



EQUIPOS DE TRABAJO LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN

BIENVENIDXS

LIC. FERNANDO HERNÁNDEZ AVILÉS

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





“ IF I HAD ASKED PEOPLE
WHAT THEY WANTED,
THEY WOULD HAVE SAID:
FASTER HORSES... ”

Henry Ford

“**Si le hubiera preguntado a la
gente lo que quería, habría
dicho que caballos más
rápidos**”

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



Papelería
Progreso
evolución continua
www.papprogreso.com

”

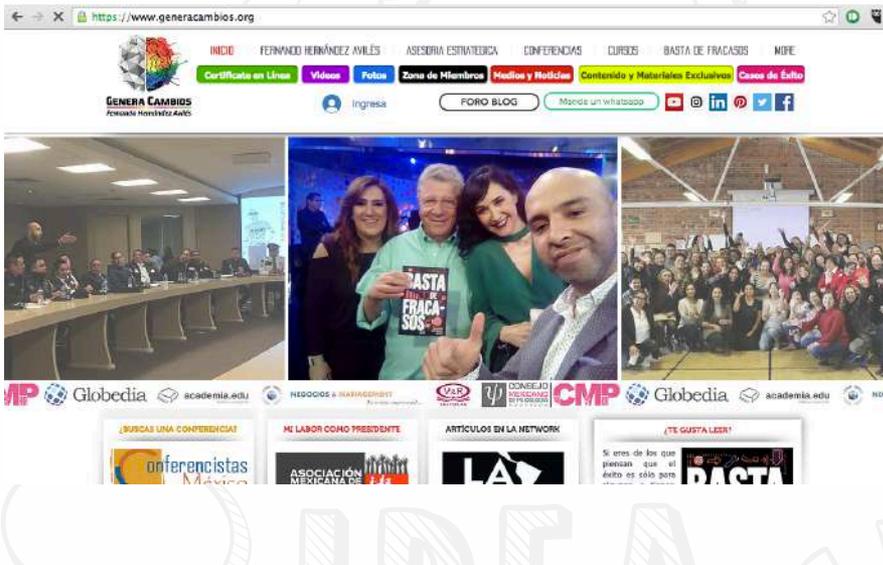
El éxito nunca será la ausencia del fracaso, y tampoco un fracaso sepulta la posibilidad de tener éxito.

Fernando Hernández

Autor

WORLD
ECONOMIC
FORUM

www.generacambios.org/progreso



> MANUALES, ESTUDIOS, INFROGRAFÍAS Y CITAS

Bienvenidos, aquí encontrarán materiales para su uso, consulta, información y cita, cada semana se actualiza la información.

Además de que aquí abajo tienen la liga de acceso al dropbox, donde se alojan todos los artículos, documentos, referencias, usadas en mis conferencias y cursos:

DROBOX

También tienen una liga a mi biblioteca de videos en youtube para su consulta y uso.

YOUTUBE

RESILIENCIA- INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

Micro sitios dedicados:

El éxito nunca será la ausencia del fracaso, y tampoco un fracaso sepulta la posibilidad de tener éxito.

Fernando Hernández
Autor

WORLD ECONOMIC FORUM

BUSINESS

Solo para invitados

Por favor ingresa la contraseña a continuación.

Clave **progreso**

ENTRAR

ATIVE

f /generacambios

BUSINESS

TAREA...

CREATIVE

BUSINESS

465,985

entre

978

sin usar calculadora

BUSINESS

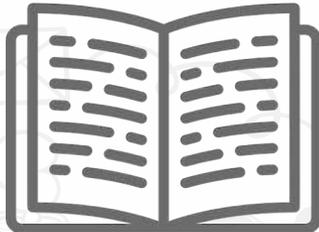
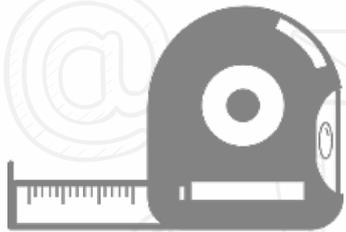
476.467

resultado

IDEA

CREATIVE

¿QUÉ HERRAMIENTAS USAS COMO LÍDER?



**“REPRESENTAMOS LO
QUE SOMOS Y TENEMOS
LO QUE HACEMOS”
Richard Branson**



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



**“NUESTRAS
DIFERENCIAS
NOS EMPODERAN”
Peter Drucker**

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



TRABAJAR CON LAS PERSONAS

LOGRAR TUS RESULTADOS

ADMINISTRAR TUS RECURSOS

TOMAR DECISIONES

CONOCER EL NEGOCIO

MAPA MENTAL





EL LIDERAZGO COMO VENTAJA COMPETITIVA

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



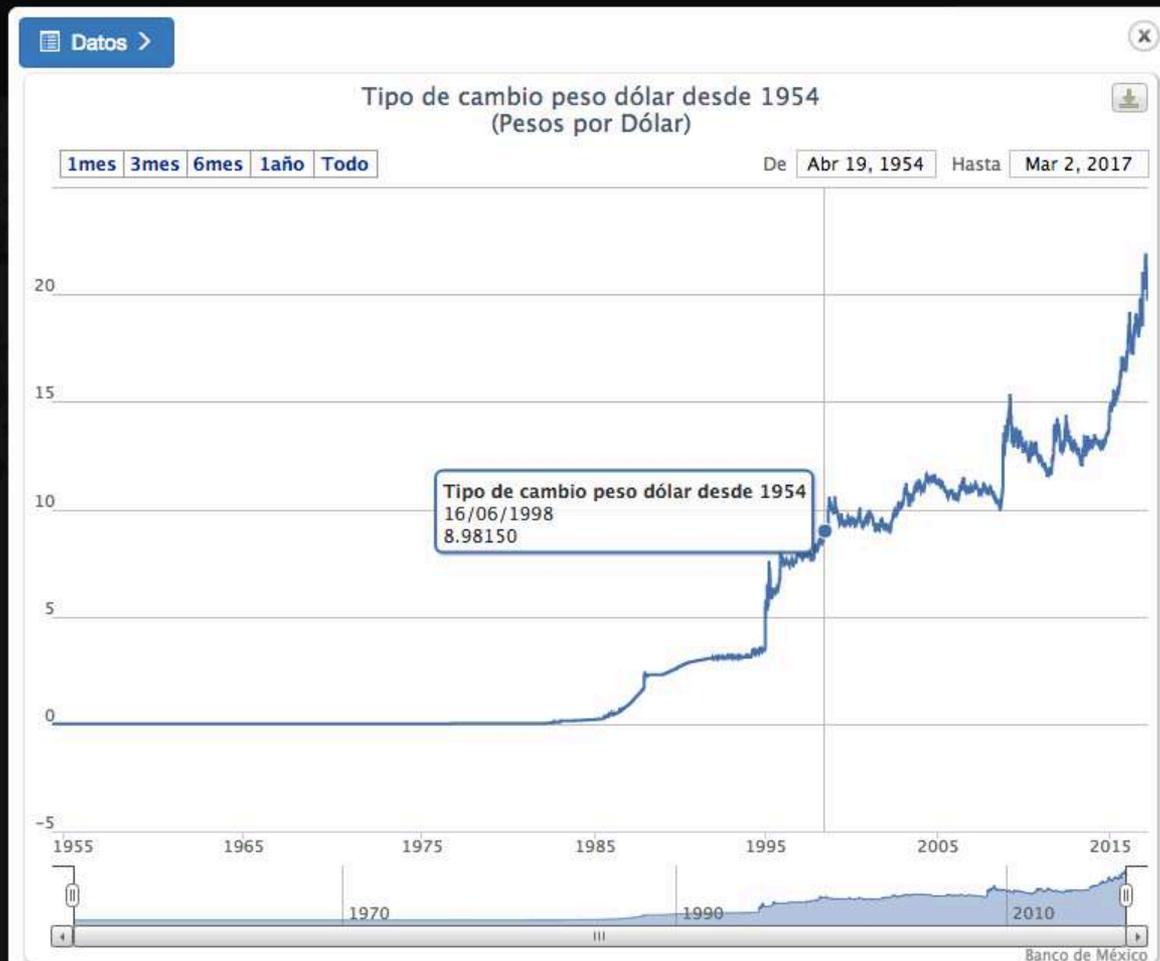
5 Marcas de Servicios

5 Marcas de Productos

5 Dependencias de Gobierno

5 Instituciones u Organizaciones

5 Personalidades



¿QUÉ APORTAS A LA EMPRESA O AL SERVICIO PÚBLICO?

**A DIFERENCIA DEL RESTO DE TUS COMPAÑEROS DE
GENERACIÓN, ESCUELA, PROFESIÓN O PAÍS**

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



EXPERIENCIA

HIGH SKILLS

RELACIONES

CAPITAL

VALOR



**LIDERAZGO
CENTRADO EN EL VALOR**

DESEMPEÑO SUPERIOR PARA EL CLIENTE

VENTAJA COMPETITIVA SOBRE LA COMPETENCIA

DIFERENCIACIÓN PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEMOS

**1. ALGO QUE LA
COMPETENCIA NO
PUEDA COMPRAR**

**2. ALGO QUE
PODAMOS
MEJORAR MÁS
RAPIDO QUE LA
COMPETENCIA**

3. VALOR
(Diferenciador) **EN
EL QUE PODAMOS
MEJORAR
PERMANENTEMENTE**

A. SON SOSTENIBLES EN EL TIEMPO

B. SUPERIORES A LA COMPETENCIA

C. APLICABLES EN DIFERENTES SITUACIONES

MI
COMPETENCIA
MÁS FUERTE
SOY YO.

SOY TOTALMENTE PALACIO®



El Palacio de Hierro

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





**NO ME IMPORTA TU
COLOR,
SIEMPRE
TE DIRÉ GÜERITA.**

SOY TOTALMENTE CENTRAL DE ABASTOS.

*La
Central de Abastos*

CREATIVE

<p>Que compres un libro, carajo. Libros para neuróticos.</p> <p><i>gandhi</i></p>	<p>¡Tráeme un libro, vieja! Libros para machos.</p> <p><i>gandhi</i></p>	<p>Siéntate a leer. Libros para albureros.</p> <p><i>gandhi</i></p>
<p>Mi libro es más grande que el tuyo. Libros para hombres.</p> <p><i>gandhi</i></p>	<p>Voy a devolver el libro. Libros para anoréxicas.</p> <p><i>gandhi</i></p>	<p>A ver, abra su libro. Libros para ginecólogos.</p> <p><i>gandhi</i></p>
<p>Te juro que es la primera vez que leo. Libros para "virgenes".</p> <p><i>gandhi</i></p>	<p>Toca mi libro. Libros para perversos.</p> <p><i>gandhi</i></p>	<p>Y soy lector, cuando no sigo a los demás. Libros para rebeldes.</p> <p><i>gandhi</i></p>

CREATIVE

olivetti

Burger Boy



Sony Ericsson

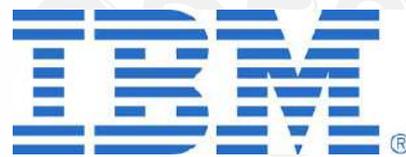


XEROX



napster.

Viana



VIDEOCENTRO



Alibaba Group

CASO ALIBABA

CREATIVE

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



Originalmente tendríamos 2 objetivos

1. Ayudar al “cliente” a solucionar sus problemas
2. Ayudar al “cliente” a que tenga éxito

EXPANSIÓN

Revista Expansión

CLIENTES

1. Elementos tangibles
2. Actitud responsiva
3. Cortesía, trato
4. Facilidad de acceso
5. Comprensión
6. Confiabilidad
7. Competencia
8. Seguridad
9. Comunicación
10. Credibilidad



Customer Service

EMPLEADOS

1. Paciencia
2. Atención
3. Comunicación clara
4. Conocimiento del producto
5. Lenguaje en positivo
6. Habilidades de interacción
7. Administración del tiempo
8. Leer a los clientes
9. Imagen de tranquilidad
10. Orientación a objetivos
11. Manejar escenarios inesperados
12. Habilidades de persuasión
13. Tenacidad
14. Habilidades de cierre
15. Voluntad de aprender

Servicio al cliente
**Habilidades que
 importan**

Gurú del Servicio al Cliente

John Tschohl

1. Enfócate en la estrategia
2. Vuélcate al cliente
3. Valor a la velocidad
4. Contrata personas correctas
5. Deja que tu equipo decida
6. Entrena al equipo
7. Mide resultados



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





CREATIVE

CASO JOBS

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



LICENCIAS



"SI DIOS NOS
DA LICENCIA"

mareoflores / Chilango.com

- **Ideas fijas**
- **resistencia al cambio**
- **alejamiento de la disrupción**



- BUSINESS**
1. Experiencia
 2. Formación
 3. Creencias
 4. Terceros
- CREATIVE**

1. Parece normal o razonable
2. Alguien o mucha gente lo cree
3. Quisiéramos que así fuera
4. Lo dijo una autoridad





CREATIVE

PROBLEMAS

FORMAN PARTE DE LA REACCIÓN NATURAL A LAS ACCIONES EMPRENDIDAS POR LA ORGANIZACIÓN

ESTÁN PRESENTES TODO EL TIEMPO

DEMANDA RESPUESTAS CONOCIDAS, CON GENTE Y ENTORNOS FAMILIARES

HAY EXPERIENCIA PREVIA, GENERA VULNERABILIDAD

CRISIS

SON EXTERNAS O INTERNAS, LA MAYOR PARTE DE LAS VECES AJENAS

DEMANDA RESPUESTAS INESPERADAS, CON GENTE Y ENTORNOS A VECES AJENOS

PUEDE NO HABER EXPERIENCIA, GENERA CAOS

DESAFÍOS

PUEDE DERIVARSE DE UN PROBLEMA O UNA CRISIS CONTROLADA, INTERNO ENFOCADO A LO EXTERNO

DEMANDA NUEVOS APRENDIZAJES, DECISIONES Y ACTORES

PUEDE HABER EXPERIENCIA, GENERA EXPECTATIVA



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



Papelería
Progreso
evolución continua
www.papierprogreso.com



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





CREATIVE

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



moral

deseo

aprendizaje

SENTIMIENTO

los
otros

lógica y
razón

necesidad

creencias

la emoción y sentimiento de la unión

1. ¿por lo que nos han contado?
2. ¿por lo que hacen otros?
3. ¿por lo que no entendemos?
4. ¿por lo que queremos?
5. ¿por como podemos?
6. ¿por lo que quisieramos?
7. ¿por lo que debe ser?



“La **emoción** tiene un fuerte
componente **simétrico y estético**”

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



Papelería
Progreso
evolución continua
www.papierprogreso.com



“La **emoción** tiene un fuerte
componente **simétrico** y **estético**”

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





“El sentimiento tiene un fuerte impulsor o detractor social”

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





“El **sentimiento** tiene un fuerte impulsor o detractor **social**”

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



¿Cuáles son los cuentos y personajes del equipo humano en **PAPELERIAS** **PROGRESO?**

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

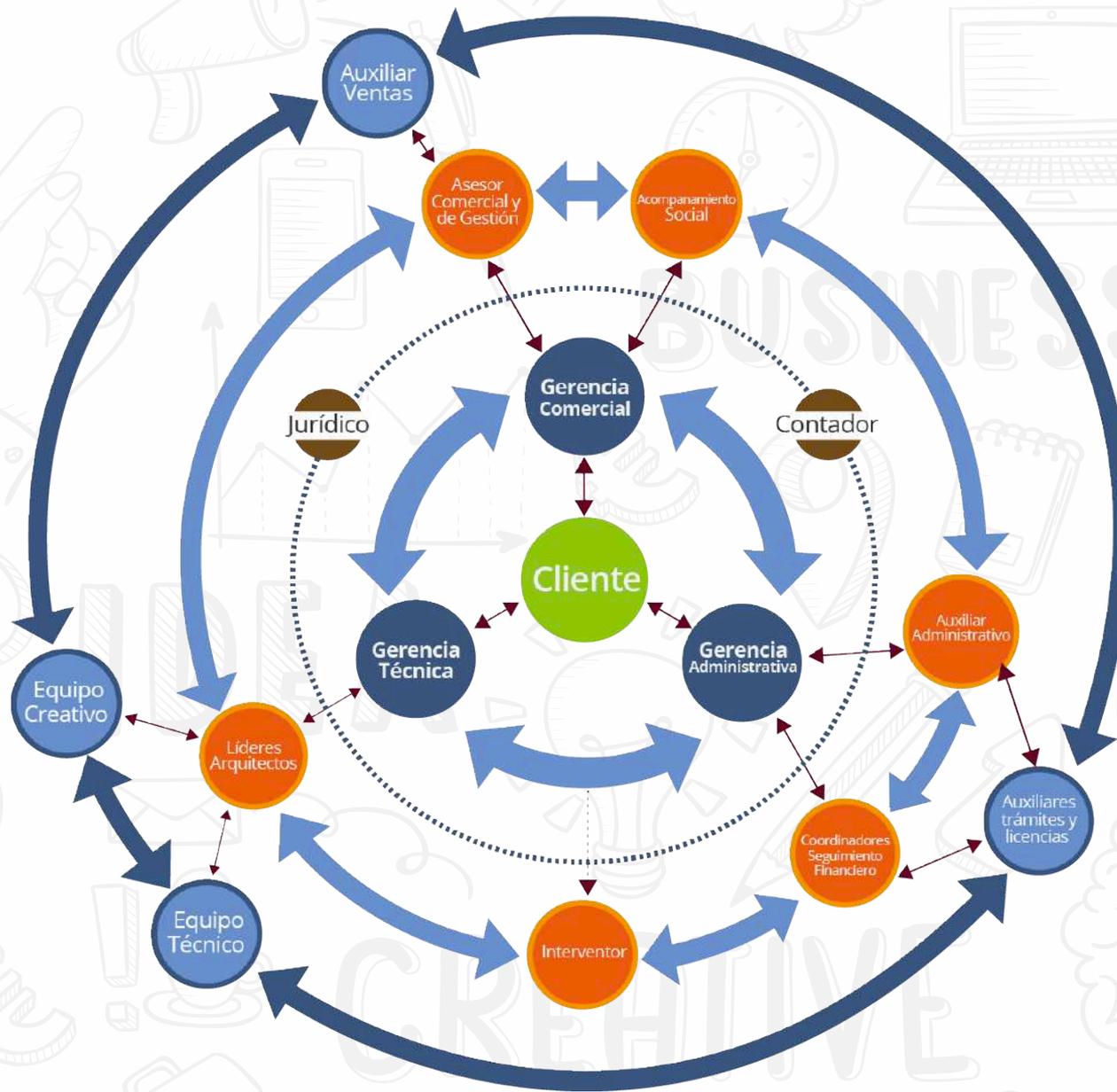
  /generacambios

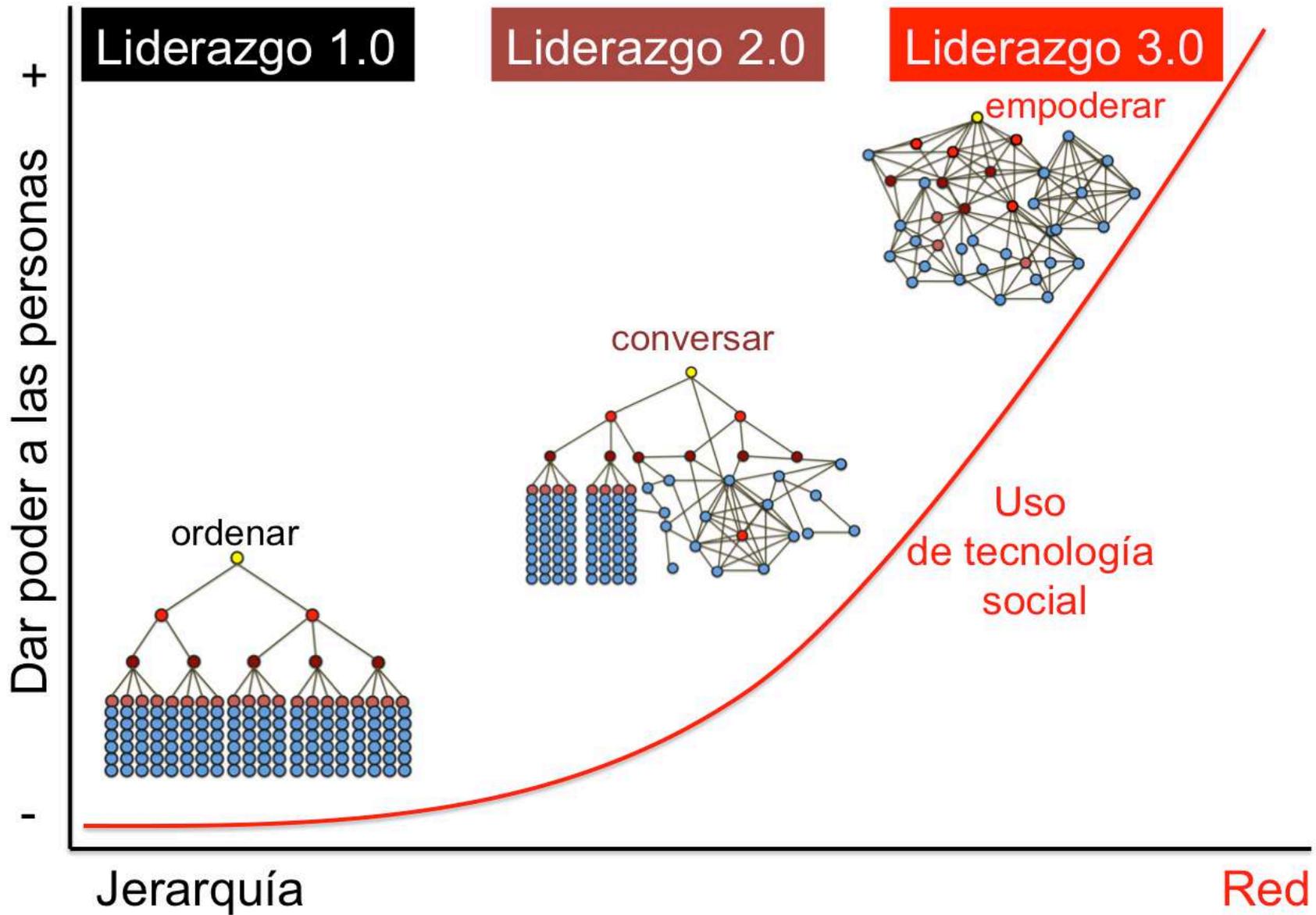






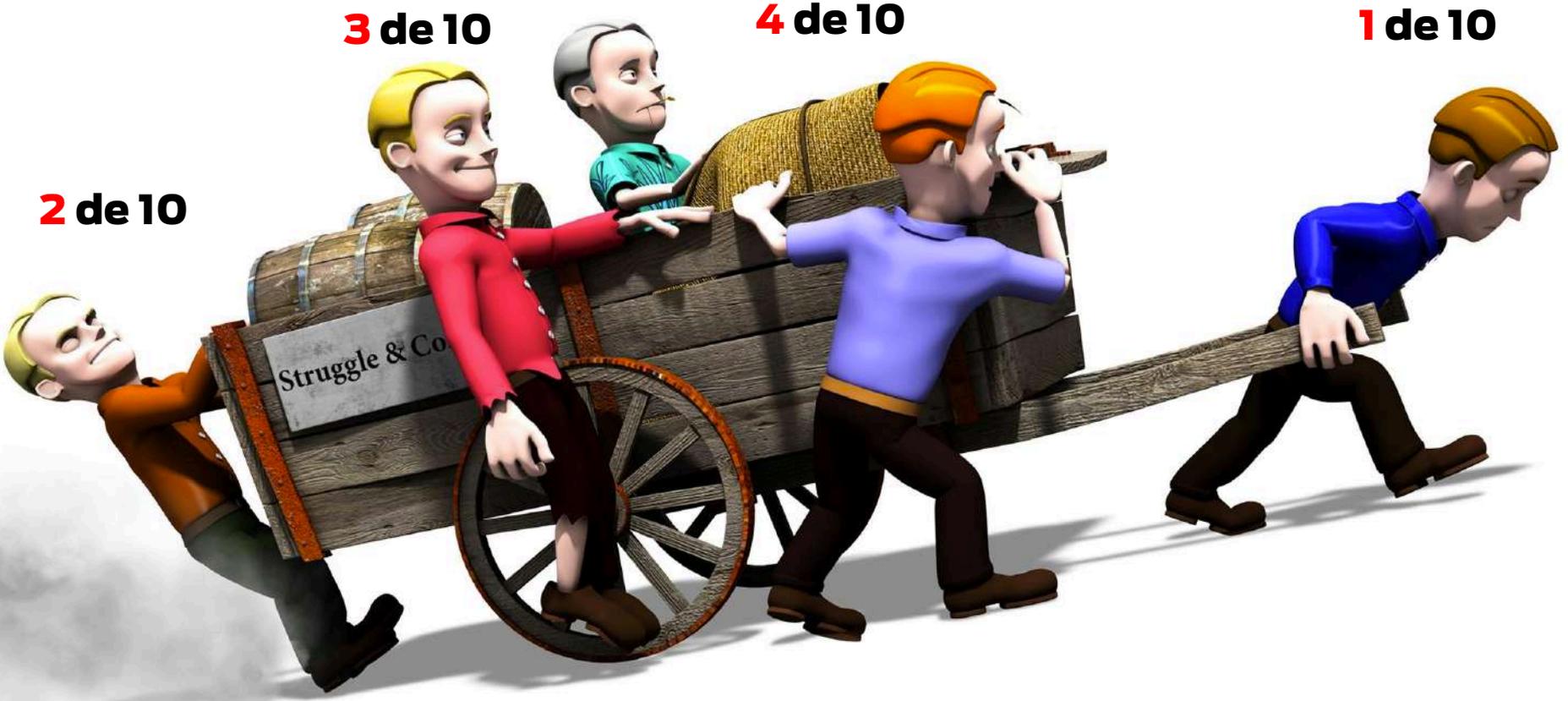






NO PUEDEN Y NO QUIEREN
NO PUEDEN PERO QUIEREN
PUEDEN PERO NO QUIEREN
QUIEREN Y PUEDEN





2 de 10

3 de 10

4 de 10

1 de 10

Struggle & Co



CREATIVE



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



5 tipos	Productividad	Personalidad	Motivación	Conocimiento
	Productor	Entusiasta (dispuesto)	Gran interés en aportar Out-flow	Ordenes en forma de ideas. (Busca como)
	Hacedor altamente eficiente	Conservador (dispuesto)	Interés en aportar Out-flow	Ordenes en forma de ideas y sus pasos. (Busca como)
	Hacedor menos Eficiente	Aburrido (algo dispuesto)	Más interés en In-flow que en Out-flow	Sigue ordenes estrictas.
	Fuente Potencial de Problemas	Confusa (porque parece dispuesto pero hay errores)	Gran interés en recibir (In-flow) pero a veces tiene Out-Flow	Requiere supervisión.
	Persona Supresiva	Hostil de manera encubierta	Destruir (Al ser objetivo es In-Flow, aunque "diga" que es Out-Flow)	Las ordenes las para o las enreda.

"Los iletrados del futuro no serán aquellos que no puedan leer o escribir.

Sino aquellos que no puedan aprender, desaprender, y re-aprender."

Alvin Toffler



YO - NOSOTROS



PUNTOS DE APOYO REALES

RELACIONES

**REALES
POSITIVAS
PROTECCIÓN
APOYO
PRESENCIA**

PERICIA

**UTILIDAD
AFIRMA
EXPRESA
SEGURIDAD
DESARROLLA**

RESPONSABILIDAD

**RESPONDE
ANALIZA
COMPARTE
PRIORIZA
ADAPTA**

HUMANIZACIÓN

VALORACIÓN

SUSTENTABILIDAD



PROYECTO **Aristóteles**

“¡QUIÉN ESTÁ EN UN EQUIPO ES MENOS IMPORTANTE, QUE **CÓMO LOS MIEMBROS DEL EQUIPO INTERACTÚAN**, LA ESTRUCTURA DE SU TRABAJO, Y VER SUS CONTRIBUCIONES!” **ROZOVSKY**

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



SEGURIDAD PSICOLÓGICA

CONFIANZA

ESTRUCTURA Y CLARIDAD

SENTIDO

IMPACTO

1

Psychological Safety

Team members feel safe to take risks and be vulnerable in front of each other.

2

Dependability

Team members get things done on time and meet Google's high bar for excellence.

3

Structure & Clarity

Team members have clear roles, plans, and goals.

4

Meaning

Work is personally important to team members.

5

Impact

Team members think their work matters and creates change.

re:Work

+ DESARROLLO + EVOLUCIÓN

EQUIPO (INTERACCIÓN) + **COLABORACIÓN** (IDEAS)

SEGURIDAD + **CONFIANZA** + **CLARIDAD** + **SENTIDO** + **IMPACTO**

re:Work

practices, research, and ideas to [#makeworkbetter](#)

JULIO 2015
www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





CREATIVE

Análogos

Baby Boomers



(1946-1964)

Hijos de la 2ª Guerra Mundial

En 2013: 49 a 57 años

Inmigrantes Digitales

Generación X



(1965-1979)

Juventud de los 80's

En 2013: 34 a 48 años

Nativos Digitales

Generación Y



(1980-2000)

Milennials

En 2013: 13 a 33 años

Generación Z



(2001-2010)

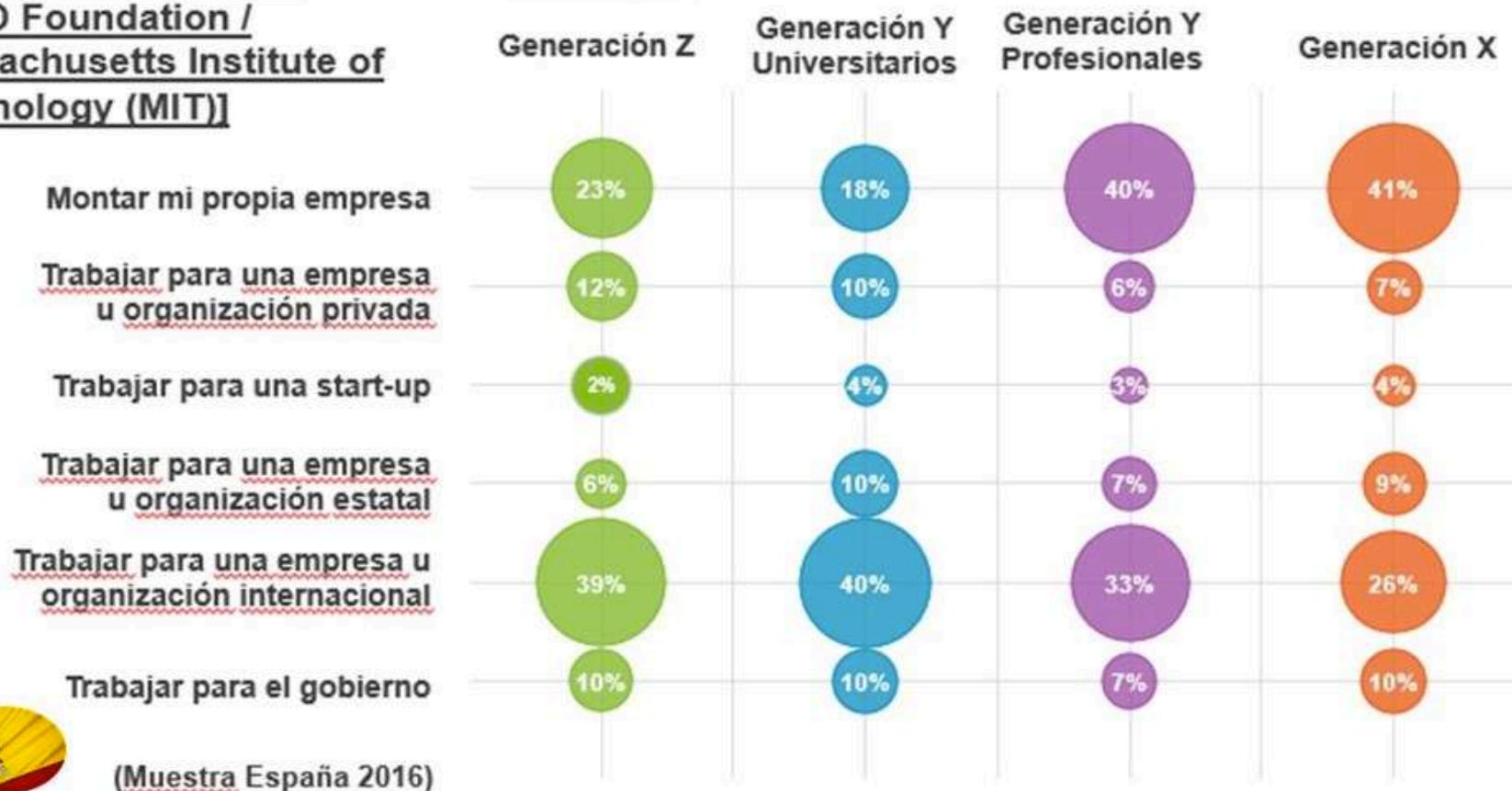
Generación Internet

En 2013: 3 a 12 años

CREATIVE

Comparativa de generaciones
[Universum / INSEAD /
HEAD Foundation /
Massachusetts Institute of
Technology (MIT)]

Si tuviera que elegir algo para el resto de mi carrera,
quisiera...



GENERATIONS



mccrindle
FORECASTS • STRATEGY • RESEARCH

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

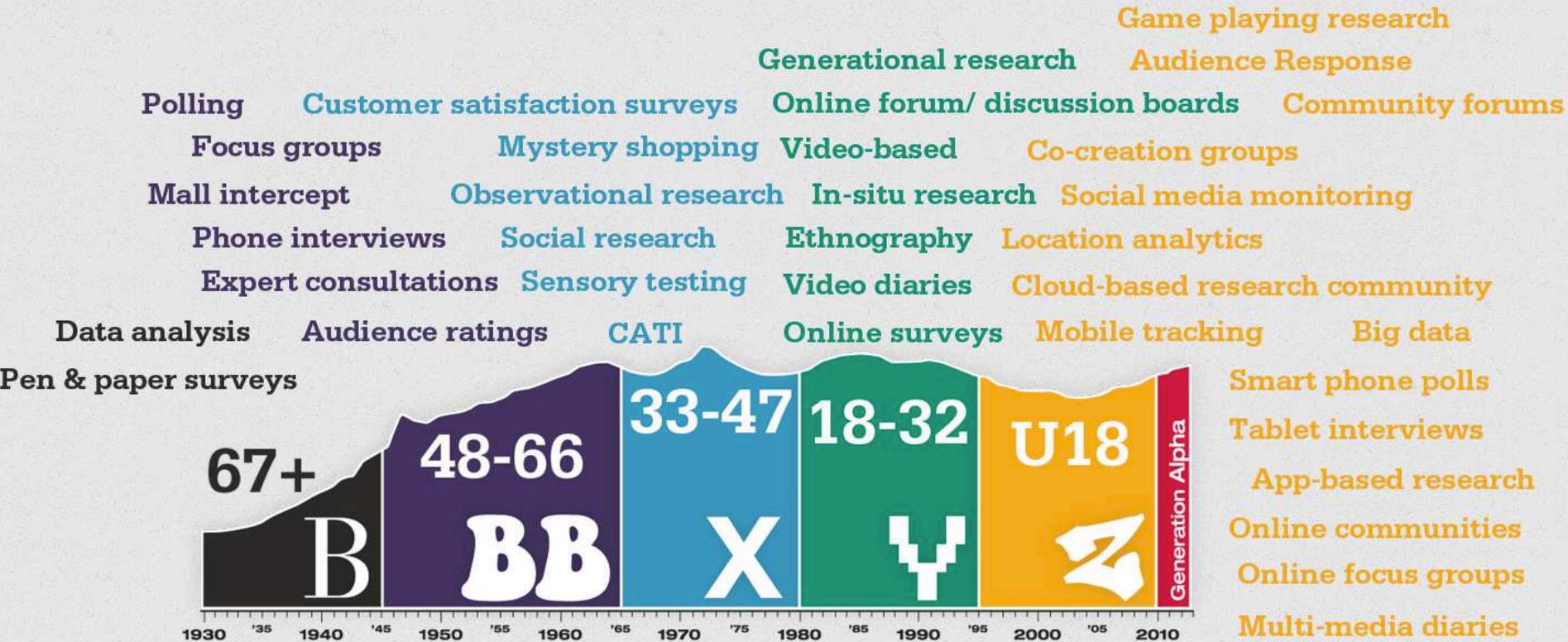
  /generacambios



EMERGING RESEARCH METHODS

FIVE GENERATIONS OF RESEARCH INNOVATIONS

RESEARCH INNOVATIONS AND APPLICATIONS AND THE ERA IN WHICH THEY GAINED TRACTION.



	Verbal Sit & listen Teacher Job security Commanding Curriculum centred Closed book exams Books & paper	→	Visual Try & see Facilitator Flexibility Collaborating Learner centric Open book world Glass & devices	
---	---	---	---	---

todos somos personas

EQUIPOS DE TRABAJO



JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



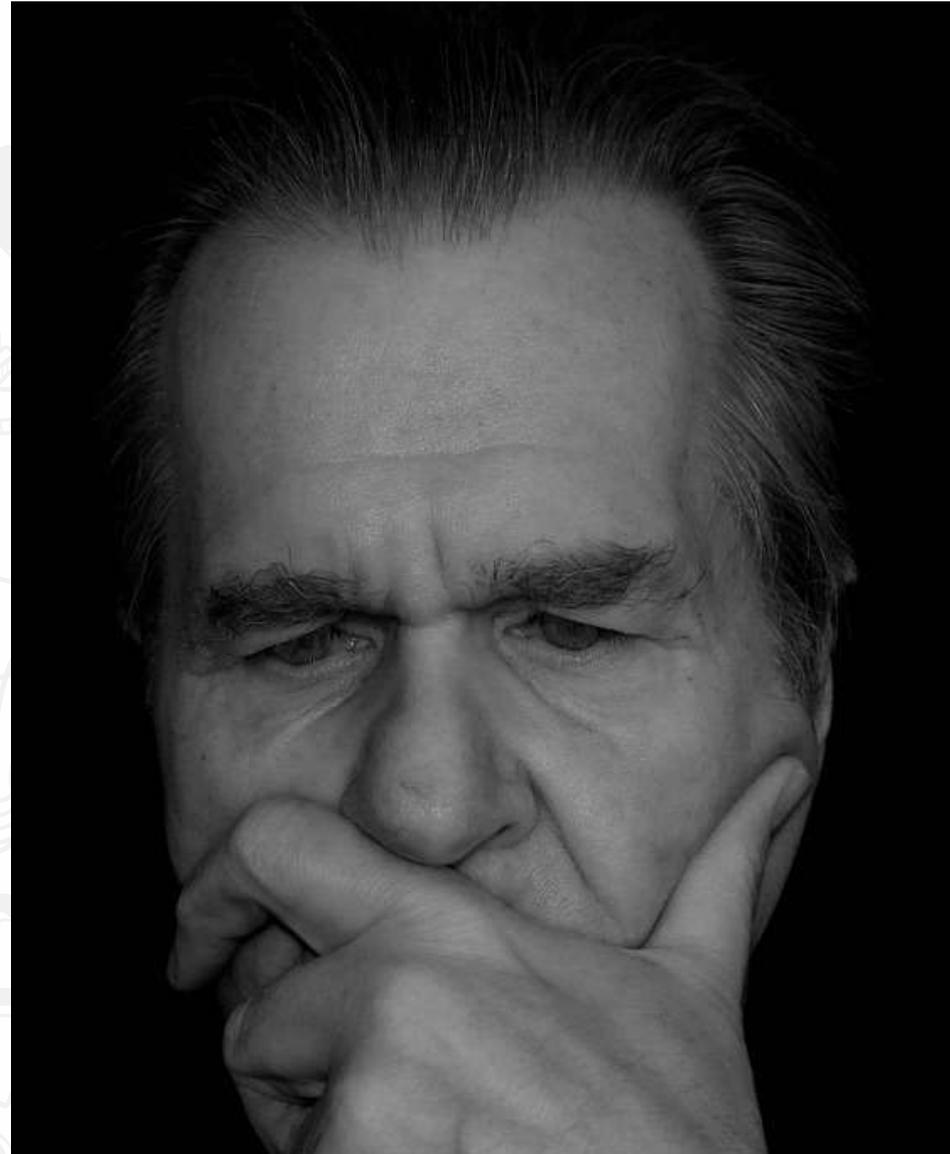
Económico
Siempre fuerte
Desamor
Soledad
Cansados (burn out)
Frustración y fracaso

1. Escenarios laborales
2. Personas tóxicas
3. Pensamientos negativos
4. Perdidas importantes
5. Amores y desamores
6. Estrés ambiental
7. Soledad

1. Tristeza
2. Estrés
3. Preocupación y Ansiedad
4. Malestares físicos
5. Soledad
6. Logro
7. Incomprensión

¿En qué piensas cuando sientes que ya no puedes más?

1. Todo pasará, las cosas siempre cambian
2. En dios
3. Padres
4. No puedo rendirme
5. Ya quiero salir de aquí
6. Si puedo con el problema
7. Qué habré hecho para que esto me pase a mí



¿Situaciones, escenarios que te estresan?

1. Jefe
2. Inseguridad, violencia, maltrato
3. Gente tóxica
4. No tener el control
5. Tiempo
6. Enfermedad o muerte
7. Problemas en el trabajo
8. Pareja
9. Dinero
10. Familia



¿Cuándo las cosas se ponen complicadas, yo?

1. Me detengo a pensar un poco, para ver que hago después
2. Identifico las herramientas que tengo
3. Busco ayuda
4. Las enfrento de inmediato



Estrés

“Toda situación que la persona viva con amenaza a su integridad se la puede considerar como factor estresante”

Burn out

- Sobrecarga de trabajo
- Altas expectativas
- Dedicación extremas
- Despersonalización
- Falta de realización
- Cansancio emocional
- Incertidumbre
- Temor
- Relaciones cruzadas con poder

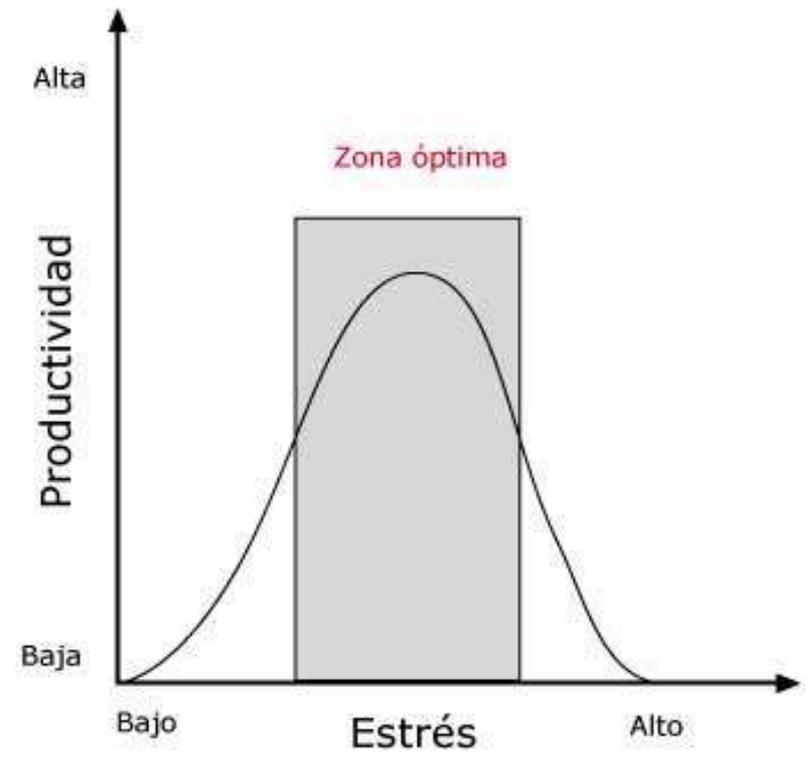


JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios





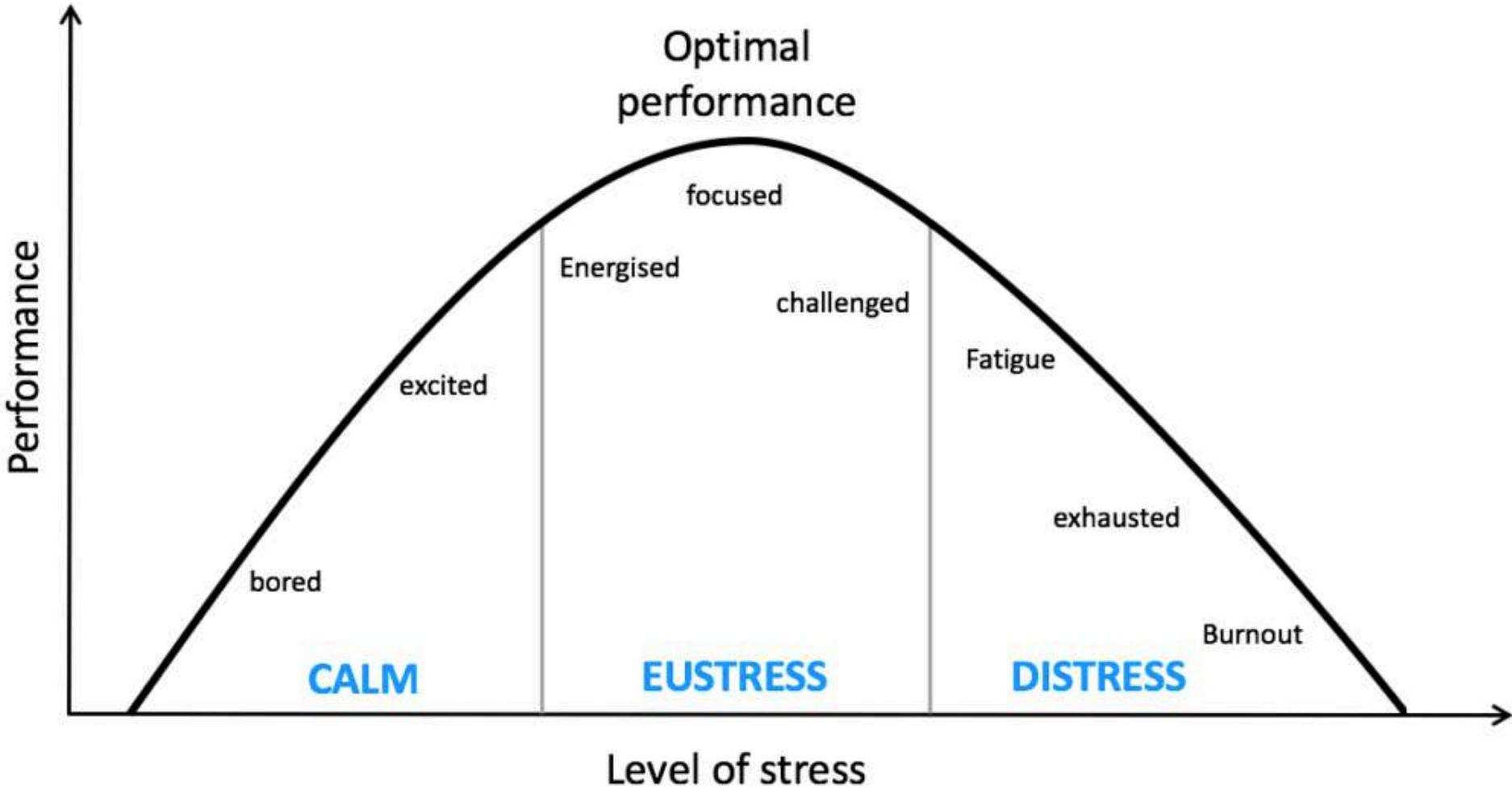
CREATIVE



Rendimiento

La Curva del Estrés





certeza

confianza

seguridad

respaldo

respuesta

360

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



Promoting Psychological Resilience in the U.S. Military

BIEN

- Alto desempeño
- Desempeño positivo
- Propósitos claros
- Enfocado en desafíos

LISTO PARA LA MISIÓN

REACCIONANDO

- Irritable
- Sobrecargado
- Problemas para dormir y relajarse
- Problema para concentrarse

RESPUESTA AL ESTRÉS

LESIONADO

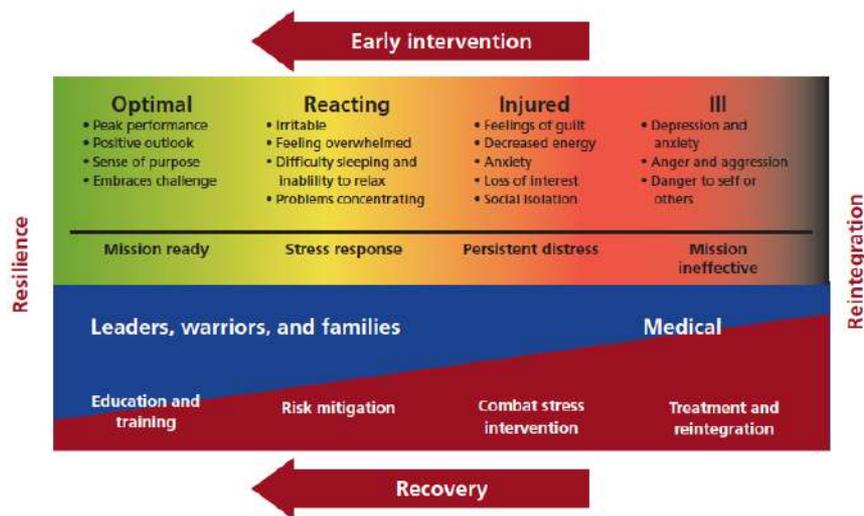
- Sentimiento de culpa
- Perdida de energía
- Ansiedad
- Perdida de interés
- Aislamiento social

DISTRÉS

VIOLENTADO

- Depresión y ansiedad
- Enojo y agresión
- Peligro para el y los otros

INEFECTIVO PARA LA MISIÓN





CREATIVE

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



Estimado Arturo:

Están bajas las ventas, el personal tiene muy mala actitud, las personas que se están contratando cada vez están peor.

Solicito apoyo para verificar que la contratación sea adecuada.

Aquí hay tres problemas



El jefe tendría que reunir más datos



El jefe tendría que idear la solución



El jefe tendría que dar la orden
(en vez de aprobar una solución)

Un conjunto completo de información sobre cualquier:

- Situación
- Problema
- Plan
- Emergencia

Que se envían a un superior lo suficientemente completo para que sólo haga falta que el superior lo firme como “Aprobado” o “No aprobado”

Estimado _____ te mando un reporte concreto de la situación:

Planteamiento de la situación (problema)

Datos:

Solución

Aprobado _____ No aprobado _____

Estimado Arturo te mando un reporte concreto de la situación

Planteamiento de la situación (problema)

Las ventas están bajas y necesito apoyo de recursos humanos para impulsar ventas.

Datos:

Hemos detectado que el personal que hace citas tiene mayores ventas, pero el 60% del personal esta siendo contratado solo para ventas por teléfono y tienen aproximadamente de 1 a 2 horas que desperdician al día.

Solución

Solicito aprobación para enfocar a este 60% a que realicen 4 citas a la semanas adicional a las ventas telefónicas y que recursos humanos enfoque el perfil a esta nueva estrategia.

Aprobado _____

No aprobado _____

BUSINESS

Específico

Medir

Alcanzable

Importante

Límite

Persona

IDEA

S



M



A



R

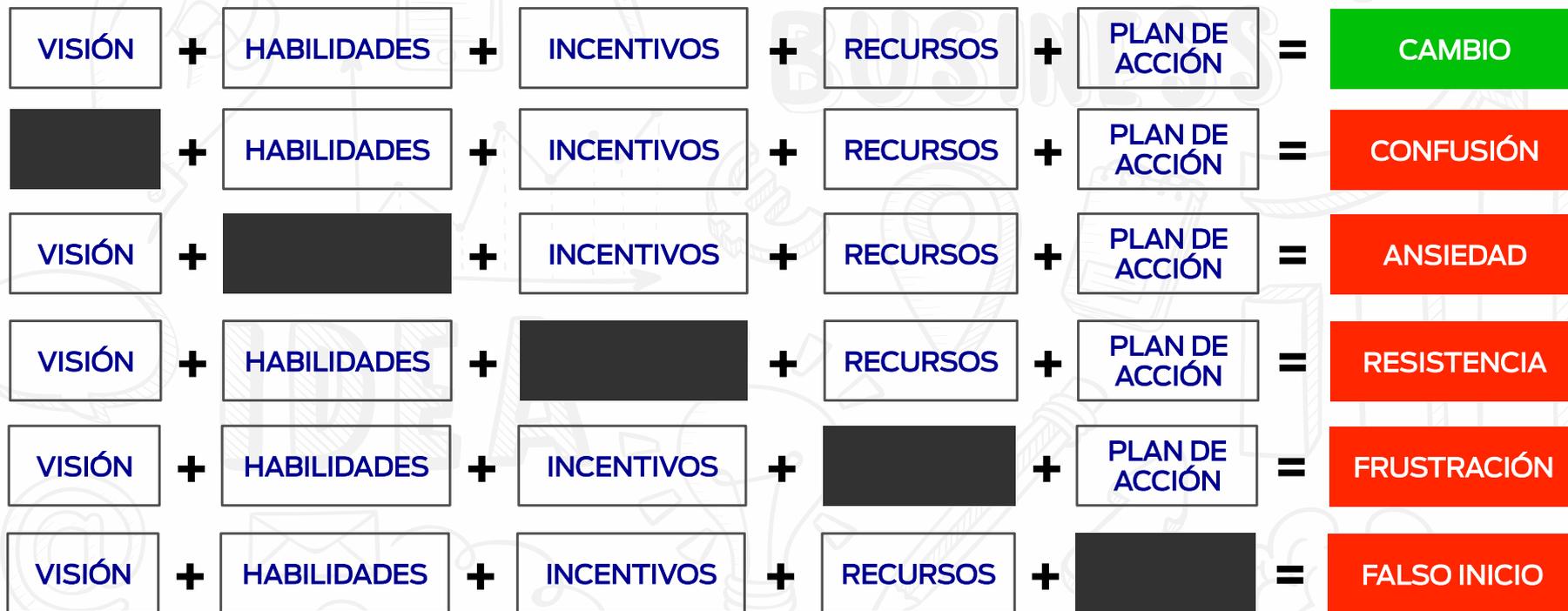


T



CREAT

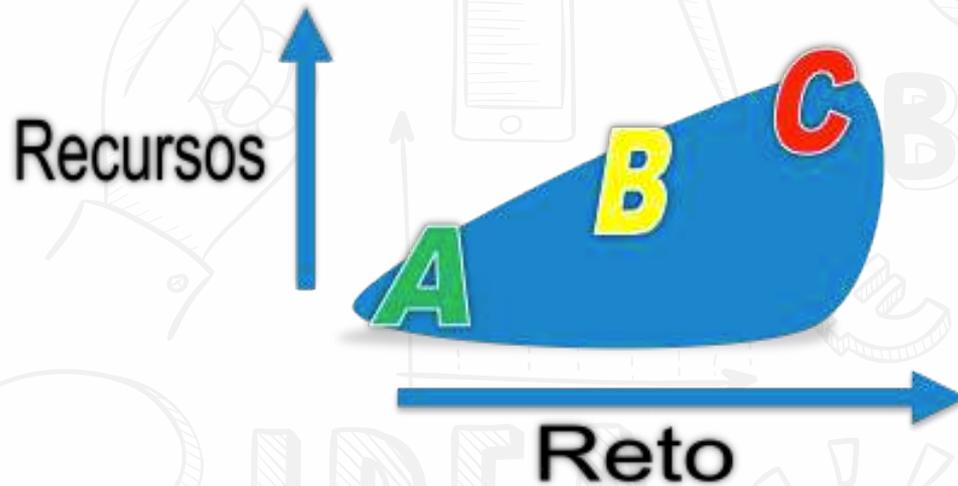
Problema	Específico	Medible	Alcanzable	Importante	Tiempo	Persona
PROBLEMA 1						



CREATIVE

Problema	Visión	Habilidades	Incentivos	Recursos	Plan de Acción
PROBLEMA 1					

CREATIVE



- A. En situaciones que exigen respuestas inmediatas comunes.
- B. En situaciones que exigen respuestas nuevas y recursos más amplios.
- C. En situaciones críticas.

NUEVO / ADAPTACIÓN (DUDA) – MENOS CONTROL

CONOCE / FLEXIBLE / MARGEN DE ERROR (INTENTA)

EXPERIMENTADO / REFERENCIA / APROPIACIÓN (DOMINA) MAYOR CONTROL

Problema	Escenario A	Escenario B	Escenario C	Por qué	Plan de Poder
PROBLEMA 1					

CREATIVE

¿CANALES CORRECTOS DE COMUNICACIÓN?

JULIO 2018

www.generacambios.org / www.psyca.mx

  /generacambios



- ✓ DESPLAZAMIENTO FÍSICO
- ✓ LLAMADA
- ✓ WHATSAPP
- ✓ MAIL
- ✓ MENSAJE RED SOCIAL
- ✓ MENSAJE RED INTERNA
- ✓ OFICIOS
- ✓ TERCEROS



Medio	Escenario	Mensaje	Resultado	Acompañado de
Desplazamiento físico	Presentación / Formal / Problema	Importancia	Correspondencia	Mail / Oficio
Llamada	Urgencia / Crisis / Extraordinario	Importancia Alta	Atención inmediata	Mail
Whatsapp	Controlado / Informativo	Puede esperar	Espero	Mail / Llamada
Mail	Confirmación / Seguimiento / Detalle	Detalle	Consulta / Referencia	Llamada
Mensaje Red Social	Ocasional / Otra Opción / Personal	Informal	Interés variable	Mail
Mensaje Red Interna	Seguimiento / Informe / Estatus	Formal	Atención / Seguimiento	Mail / Oficio / Llamada
Oficio	Cierre / Confirmación / Presentación	Formal	Seguimiento / Delegación	Llamada
Terceros	No recomendable			Llamada

visión

1. cambio
2. amenaza
3. problema



agilidad

1. mejor medio
2. quién toma decisión
3. quién ayuda a solucionar

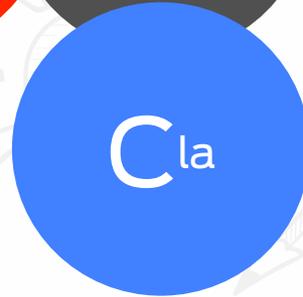


CAOS



comprensión

1. pregunto más
2. ¿entiendo?
3. puedo compartirlo



- claridad**
1. idea
 2. impacto
 3. instrucción

BUSINESS

COMUNICACIÓN DE PROBLEMAS O CAOS	VISIÓN (es amenaza, implica un cambio, es un problema)	COMPRENSIÓN (¿necesito más info?, ¿entiendo la situación real?, ¿puedo compartirlo?)	CLARIDAD AL COMPARTIR (¿es una idea clara y concreta?, ¿impacto en la gente adecuada?, ¿es una instrucción clara?)	AGILIDAD (¿estoy escogiendo el mejor medio?, ¿estoy informando a quién toma decisión?, ¿estoy informando a quién puede ayudar?)
CAOS A:				
CAOS B:				

CREATIVE