la negociación.*

Cuando se entra a una negociación, siempre hay un motivo para proponer la solución inicial, y la clave es entender el porqué de esa acción, para poder trabajar con ella, o en su caso, desecharla y conseguir algo más ventajoso para nosotros. Las personas siempre tienen una necesidad cuando entran en una negociación, no es necesario crearla. Lo que se debe hacer es hacer evidente esa necesidad o una más apremiante (pues muchas veces no se sabe que existe una realmente importante), y trabajar sobre esa necesidad.

*6.-El tiempo se usa para obtener información.*

El tiempo en una negociación y la energía empleada en ella también son valiosos, así que no debemos permitir perderlo en situaciones donde “solo es probable”, o “solo es informativa”. Siempre se debe ir a una negociación con la idea de obtener “algo” por el tiempo invertido.

La principal acción en una negociación es obtener información, y, aun con tiempo limitado (una cita de X minutos), debemos centrarnos en lo que tiene la otra parte para ofrecer, jamás para mostrar nuestras fortalezas o nuestro producto.

*7.-Siempre tratar con quien toma las decisiones.*

Las personas que toman las decisiones son las que deben tener nuestra atención. Por naturaleza humana, las personas de bajo nivel en la cadena de mando suponen un obstáculo cuando tratamos de hablar con alguien de arriba, pero la mejor manera de sortear a estas personas es tratarlas con respeto, pues lo único que piden es un poco de atención, reconocimiento y valor a su trabajo.

Si no puede hablar con la parte de arriba en la cadena, pida consejo al mando medio, para poder lograr simpatía y al final, lograr la negociación.

Claramente hay muchas técnicas más, unas más efectivas que otras. Lo importante es plantear el ejemplo para saber comportarnos en una negociación. Vamos a cometer errores, pero lo importante es aprender de ellos, e ir mejorando conforme ganamos experiencia.

**6.6 Protocolo de vestuario ejecutivo**

Todos nos hemos encontrado con personas bien vestidas y mal vestidas. Probablemente nos hemos dejado llevar por las apariencias y le hemos concedido mayor importancia a una persona de traje que a una persona en jeans y camiseta. Después nos damos cuenta que probablemente la segunda persona es más competente que la primera, pero en lo que eso pasaba, la primera persona obtenía más atención que la que merecía.

No digo que todo el que usa traje es un charlatán, pero pongo en evidencia que las personas tendemos a juzgar muy rápido por las apariencias, así que para conseguir ayuda y aliados, debemos parecer una persona confiable (y ser una persona confiable, obviamente).

Tanto para hombres como para mujeres, existen ciertas reglas para vestir.

**Mujeres**

Cabello

- ✓ El corte de cabello debe ser acorde a la edad de la mujer y su tipo de cara.
- ✓ Si se elige teñir el cabello, entonces se debe cuidar las raíces, para mantenerlas siempre a tono con el resto del cabello.
- ✓ El tinte debe estar acorde al color natural del cabello, no simplemente seguir la tendencia.
- ✓ Dependiendo de la imagen que se desea proyectar es el tipo de teñido y de cabello: un color uniforme de color proyecta autoridad, así como un cabello lacio, mientras que las luces o el cabello rizado proyectan más accesibilidad y confianza.

- ✓ Si el cabello es largo y se recoge, el accesorio debe ser formal, no lo primero en el tocador.
- ✓ El largo apropiado para traer suelto el cabello es unos centímetros debajo de los hombros.
- ✓ Si se es de baja estatura, lo ideal es traer el cabello corto; el largo hace perder estatura y liderazgo.

### Maquillaje

- ✓ Mucho maquillaje o ninguno es malo.
- ✓ La base del maquillaje debe ser del tono natural de la piel.
- ✓ Hay que difuminar el terminado.

### Accesorios

- ✓ Jamás usar más de tres accesorios (incluidos cabello, cara, cuello y manos).
- ✓ Los aretes son importantes, así que deben ser escogidos con sobriedad, de acuerdo a la forma de la cara y la estatura.
- ✓ Los accesorios de tonos plateados van bien con pieles morenas y cabellos negros, los dorados, por otro lado, combinan con pieles blancas y cabellos rubios.
- ✓ La bolsa debe ser de piel y en tonos lisos y neutros (negro, beige, miel o café oscuro); debe ser del largo adecuado a la estatura y puede ser diferente al tono de los zapatos siempre que sea igual a uno de la ropa, o diferente si no hay más de dos colores en la ropa.

### Zapatos

- ✓ Los zapatos cerrados y de tacón proyectan autoridad; los abiertos en la punta muestran flexibilidad.
- ✓ Entre más se note el pie en el zapato, más autoridad se pierde. Mostrar mucho el pie tiene un efecto más seductor que ejecutivo.
- ✓ Si el zapato es semi-abierto, los pies deben estar perfectamente cuidados.
- ✓ Al usar pantalón se debe ver mínimo 1/3 del tacón.
- ✓ Las botas y botines solo se deben usar con pantalón y en épocas de frío.
- ✓ Los zapatos de piso no son apropiados para un estilo ejecutivo; son usados para un estilo más casual.

### Ropa

- ✓ Los vestidos y faldas dan un toque femenino a la imagen.
- ✓ El largo apropiado de las faldas y vestidos es a la altura de la rodilla.
- ✓ Nunca se usa el *animal print*.
- ✓ El corte de la ropa debe marcar la cintura.

### Manos

- ✓ Las uñas deben estar cortas y esmaltadas.
- ✓ Los tonos de esmalte deben ser neutros o sobrios. Jamás muy llamativos o fluorescentes.

### **Hombres**

#### Cabello

- ✓ Elegir el corte de cabello de acuerdo al tipo de cara, edad, y tipo de trabajo.
- ✓ Recortar el cabello cada 3 semanas
- ✓ Si se decide usar barba, hay que procurar que se vea cuidada.

#### Accesorios

- ✓ Siempre usar loción. Al menos tener 3 diferentes en el tocador
- ✓ Los accesorios deben ser usados de acuerdo a la estatura
- ✓ El reloj debe estar combinado con la vestimenta (formal, casual, sport, etc)
- ✓ La pluma debe ser ejecutiva de alta calidad
- ✓ El pañuelo es símbolo de autoridad y estilo
- ✓ Se usa un portafolio o *messenger bag* en lugar de mochila

#### Zapatos

- ✓ Siempre deben estar lustrados y en buen estado
- ✓ Si se usan zapatos de piel, se debe usar un juego de hormas de madera
- ✓ Se debe usar zapato de agujeta con un traje y corbata

#### Manos

- ✓ Las manos deben estar limpias y las uñas recortadas

#### Ropa

- ✓ Es muy importante usar la talla correcta
- ✓ La ropa no puede estar rota, vieja o sucia
- ✓ El cuello de la camisa debe ser acorde al tipo de complexión
- ✓ El nudo de la corbata debe estar bien hecho
- ✓ Al usar camisa formal se debe usar una camiseta de algodón
- ✓ Jamás usar ropa con la marca a la vista
- ✓ Al usar corbata, la camisa no puede ser más oscura que el traje
- ✓ Las camisas con cuello de botones no llevan corbata



- ✓ Los pantalones no llevan pinzas
- ✓ El traje cruzado se usa solamente cuando se es alto
- ✓ Al usar suéter, buscar el cuello de acuerdo al tipo de cara

## **6.7 Empresa sustentable y Socialmente Responsable**

Gracias a la concientización sobre el calentamiento global y el cuidado de los recursos naturales, muchas personas buscan cuidar el medio ambiente, y las empresas que se preocupan por ello son mucho mejor vistas ante los ojos del cliente y aliados.

En 1994, durante el Simposium de Oslo sobre Consumo Sustentable, se definió a la producción de empresas sustentables en México y el mundo como "el uso de servicios y productos, que responden a las necesidades básicas, mejoran la calidad de vida, y a la vez, minimizan el uso de recursos naturales y materiales tóxicos, así como las emisiones de desechos y contaminantes durante el ciclo de vida del servicio o producto, sin poner en riesgo las necesidades de las generaciones futuras".

Esto es, una empresa sustentable es aquella que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas, protegiendo a su vez el medio ambiente.

Por tal motivo, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) creó la certificación como Industria Limpia, la cual normatiza y acredita que una empresa trabaja con el objetivo de proteger al medio ambiente; se certifica que la empresa mejora el uso de los recursos no renovables y la energía.

Las empresas que se certifican como Industrias Limpias tienen ciertos beneficios, como por ejemplo:

- Permite lograr importantes ahorros a través de la minimización de la generación de todo tipo de residuos, especialmente los peligrosos. Se ahorra en costos de disposición y se disminuyen los riesgos de salud y laborales. Un porcentaje importante de los recursos invertidos en mejora ambiental son deducibles de impuestos.
- Reducción de la tasa en las primas del IMSS y otros seguros.
- Se mejora la imagen de la empresa, ante los consumidores de sus productos y hacia el público en general. Proyección en el mercado de exportación. Se mejoran los productos al mejorar las condiciones generales de la empresa.
- Ahorro por concepto de menores cuotas por tratamiento de agua y menores consumos de energía.

De manera parecida, la Empresa Socialmente Responsable (ESR) es aquella que tiene una contribución activa y voluntaria para mejorar el entorno social, económico y ambiental, con el objetivo de optimizar su situación competitiva y su valor añadido. También se les reconoce como empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE), o Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La Responsabilidad Social implica un conjunto de prácticas, de estrategias y de sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Por ello, como punto de partida, las empresas con RSE suelen poner énfasis en la legislación laboral y en las normas relacionadas con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.

En resumen, la ESR debe estar orientada a mejorar<sup>28</sup>:

- La calidad de vida laboral,
- El medio ambiente,
- La comunidad donde está instalada la empresa,
- El marketing para desarrollar una comercialización responsable
- La ética empresarial.

## Capítulo 7 Métodos del Canvas (lienzo) para el Desarrollo Empresarial y Personal

El Canvas You es una herramienta de Desarrollo Personal, que nos permite plasmar en una hoja todo lo que somos y cómo podemos ayudar al mundo.

Para entender mejor el Canvas You, necesitamos saber de dónde nace, por lo que presenté los tres métodos antecedentes del lienzo para el Desarrollo Personal.

### **7.1 Modelo Canvas**

Alexander Osterwalder es un prestigioso autor, conferencista, director de formación y asesor en todo lo relacionado con el diseño del modelo de negocio y la innovación.

Osterwalder se ha establecido como líder mundial en este ámbito, sobre la base de una metodología sistemática y práctica para lograr la innovación del modelo de negocio. Ejecutivos y empresarios de todo el mundo han contado ya con el enfoque de Osterwalders para fortalecer su estrategia y lograr una ventaja competitiva a través de la innovación del modelo de negocio.

Entre las organizaciones que han contado con las ideas de Osterwalder se cuentan multinacionales de la importancia de 3M, Ericsson, IBM, Telenor, Capgemini, Deloitte, Logica, Obras Públicas y Servicios Gubernamentales de Canadá, y muchos más.

“Un modelo de negocio fundamentado en la innovación se basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor”.

Junto con Yves Pigneur es autor del best-seller Business Model Generation. Además, ha participado en conferencias y talleres en Universidades como Stanford, Berkeley y HEC (Lausanne), donde obtuvo su doctorado. También es fundador de The Constellation, una organización sin ánimo de lucro con el objetivo de acabar con el SIDA y la malaria.

El Canvas es un tipo de modelo de negocio que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. El proceso del diseño del modelo de negocios es parte de la estrategia de negocios, por lo que es de vital importancia estructurar este tipo de recursos para conocer a profundidad cómo opera una empresa y conocer las fortalezas y debilidades de la misma.

Este modelo, busca realizar un diagrama conformado por 9 bloques de construcción, para conocer la intención que la organización, a la cual le sea aplicado el modelo, revise las diferentes formas de ser rentables en su industria.

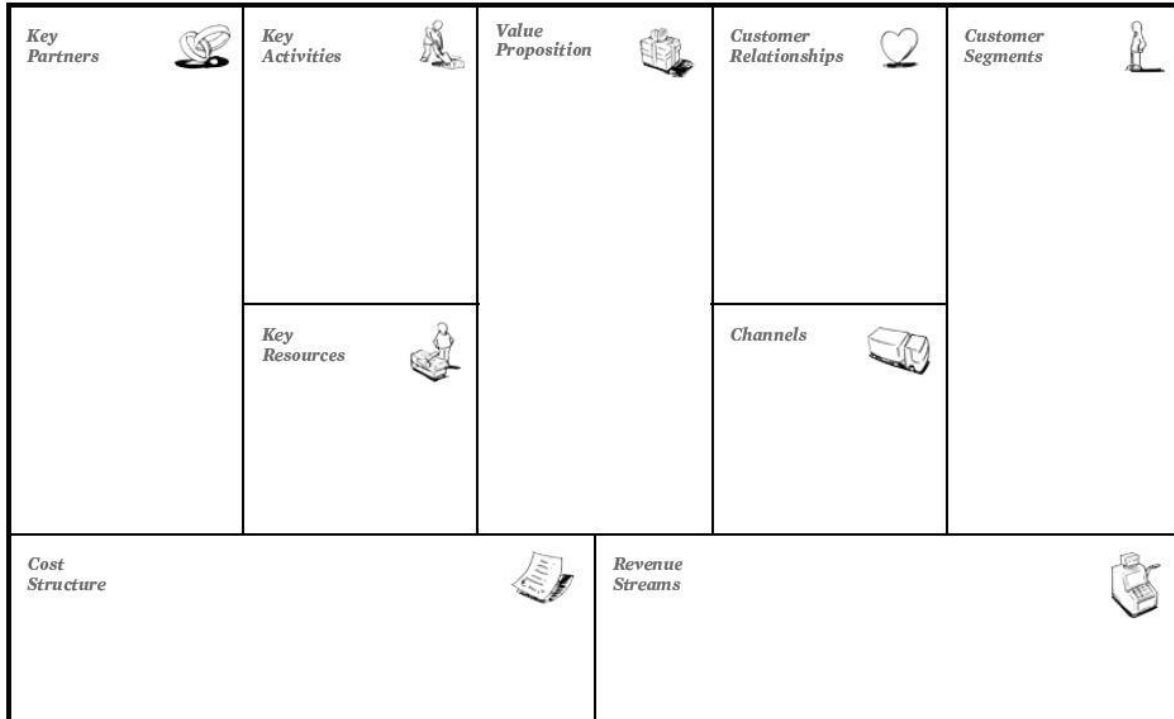


Figura 7.1 Modelo de Negocios Canvas de Alexander Osterwalder

Al igual que el Canvas You, el Modelo de negocios Canvas podemos analizarlo en base a las 4 estructuras principales:

### Qué y para qué

#### Propuesta de valor (Value Proposition)

El objetivo definir el valor creado el segmento de clientes que deseamos, describiendo los productos y servicios que se ofrecen. Para cada propuesta de valor, hay que añadir el producto o servicio más importante y el nivel de servicio. Estas primeras dos partes son el núcleo del modelo de negocio.

Algunas de las propuestas de valor son éstas:

- ✓ Innovación
- ✓ Funcionamiento
- ✓ Personalización

- ✓ "Conseguir el trabajo hecho"
- ✓ Diseño
- ✓ Marca / estado
- ✓ Precio
- ✓ Reducción de costos
- ✓ Reducción del riesgo
- ✓ Accesibilidad
- ✓ Conveniencia

## **A quién**

### Clientes (Customer segments)

El objetivo es agrupar a los clientes con características similares en segmentos definidos y describir sus necesidades, información geográfica y demográfica, gustos, alguna estadística y crecimiento potencial de cada grupo.

Podemos segmentar el mercado de la siguiente manera:

- ✓ Mercado de masas
- ✓ Nicho de mercado
- ✓ Segmentación
- ✓ Diversificación

### Caminos para llegar al cliente (Channels)

Los caminos para llegar al cliente tienen 5 funciones principales

- Dar información sobre el producto o servicio
- Ayudar a clientes potenciales a evaluar los productos o servicios
- Permitir a los clientes comprar
- Entregar a los clientes
- Garantizar servicio post venta

Los canales típicos son:

- En persona
- Por teléfono
- Entrega física
- Internet (blog, correo electrónico, redes sociales)
- Medios tradicionales (radio, televisión, periódico)

### Relaciones con los clientes (Customer relationships)

La relación con los clientes es muy importante. Es como tratamos a los clientes, como conseguimos nuevos, etc.

Podemos decir que la relación con el cliente, de primera instancia, es personal o no personal. Personal, quiere decir que va a existir una interacción entre el proveedor del servicio y el cliente, usando algún canal anteriormente mencionado.

Si es no personal, entonces el cliente puede recibir un servicio automatizado, de autoservicio, de suscripción (como revistas o periódicos), o alguno parecido.

De esta relación viene la pregunta, ¿se quiere acceder a más clientes potenciales para obtener mayores ingresos? o bien ¿la relación es para mantener a los clientes actuales?

Dependiendo la respuesta es el modelo de relación que se puede usar, aunque la innovación nunca se prohíbe.

## **Cómo**

### Recursos clave (Key Resources)

Son los recursos que necesitamos para ofrecer nuestro producto o servicio.

- Recursos humanos: Son las personas que tienen el conocimiento para realizar el producto o servicio (una farmacéutica, químicos; un hospital, doctores generales y especialistas)
- Recursos físicos: Son aquellos recursos tangibles, que en contabilidad entrarían como *activos* (edificios, autos, maquinaria, etc.)
- Recursos intelectuales: Son también activos, pero intangibles, tales como marcas, patentes, sistemas, métodos de operación, etc.
- Recursos financieros: Incluyen efectivo, línea de crédito, inversiones, garantías, etc.

### Actividades clave (Key activities)

Son diferentes a lo que nos da valor agregado. Son las actividades que necesitamos realizar para que nuestra propuesta de valor sea posible.

En estas actividades están incluidas: producción, venta, y otras actividades que no van directamente en producción y/o venta, pero sí son necesarias, como reclutamiento de personal, capacitación, etc.

### Alianzas clave (Key partners)

Como las personas no somos “multi-tareas” (o no tanto como se desearía), se necesita de otras personas para ayudarnos en aquello que, si bien es importante, o nos distrae de nuestro objetivo principal (el producto o servicio a vender), o no somos expertos en el tema (personal de soporte técnico, mantenimiento, etc.)

Otro tipo de alianzas clave pueden ser un servicio de banquetes, con un servicio de floristas y el servicio de entretenimiento musical. Se pueden compartir la lista de clientes o bien, ofrecer un paquete que incluya los 3 servicios, y todos ganan.

## **Dinero**

### Costos (Cost Structure)

En estos costos están incluidos los directos (por materia prima, pago de nómina, impuestos, etc) y los indirectos (mantenimiento, gastos administrativos, publicidad, etc).

### Ingresos (Revenue Streams)

Este paso tiene como objetivo identificar que aportación monetaria hace nuestro segmento de mercado, y además de donde vienen las entradas de dinero (ventas, comisiones, licencias, etc.). Así se puede tener una visión global de cuáles grupos son más rentables y cuáles no.

Algunas entradas de dinero pueden ser:

- ✓ Venta de activos
- ✓ Manejo de tarifa
- ✓ Suscripciones
- ✓ Préstamos, alquiler, arrendamiento financiero
- ✓ Licencias
- ✓ Honorarios
- ✓ Publicidad

Antes de pensar en opciones de pago y ese tipo de cosas, lo primero es valorar monetariamente nuestro producto o servicio, y después, investigar en el mercado cuanto están dispuestos los clientes a pagar por el servicio o producto.

Una vez hecho esto, debemos pensar que vamos a cobrar y como lo vamos a cobrar.

Podemos cobrar una sola vez (una compra normal), o podemos cobrar por un servicio continuo (mantenimiento, suscripción, soporte técnico, etc).

La forma de cobro debe ser tal que se adapte a los requerimientos de los clientes (efectivo, tarjeta, cobro domiciliado, etc).

Como podemos observar, el funcionamiento del Canvas es bastante sencillo. Simplemente es dibujar el cuadro en un espacio grande (papel bond, pizarrón blanco, pared, etc.), y cada estructura llenarla con un *post-stick*. Esto hace del modelo un modelo flexible, permitiendo cambiar nuestra visión y forma de trabajo (en conceptualización) tan rápido como lo demande el mercado.

## **7.2 Modelo Lean Canvas**

El Modelo Canvas es una poderosa herramienta para una empresa consolidada (no importa el tamaño de ésta), pero para una empresa que va empezando (mayormente las *startup*, empresas de giro tecnológico) tiene algunas estructuras que solamente son idealizadas, pues aún no tenemos contacto real con el mercado.

Para solucionar este inconveniente, Ash Maurya creó el *Lean Canvas*, que, al igual que el Canvas de Negocios, en una hoja presenta toda la esencia de la empresa, cubriendo los bloques hipotéticos con todas las ventajas que ofrece el producto y/o servicio a ofrecer.

Ash Maurya es autor de uno de los libros más importantes para emprendedores de los últimos años: *Running Lean*.

Nacido en Texas, fundó spark59, la cual ayuda a emprendedores a tener éxito.

Ha creado varias start-ups, entre las que se incluyen éxitos como WiredReach. A través de sus talleres de 'Running Lean', ha trabajado muy de cerca con emprendedores para ayudarles a probar y redefinir su visión. Ash realiza labores de mentor para 'aceleradoras de start-ups' alrededor del mundo, como TechStars, Mozilla Foundation, Year One Labs, MaRS o Capital Factory".

El Método Lean Canvas tiene la siguiente estructura:



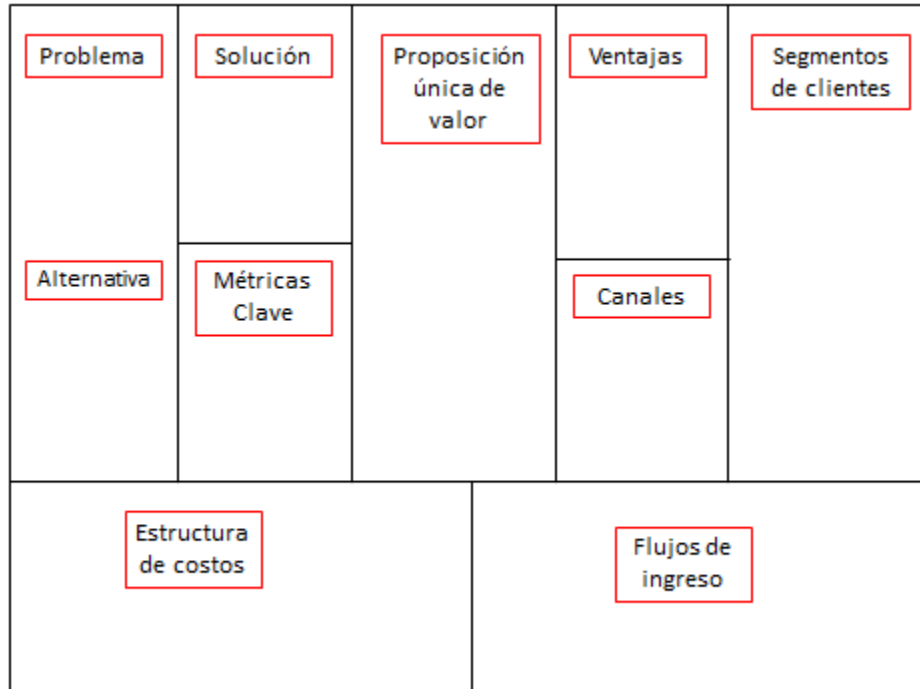


Figura 7.2 Modelo Lean Canvas de Ash Maurya

### Proposición única de Valor

Deja de forma clara, simple, sencilla y en una frase qué hace especial al producto y/o servicio y cómo va a ayudar a nuestros clientes a resolver su problema.

### Segmentos de clientes

La primera diferencia con el modelo anterior. En vez de ir a las masas, debemos buscar a los clientes *visionarios*, esos que siempre buscan algo nuevo y diferente. Esto es de vital importancia, ya que dirigirnos al mercado de masas con usuarios maduros suele ser una mala idea para una start-up, al menos de entrada.

Los visionarios son los primeros en probar el producto/servicio, pero también debemos describir a los clientes que vamos a ayudar una vez que ya estemos posicionados en el mercado.

### Problema

En este recuadro describimos el problema a solucionar, y planteamos que alternativas existen a nuestro producto/servicio como solución al problema. Esta es una forma práctica de identificar a la competencia (real o potencial).

### **Solución**

Aquí describimos como nuestro producto/servicio va a ayudar a resolver el(los) problemas planteados en el recuadro anterior.

### **Ventaja diferencial**

Es eso que nos hace diferente al resto. Va muy ligado a la propuesta de valor, pero mientras en la propuesta de valor definimos que problema solucionamos o que ventaja damos al cliente que nos compra, aquí explicamos que es lo que nos hace diferentes a la competencia. Que tenemos que ellos no.

### **Canales**

Este recuadro es igual al modelo Canvas. Es describir cómo vamos a hacer llegar nuestro producto y/o servicio al mercado.

### **Estructura de costos**

Como en el Canvas de negocios, aquí planteamos los costos generados por desarrollar el producto o servicio.

### **Flujos de ingreso**

Planteamos de donde va a venir el dinero (ventas, servicios, etc).

### **Métricas clave**

Planteamos como vamos a medir las actividades que realizamos. Es importante medir lo que hacemos, pues necesitamos un número para comparar con lo esperado, y así analizar si estamos haciendo bien las cosas, o si podemos mejorar.

Igualmente que el modelo Canvas de Osterwalder, el Lean Canvas se llena en un espacio grande y con *post-sticks*.

## **7.3 Modelo Canvas D'Charles**

Adaptado por el Ing. Carlos Sánchez Mejía, éste modelo es ecléctico, ya que incorpora elementos de otros métodos como son la Presentación PITCH, el Pivoteo con clientes, el Producto Viable Mínimo, la tecnología de Lean Startup de Eric Ries, los lienzos (Canvas), utilizados por Alexander Osterwalder y Ash

Maurya, y combina algunos elementos del plan de negocios, así como la experiencia de su autor, de donde él viene el nombre del método Canvas D'Charles.

Es un método sencillo, rápido que permite tomar decisiones sobre continuar, cambiar o eliminar el proyecto, en 15 días de estar pivotando con los clientes.

Es el método más recomendable para empresas nuevas por su facilidad de realización, corto tiempo de elaboración, economía y también puede usarse para empresa que ya están en operación para su mejora.

Permite equivocarse y aprender del error, por lo que se convierte en algo lúdico y divertido al pivotar (pelotear) con los clientes.

Al igual que los dos métodos anteriores, tiene cuatro estructuras básicas, de las que se desglosan todos los bloques.



Figura 7.3 Estructura del Canvas D'Charles

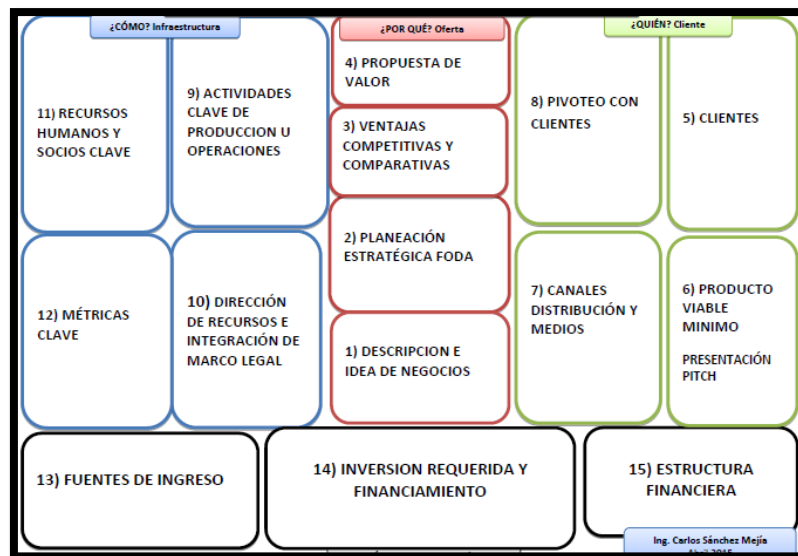


Figura 7.4 Canvas D'Charles

## ¿Por qué?

### 1) Descripción e idea de negocio

Describe el producto o servicio (características, funcionalidad, etc.). También define cuál va a ser la estrategia de venta (por su innovación, creatividad o inventiva).

### 2) Planeación estratégica

Describe la misión, visión y valores de la empresa. También marca metas, objetivos y fechas para su realización. Incluye el FODA de la empresa (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

### 3) Ventajas

Son las ventajas competitivas (Mejor servicio, calidad, productividad, competitividad, etc.) y las comparativas (color, tamaño, exclusividad, forma, etc.)

### 4) Propuesta de valor

Describimos el porque nos van a comprar. Que es lo que ofrecemos, que nos hace diferentes.

## ¿Quién?

### 5) Clientes

Describimos para quién estamos trabajando, cómo nos vamos a comunicar con ellos (personal o impersonalmente), etc.

### 6) Producto Viable Mínimo (PVM). Presentación PITCH

El producto viable mínimo es un producto que no cuesta mucho, pero permite dar una idea de nuestro producto. Este PVM puede ser una maqueta, un video o folleto, una app, etc. La idea es mostrar lo que ofrecemos.

La presentación PITCH es un discurso de no más de cinco minutos, en donde describimos la empresa, que problema va a solucionar nuestro producto, como lo soluciona, que es lo que nos hace diferentes, un modelo de negocios (dinero y para que lo usamos), y enviamos una solicitud (de dinero, realimentación, número telefónico, contactos, etc).

### 7) Canales de distribución y medios

Definimos como vamos a llegar a los clientes (redes sociales, publicidad en TV, etc). También definimos nuestra imagen y eslogan (imagen corporativa).

#### 8) Pivoteo con clientes

Probamos nuestro producto con clientes *visionarios* (recordando el método Lean Canvas), y escuchamos los comentarios, que permiten que sigamos con nuestra estrategia o cambiar para lograr lo que el cliente quiere y desea.

#### ¿Cómo?

#### 9) Actividades clave

Definimos como operarán nuestras compras, ventas, producción (u operaciones), y las finanzas.

También planteamos nuestra distribución de planta, realizamos un mapeo de proceso, y determinamos nuestra logística de almacenamiento.

#### 10) Dirección de Recursos e Integración y Marco Legal

Mencionamos los elementos que se necesitan para operar (Humanos, Materiales, Energía, Información y Económicos).

También contemplamos el marco legal de la empresa (permisos, impuestos, responsabilidad social, etc.)

#### 11) Recursos Humanos y Socios Clave

Aquí describimos quiénes nos ayudan a lograr los objetivos (fuera de la empresa) y quiénes colaboran con nosotros (dentro de la empresa), además de describir cómo nos ayudan.

#### 12) Métricas clave

Como en el caso anterior (Lean Canvas), necesitamos ciertos indicadores y mediciones para decidir si se tiene que hacer algún cambio para mejorar, o vamos por buen camino.

Las métricas pueden ser número de ventas, partes producidas, ahorros por semestre, etc. Cualquier cosa que nos diga con números cómo va la empresa.

#### ¿Cuánto?

#### 13) Fuentes de ingreso

Explicamos de donde va a venir nuestro dinero: ventas, servicios post-ventas, suscripciones, etc. Aquí debemos mencionar las formas de pago, para que nuestros clientes tengan opciones.

También determinamos los precios de venta (basados en nuestros costos y el precio de mercado).

14) Inversión requerida y financiamiento

Explicamos cuánto necesitamos para empezar y de donde pensamos obtenerlo (Préstamos bancarios, inversionistas, capital propio, etc.)

15) Estructura Financiera

Es un balance general inicial, donde ponemos gastos, costos, ventas, y la diferencia es la utilidad. También contemplamos indicadores financieros como la TIR, VPN, etc.

Una forma simple de llenar este cuadro es en lo que se conoce por su autor como “Finanzas de servilleta”. El sistema consiste en poder hacer un Estado de Resultados tan simple como si lo hiciéramos en una servilleta para explicarlo a alguien más. Si no podemos hacerlo así, entonces no tenemos claros nuestros costos y expectativas de venta.

## Capítulo 8 Canvas You

Como mencioné anteriormente, el Canvas You tiene como antecedente el modelo de negocios Canvas.

El Canvas You parte del Modelo Canvas para empresas, bajo la consideración de que una persona puede ser vista como una empresa, ya que tiene la capacidad para servir, tiene un valor propio, tiene clientes a los que servir, posee relaciones claves con otras personas, y aunque tiene costos servir a los demás, también puede generar ingresos con el o los servicios que ofrece.

### **8.1 Qué debemos saber antes**

Como el Canvas You es una herramienta de introspección para encontrar lo que nos gusta y como aplicarlo para ganar dinero, necesitamos saber ciertos temas para sacar el mayor provecho a esta herramienta.

Previamente toqué estos temas, que son vitales para el autoconocimiento. A modo de poner en contexto el Canvas You, enumeraré los temas necesarios y ya revisados necesarios para los comprender mejor los puntos siguientes. Los temas necesarios son:

- ✓ Autoconocimiento y Desarrollo Personal
- ✓ Autoestima y Asertividad
- ✓ Inteligencia Emocional y Empatía

Lo siguiente en la lista sería conocer la teoría del Canvas You (qué es el Canvas You y como se usa), las preguntas básicas que son la base del Canvas You, , para posteriormente pasar a un ejemplo práctico (en este caso, mi Canvas You).

### **8.2 Canvas You**

Al inicio de este capítulo mencioné que el Canvas You está basado en un lienzo Canvas para empresas, de ahí que revisáramos los diversos lienzos en el capítulo anterior. A continuación, revisaremos que es el Canvas You y que elementos lo componen.

Primeramente, notaremos que el Canvas You también está estructurado en 4 grandes bloques:

## Lienco Canvas



Figura 8.1 Estructuras del Canvas You

De forma más explícita y completa se encuentra el lienzo real:

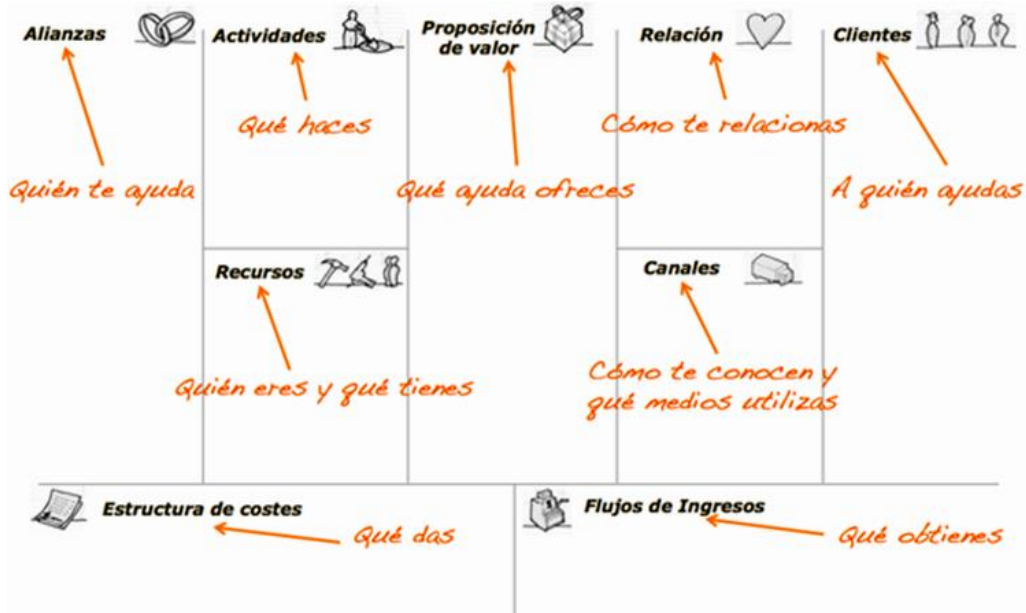


Figura 8.2 Canvas You

A continuación, la explicación de cada uno de los cuadros partiendo de las 4 estructuras importantes



Empecemos por el más importante:

## **Qué y Para qué**

### Propuesta de valor

La forma más resumida de pensar en la propuesta de valor es explicando los beneficios que obtendrían nuestros clientes (sean quién sean), si nos contratan.

Puede ser que reduzcamos el tiempo para realizar un trámite si usan nuestros de asesoría. También podemos ayudarlos evitando problemas de amontonamiento y en la empresa al diseñarles una buena distribución de planta.

Podemos vender la satisfacción de una noche perfecta, en compañía de familiares y amigos al planear la fiesta de sus sueños.

Cualquier beneficio que pueda obtener el cliente al contratarnos, es nuestra propuesta de valor.

## **A quién**

### Clientes

Los clientes son las personas que pueden beneficiarse de nuestros servicios. En este recuadro describimos el tipo de personas que pueden necesitar nuestra ayuda.

### Canales (Caminos para llegar al cliente)

En este recuadro definimos como vamos a darnos nosotros a conocer al mundo (internet, en persona, por anuncios en periódico, etc.); también definimos como trabajamos, es decir, si vamos con el cliente o el cliente viene a nosotros. Todo lo que informe como vamos a conseguir a los clientes va aquí.

### Relaciones con los clientes

Aquí se menciona cuáles son los compromisos que adquirimos con nuestros clientes. Estos pueden ser: responsabilidad, entrega oportuna, compromiso por el trabajo, etc.

## **Cómo**

### Recursos clave

Son los recursos que necesitamos para ofrecer nuestro producto o servicio.

- Recursos humanos: Son las personas que tienen el conocimiento para realizar el producto o servicio (una farmacéutica, químicos; un hospital, doctores generales y especialistas)
- Recursos físicos: Son aquellos recursos tangibles, que en contabilidad entrarían como *activos* (edificios, autos, maquinaria, etc.)
- Recursos intelectuales: Son también activos, pero intangibles, tales como marcas, patentes, sistemas, métodos de operación, etc.
- Recursos financieros: Incluyen efectivo, línea de crédito, inversiones, garantías, etc.

### Actividades clave

Aquí decimos como proporcionamos nuestro valor único. Mencionamos que sabemos hacer. Las actividades claves mencionan que hacemos (planos, asesorías, etc.) y la propuesta de valor informa al cliente que gana cuando nosotros hacemos nuestras actividades claves (menor tiempo en tareas, mejor calidad en productos, etc.)

### Alianzas clave

Como las personas no somos “multi-tareas” (o no tanto como se desearía), se necesita de otras personas para ayudarnos en aquello que, si bien es importante, o nos distrae de nuestro objetivo principal (el producto o servicio a vender), o no somos expertos en el tema (personal de soporte técnico, mantenimiento, etc).

Otro tipo de alianzas clave pueden ser un servicio de banquetes, con un servicio de floristas y el servicio de entretenimiento musical. Se pueden compartir la lista de clientes o bien, ofrecer un paquete que incluya los 3 servicios, y todos ganan.

Son aquellos valiosos contactos que tenemos de otros talentos que nos pueden ayudar a proporcionar nuestro valor agregado.

### **Dinero**

#### Costos

En estos costos están incluidos los impuestos por honorarios, costos por publicidad, el tiempo invertido en el trabajo, desgaste por esfuerzo (valoramos que tan difícil es la tarea y como va a afectarnos), etc. En costos tomamos los monetarios y los no contables, pues ambos influyen en la decisión de hacer algo o no.

## Ingresos

Los ingresos son las ganancias por nuestros servicios, por asesorías o cualquier cosa que nos haga ganar dinero. También van aquí los ingresos no cuantificables, como la satisfacción por hacer lo que nos gusta, o el bienestar por el trabajo bien hecho. Cualquier cosa que consideremos como ganancia al trabajar para el cliente, son ingresos.

Los nueve bloques conforman el Canvas You, herramienta que clarifica como vamos a servir al mundo y que vamos a obtener a cambio.

Una variante a este Canvas es el Canvas You propuesto por el Ing. Carlos Sánchez Mejía, el cual es una adaptación de su Canvas D'Charles, orientado al Desarrollo Personal.

Como podemos observar, tiene unas cuantas variantes.

En la sección de *Clientes*, las 5 P's se refieren a lo siguiente:

- ✓ Producto (en este caso, un servicio)
- ✓ Promoción (como vamos a darnos a conocer, promociones de venta)
- ✓ Plaza (camino al cliente)
- ✓ Precio
- ✓ Políticas de servicio (relación con clientes)

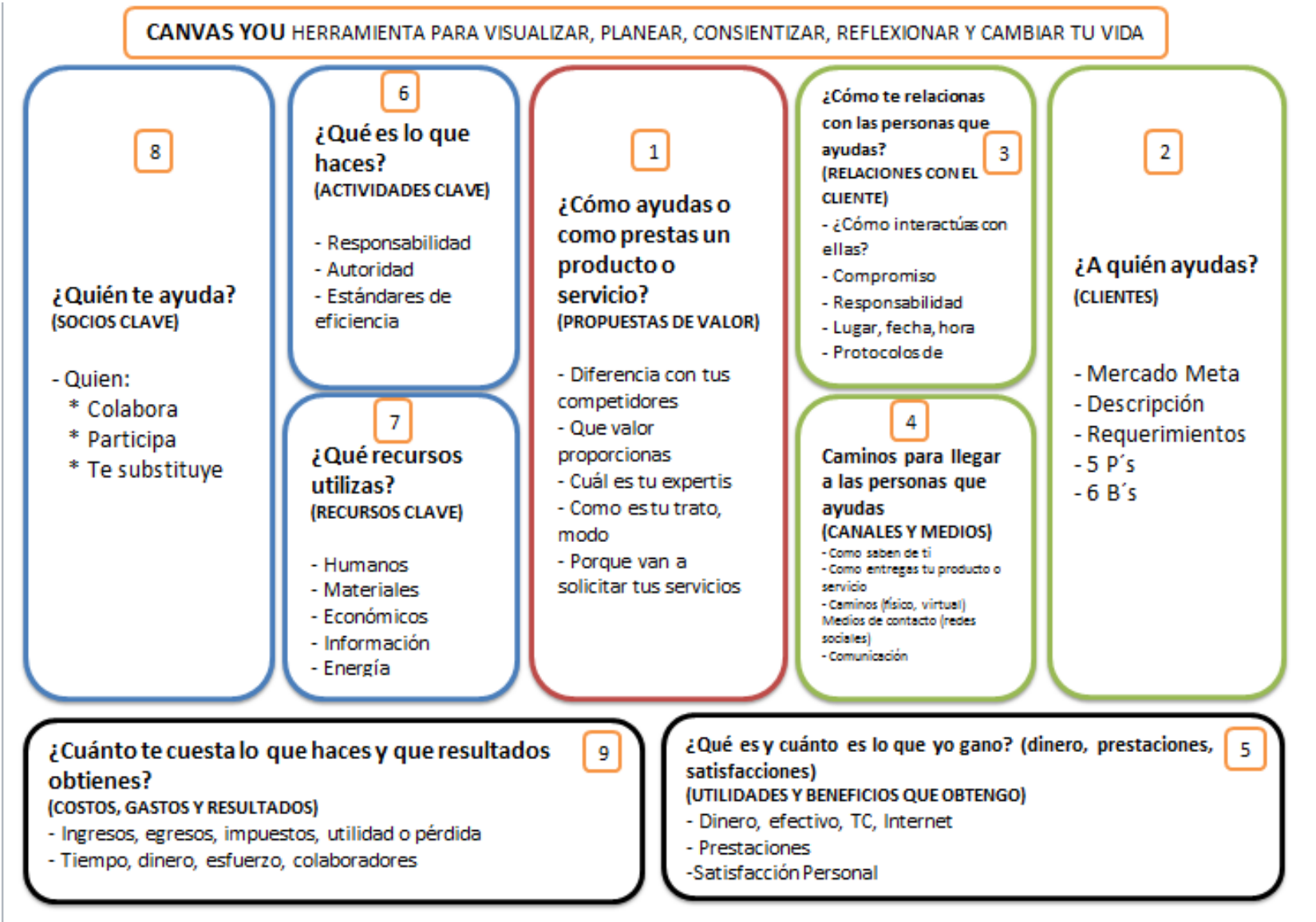
Las 6 B's son:

- ✓ Bueno
- ✓ Bonito
- ✓ Barato
- ✓ Buen modo
- ✓ Bien hecho
- ✓ Bien rápido

Este modelo también considera los costos y beneficios no cuantificables, dividido entre lo que obtengo (ingresos-egresos), y lo que realmente recibo (utilidades, satisfacción personal, etc).

A continuación, el modelo Canvas You del Ing. Sánchez Mejía.

Figura 8.3 Canvas You. Adaptación del Canvas D'Charles



### **8.3 Preguntas básicas de autoconocimiento para el Canvas You**

Para hacer más sencillo el Canvas You, podemos empezar por hacernos dos preguntas fundamentales: ¿Qué me hace disfrutar? y ¿Cuáles son mis propósitos de vida?

Qué me hace disfrutar es poner en la mesa todo aquello que nos hace sentir bien y que tiene un valor agregado en el mercado.

Por ejemplo mi caso:

- ✚ Disfruto ver sonreír a las personas, satisfechas por mí trabajo
- ✚ Disfruto sentir que colaboré en algún proyecto y que logramos resultados
- ✚ Me siento satisfecha al crear cosas nuevas
- ✚ Disfruto cuando escucho y aprendo de los demás; disfruto al ganar información de las personas (aquí menciono mi afición a la lectura).
- ✚ Me siento realizada al solucionar problemas de competitividad, productividad, calidad, de servicio y de métodos de trabajo.
- ✚ Disfruto de la música tranquila y relajante, pues me ayuda a pensar mejor (Menciono de forma productiva mi gusto por la música).

Para la pregunta sobre los propósitos de vida, tenemos que tener claros que es lo que más nos importa en la vida, y que es lo que nos gustaría obtener.

Lo que más nos importa en la vida son los *propósitos esenciales*. Serían como nuestra misión de vida. Los *propósitos complementarios* son aquellos que queremos realizar por gusto o capricho, pero no sentimos que sean parte de nuestra misión.

Veamos mi caso, para darnos una idea:

#### *Propósitos esenciales*

- ✓ Mostrar con el ejemplo como podemos crear un mundo mejor
- ✓ Enseñar a desarrollarse a todos aquellos que alguna vez me brindaron su apoyo y ayuda
- ✓ Entrar en contacto con mi espiritualidad

#### *Propósitos complementarios*

- ✓ Crear una excelente calidad de vida
- ✓ Aprender a dar y recibir amor incondicional
- ✓ Formar una empresa grande y exitosa
- ✓ Mostrar los beneficios del Desarrollo Personal y el Autoconocimiento, enseñando como lograrlos.

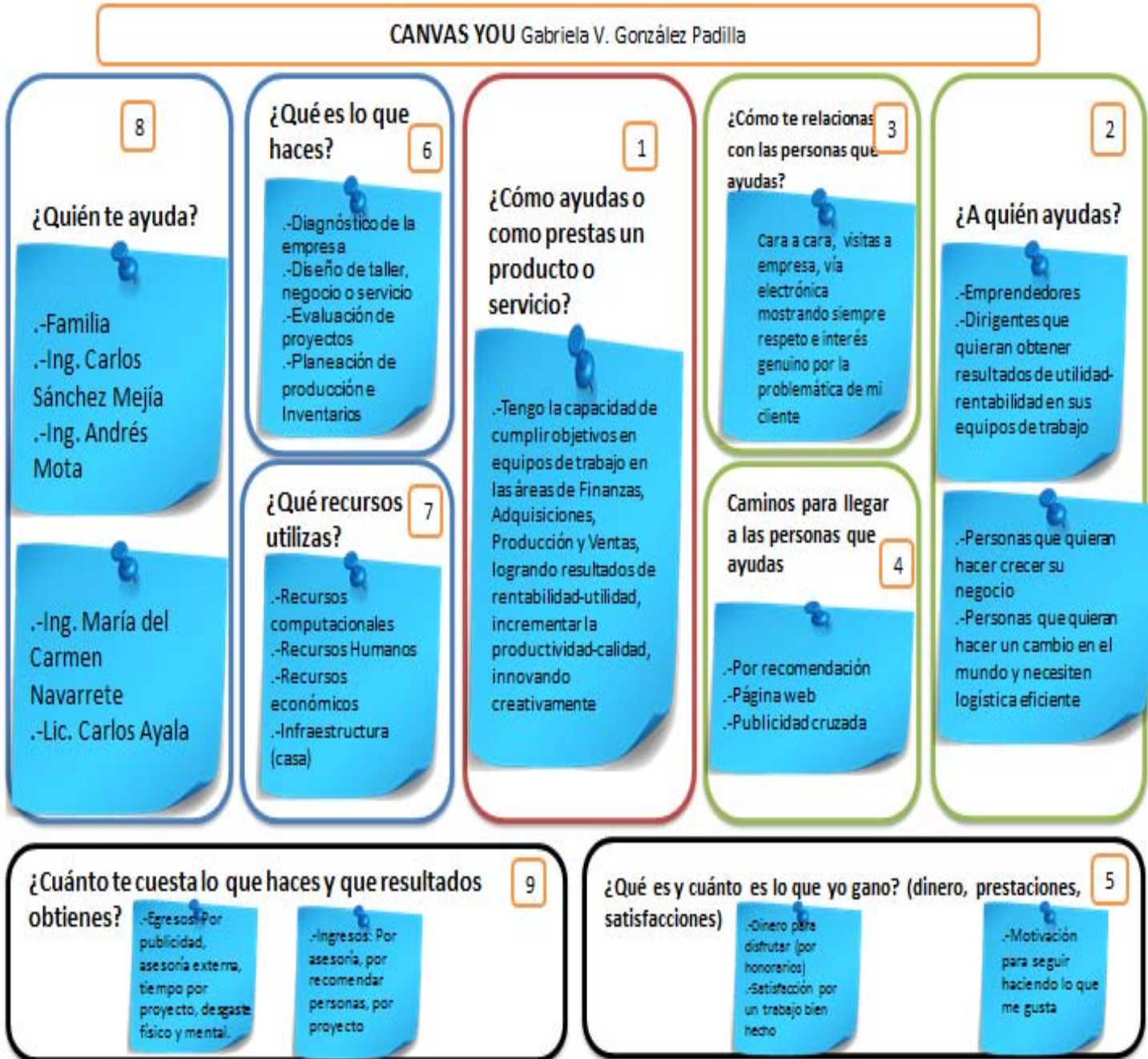


Figura 8.4 Mi Canvas You

**8.4 Mi Canvas You**  
 Para ejemplificar mejor lo que es el Canvas You, presento mi Canvas You, lleno con postitcs, pues se llena igual que el empresarial.



## 8.5 Propuesta de Curso-Taller

A lo largo de este trabajo hemos descubierto que el Desarrollo Personal es una excelente inversión de tiempo y esfuerzo, pues las ganancias de conocernos a nosotros mismos y mejorar nuestra vida son invaluableles.

Como buena Ingeniera, he visto que podemos ayudar a la sociedad enseñando la importancia del Desarrollo Personal, a la vez que podemos generar ingresos. Por esto, propongo un curso de 5 horas, tocando todos los puntos de este documento, terminando con un ejercicio para hacer un Canvas You.

Título: CURSO-TALLER CANVAS YOU PARA EL DESARROLLO PERSONAL
Duración: 5 horas
Fecha: por definir
Profesor: Ing. Carlos Sánchez Mejía
Horario: Sábado de 9:00 a 14:00
Cupo mínimo: 16 personas
Modalidad: Presencial
Campo de conocimiento: Desarrollo Personal

Objetivo:
<b>Al finalizar el curso, el participante será capaz de:</b>
Desarrollar estructuras de autoconocimiento y desarrollo comprendiendo la importancia que tiene la empatía y la comunicación asertiva en su aplicación al mundo laboral y educativo. Se desarrollara la matriz de metas y áreas de desarrollo elaborándose un Canvas personal.
Comprender la utilidad de las relaciones humanas para la toma de decisiones el manejo, solución de problemas y conflictos, considerando principios éticos y buscando aprovechar las oportunidades de cambio.
Comprender la utilidad de las habilidades de pensamiento y tipos de inteligencia para la vida, comprendiendo técnicas para modular el estrés.
Dirigido a:
- Empresarios directivos y funcionarios creativos e innovadores que buscan desarrollarse personalmente y mejorar su calidad de vida.

- Personas que buscan crecer en su empleo actual, o buscan un mejor empleo, que aún no hayan identificado que los hace únicos en el campo laboral.

-Personas que quieren encontrarse a sí mismas y ser productivos a la sociedad.

Requisitos:

Ganas de trabajar, participar, aprender y aplicar prácticamente los conocimientos, habilidades, actitudes y valores aprendidos

Temas considerados:

- 1.- Autoconocimiento y Desarrollo**
- Autoconocimiento y Desarrollo Emocional
  - Matriz de metas y áreas de desarrollo
  - Actitud Mental Positiva
  - Habilidades para la Vida
  - Decálogo del Desarrollo
- 2.- Autoestima y Asertividad**
- Tipos de autoestimas (Ventajas y desventajas)
  - Asertividad
  - Manejo y solución de problemas, conflictos, etc.
- 3.- Inteligencia Emocional y Empatía**
- Inteligencia Emocional y Empatía
  - Como tener amigos y conservarlos
  - Tipos de personalidades
  - Manejo de negociación
- 4.- Teoría Canvas You**
- Método del Lienzo Canvas You
  - Preguntas básicas
- 5.- Realización de Canvas You**

Forma de Evaluación:

- Asistencia
- Dinámicas de clase



Dinámica del curso:
El curso se desarrollara a base de presentaciones del marco teórico en mapas mentales y dinámicas de aplicación de los temas tratados.

### 8.6 Análisis de Costos del Curso-Taller

La propuesta del curso está diseñada para ser impartida a grupos de 50 alumnos, con los siguientes costos pro-forma:

Costos con su porcentaje aplicado al precio:

Concepto	Porcentaje
Gastos por uso de instalaciones.....	25%
Gastos de administración, operación y ventas.....	15%
Publicidad, promoción y diplomas.....	14%
Salario a profesores, coordinadores y ayudantes.....	14%
Utilidades.....	24%
Impuestos.....	8%

Por concepto de pago de salarios:

Persona	salario/hora
Profesor.....	\$700
Coordinador.....	\$200
Ayudante.....	\$200

Con los datos anteriores, obtenemos que por una hora de enseñanza deberemos pagar **\$1,100.00**, por lo que todo el curso tiene un costo de **\$5,500.00**.

Por concepto de publicidad, promoción y diplomas, con una asistencia máxima de 50 alumnos:

Concepto	Precio unitario	Precio total
Diploma (50 unidades).....	\$10	\$500
Póster (100 piezas).....	\$10	\$1000
Flyers (1000 piezas).....	\$2	\$2000
Otros gastos (redes sociales, e-mail, etc.).....	.....	\$2000

Esto nos da un total de **\$5,500.00** por curso

Con los dos datos financieros anteriores, procederemos a sacar los costos totales:

Concepto (equivalente a una hora)	Porcentaje	Costo
Gastos por uso de instalaciones.....	25%	\$1,965
Gastos de administración, operación y ventas.....	15%	\$1,179
Publicidad, promoción y diplomas.....	14%	\$1,100
Salario a profesores, coordinadores y ayudantes.....	14%	\$1,100
Utilidad bruta.....	24%	\$1,886
Impuestos.....	8%	\$629

Esto es un costo total de \$5,973.00 por una hora de curso (incluyendo impuestos), dejando como utilidad neta \$1,257.00

Así que por 5 horas de trabajo se genera un costo de \$29,865.00, dejando una utilidad de \$6,285.00.

Con esto, basándonos en tener a los 50 alumnos, podríamos cobrar \$723.00 por persona.

Cursos que solamente dan uno de los temas del curso propuesto cuestan en promedio \$300.00 por hora (el ITAM cobra \$371.00)<sup>29</sup>. Basado en esto, el precio de venta del Curso-Taller podría ser de \$1,885.00.

Para hacer el curso más accesible, propongo el precio de \$1,290.00, alcanzo el punto de equilibrio con 24 alumnos, así que un curso con cupo completo nos dejaría una utilidad de \$33,540.00.

<sup>29</sup> Curso *Comunicación Asertiva en la Organización*

## Conclusiones y recomendaciones:

El Desarrollo Personal es importante porque nos permite conocernos como personas, dando paso a la aceptación de nosotros mismo y al amor propio, el cuál es la principal herramienta para triunfar; el Desarrollo Personal también nos permite encontrar nuestra *misión de vida*, pues se dice que cuando encontramos una cosa que de verdad nos apasiona y nos llena, hemos encontrado nuestra misión de vida, así que el Desarrollo Personal nos permite buscar y encontrar en nosotros aquello que amamos hacer, y apoyándose del Canvas You, clarificamos la forma de convertir lo que nos gusta en un modo de vida.

Otra cosa que resulta relevante del Desarrollo Personal, es que mientras más nos conocemos y aceptamos, más mejoramos nuestras relaciones sociales.

Al conocernos y saber que si bien somos importantes, también existe más gente a nuestro alrededor (empatía) que merece nuestro respeto y comprensión, logramos que:

- ✓ Nuestra popularidad y poder aumente.
- ✓ Las personas tomen en cuenta nuestra opinión sobre algo importante.
- ✓ Nuestro prestigio e influencia serán mayores.
- ✓ Las personas a nuestro alrededor tendrán más confianza en nosotros (lo que hacemos y decimos).
- ✓ Las relaciones con nuestros clientes serán más exitosas, y con nuestros colaboradores tendremos un mejor ambiente de trabajo.
- ✓ Las discusiones acaloradas serán las mínimas, llegando a acuerdos justos más rápido.
- ✓ Podremos expresar claramente nuestras necesidades y requerimientos.
- ✓ Seremos fuente de motivación para los que nos rodean.

Las ventajas personales que se tienen al empezar el Desarrollo Personal son:

- ✓ Profundizamos en nuestro autoconocimiento
- ✓ Nos aceptamos tal como somos
- ✓ Encontramos y explotamos nuestras Fortalezas y Oportunidades, además de identificar nuestras Debilidades y Amenazas
- ✓ Determinamos cuál es nuestra propuesta de valor ante el mundo
- ✓ Identificamos a nuestros clientes, y definimos como podemos llegar a ellos
- ✓ Sabemos cómo debemos trabajar para nuestros clientes, e identificamos los recursos necesarios a utilizar
- ✓ Identificamos cuáles serían nuestros ingresos y egresos (cuantificables o no)

Al final, logramos convertirnos en una mejor persona.

Como recomendación final, simplemente planteo que el Canvas You tome en cuenta como disfrutamos lo que hacemos y que queremos en esta vida. El Canvas You del Ing. Sánchez Mejía ya menciona algo, pero dado todos los conocimientos de Desarrollo que se han planteado, considero que debemos estar muy conscientes de como lo que hacemos nos acerca a la vida que deseamos; en otras palabras, como planeamos disfrutar lo que hacemos y tenemos. El siguiente Canvas You es una propuesta para incluir esos detalles no cuantificables.

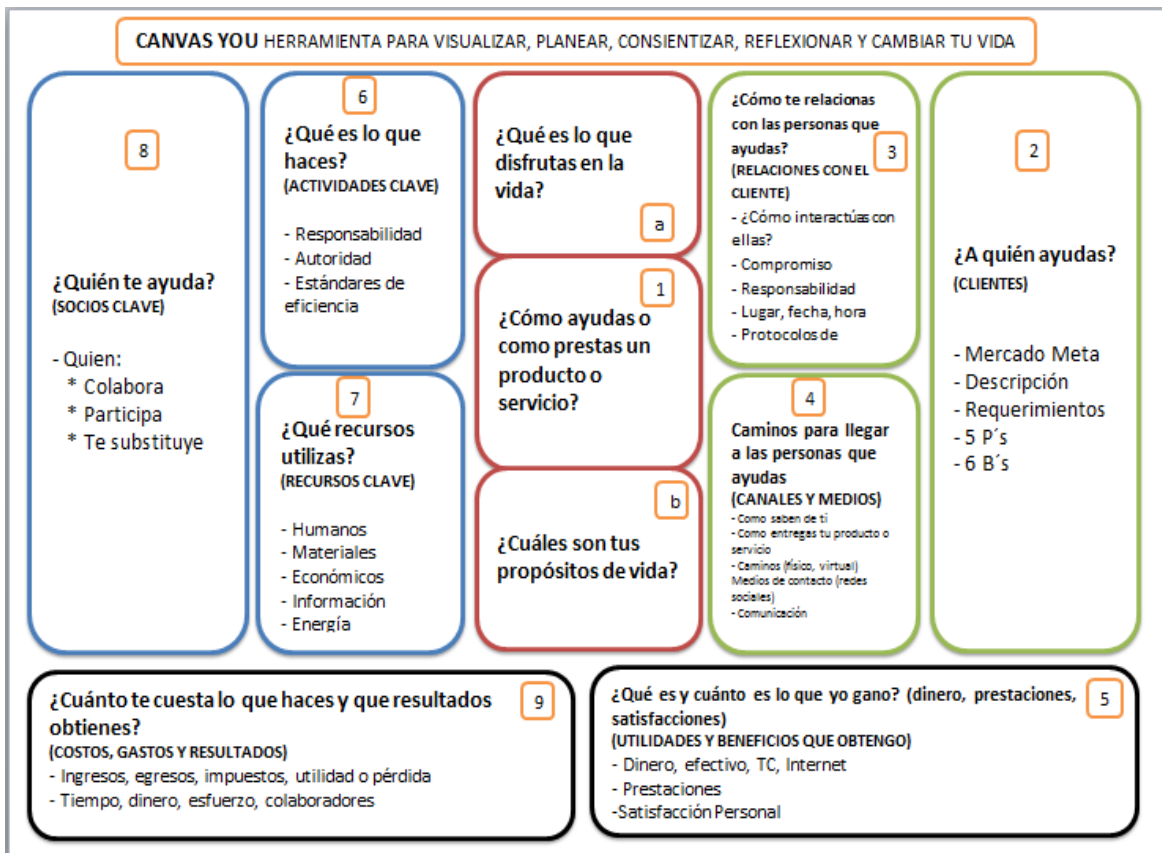


Figura 8.5 Propuesta de Canvas You

Lo único que falta aclarar en este trabajo es que si bien el trabajo de conocernos es arduo y difícil, pero con una gran recompensa (encontrarnos, aceptarnos y amarnos), no es una actividad de una sola vez. El Desarrollo Personal es un modo de vida, y cada vez que surja una crisis podemos replantearnos nuestro modo de vida a través de revisar el Canvas You; el Canvas You no es una ley de vida fija, puede adaptarse y cambiar tantas veces sintamos que necesitamos un cambio (al encontrar otra cosa que nos apasiona, cuando lo que hacemos ya no nos llena, etc). Ninguno de nosotros está totalmente en una etapa de nuestra vida; como dije antes, todos vamos cambiando a lo largo de nuestra vida, y también lo puede

hacer nuestro medio de vida. Nada está escrito aún, así que podemos formarnos el futuro que deseemos en cualquier momento que nos decidamos.

## Bibliografía

- *Reflexionando ¿Quién soy yo?*  
[[http://www.seedsofunfolding.org/issues/0415/reflections\\_spanish.html](http://www.seedsofunfolding.org/issues/0415/reflections_spanish.html)]
- *Business Model You*  
CLARK Tim, Alexander Osterwalder *et al*  
Ed Wiley  
249 páginas  
EUA 2012
- *Definición de autoconocimiento*  
[<http://www.psicopedagogia.com/definicion/autoconocimiento>]
- *¿Qué es esa cosa llamada crecimiento personal? Seis vías para aproximarse a la utopía* [<http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/41921452-74F8-4AF4-8E9E-72994D446082/158455/5crecimientopersonal.pdf>]
- *Beneficios del autoconocimiento personal* [<http://psicoblog.com/beneficios-del-autoconocimiento-personal/>]
- *Ventajas del autoconocimiento, y su aplicación en la vida diaria*  
[<http://www.descubresubconsciente.com/2009/07/el-objetivo-del-autoconocimiento.html>]
- *¿Qué son el autoconocimiento y la coherencia?*  
[<http://www.miautoestima.com/seccion-autoconocimiento-coherencia/>]
- *Los beneficios del autoconocimiento: la calma interior y la sensación de completitud*  
[<http://webalia.com/articulos-de-opinion/los-beneficios-delautoconocimiento-la-calma-interior-y-la-sensacion-de-completitud/gmx-niv98-con4969770.htm>]
- *Beneficios del autoconocimiento* [<http://cuentosdelobito.com/?p=1106>]
- *Estimar*  
[<http://etimologias.dechile.net/?estimar>]
- *La Autoestima*  
ANDRÉ Christophe, Francois Lelord  
6ta Edición  
Ed. Kairós  
325 páginas  
España, 2012
- *Actitud Mental Positiva*  
[<http://www.leonismoargentino.com.ar/RefActitudMentalPos.htm>]

- *Actitud Mental Positiva para el éxito* [<http://www.sebascelis.com/actitud-mental-positiva-para-el-exito/>]
- *¿Qué es la Inteligencia Emocional?*  
[<http://www.alvarotineo.com/articulos/inteligencia-emocional>]
- *La Inteligencia Emocional según Goleman*  
[<http://sobretodolavida.com/2013/07/03/la-inteligencia-emocional-segun-goleman/>]
- *Habilidades para la vida* [<http://habilidadesparalavida.net/>]
- *Habilidades para la vida*  
[<http://alcoholinformate.org.mx/familia.cfm?catID=5&id=439>]
- *Habilidades para la vida. Guía práctica y sencilla para el promotor Nueva Vida*  
[[http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/nueva\\_vida/nvhabilidades\\_guiapractica.pdf](http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/nueva_vida/nvhabilidades_guiapractica.pdf)]
- *El Decálogo del Desarrollo*  
[<http://corinto.pucp.edu.pe/aseimec/sites/corinto.pucp.edu.pe.aseimec/files/Dec%C3%A1logo%20del%20Desarrollo.pdf>]
- *Competencias Gerenciales*  
GUTIÉRREZ Tobar, Edimer  
ECO Ediciones  
Colombia 2010
  
- *Plan de Vida* [<http://definicion.de/plan-de-vida/#ixzz3e29rAqcl>]
- *Proyecto de Vida*  
[[http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Lectura/licenciatura/documentos/LECT105.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/licenciatura/documentos/LECT105.pdf)]
- *Mini Bio Alexander Osterwalder*  
[<http://www.thinkingheads.com/es/conferenciante/alexander-osterwalder/>]
- *Canvas de Osterwalder (Modelo de Negocios)*  
[[http://www.assaabloy.cl/uploads/Canvas\\_de\\_Osterwalder.pdf](http://www.assaabloy.cl/uploads/Canvas_de_Osterwalder.pdf)]
- *Entrevista a Ash Maurya: “La vida es demasiado corta para construir algo que nadie quiere”* [<http://javiermegias.com/blog/2012/09/entrevista-ash-maurya-running-lean-interview/>]
- *Ash Maurya: “El mayor riesgo no está en el producto, si no en encontrar clientes y mercado”* [<http://www.sintetia.com/ash-maurya-el-mayor-riesgo-no-esta-en-el-producto-sino-en-encontrar-clientes-y-mercados/>]
- *Lean Canvas, un lienzo de modelos de negocios para startups*  
[<http://javiermegias.com/blog/2012/10/lean-canvas-lienzo-de-modelos-de-negocio-para-startups-emprendedores/>]
- *Planeación Operacional* [<http://planeacion14.blogspot.mx/2013/02/planeacion-operacional.html>]

- *Cómo triunfar en 5 pasos. El Método LIMON*  
Rafael Limón Vigoritto  
Ed. Panorama  
86 páginas  
México 2014
- *40 maneras de ser positivo*  
Susan Miller  
2ª edición  
Ed. Panorama  
166 páginas  
México 2015
- *Tipos de personalidad*  
[[http://www.larazon.com/index.php?\\_url=/suplementos/mia/Descubretipospersonalidad\\_0\\_1921607910.html](http://www.larazon.com/index.php?_url=/suplementos/mia/Descubretipospersonalidad_0_1921607910.html)]
- *El Eneagrama, nueve tipos de personalidad, ¿tú quién crees ser?*  
[<http://lamenteesmaravillosa.com/eneagrama-tipos-de-personalidad/>]
- *Tipos de personalidad según los temperamentos*  
[<http://www.adrformacion.com/cursos/intemo/leccion1/tutorial4.html>]
- *Estrategias y técnicas de negociación*  
[<http://white.oit.org.pe/spanish/260ameri/oitreg/activid/proyectos/actrav/edob/expeduca/pdf/0620504.pdf>]
- *Técnicas de Negociación*  
GONZÁLEZ García, Manuel Jesús  
Ed INNOVA  
142 páginas  
España 2006
- *El desafío del liderazgo*  
KOUSES, James M, Barry Z Posner  
Ediciones Granica  
523 páginas  
Argentina, 2008
- *Como ganar amigos e influenciar sobre las personas*  
CARNEGIE, Dale  
95 páginas  
Argentina 1996



- *Las 48 leyes del poder*  
GREENE Robert, Joost Elffers  
Ed. Atlantida  
523 páginas  
México 2010
- *Las 75 reglas de la imagen ejecutiva femenina*  
[<http://www.altonivel.com.mx/41355-las-75-reglas-de-la-imagen-ejecutiva-femenina.html>]
- *Las empresas sustentables en México y el mundo compartirán sus experiencias en Green Solutions*  
[<http://www.promexico.gob.mx/desarrollo-sustentable/las-empresas-sustentables-en-mexico-y-el-mundo-compartiran-sus-experiencias-en-green-solutions.html>]
- *Certificación de Industria Limpia*  
[<http://www.iihmsc.com/servicios/ecologia-y-medio-ambiente/certificacion-de-industria-limpia/>]
- *Empresa Socialmente Responsable*  
[<http://www.empresasocialmenteresponsable.com/>]
- *Los 60 mandamientos de la imagen de un ejecutivo*  
[<http://www.altonivel.com.mx/41172-los-60-mandamientos-de-la-imagen-de-un-ejecutivo.html>]