



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN GESTIÓN DE RECURSOS
HUMANOS**

**ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN PARA COLABORADORES
IMPULSADAS POR EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS EN
EMPRESAS DEL RUBRO AUTOMOTRIZ**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Gestión de
Recursos Humanos**

MARTHA ISABEL IZQUIERDO TABOADA

DIAMI YOANDRA SALVATIERRA EGAS

Lima – Perú

2023

Dedicatoria

A mis padres, por su amor, apoyo incondicional y sacrificios que hicieron para brindarme la educación y las oportunidades que hoy tengo.

Diami Salvatierra Egas

Dedicatoria

A mis padres, por su paciencia y constante estímulo. Su dedicación y sacrificio han sido mi mayor inspiración.

Martha Izquierdo Taboada

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	7
Introducción.....	8
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad.....	9
Selección del Problema o Necesidad a Resolver.....	9
<i>Problema 1: Comunicación Deficiente.....</i>	<i>9</i>
<i>Problema 2: Falta de Reconocimiento y Recompensas.....</i>	<i>11</i>
<i>Problema 3: Falta de Alineación con los Valores y Propósito de la Empresa.....</i>	<i>12</i>
Matriz de Criterio.....	14
Árbol Problema.....	15
Validación del Problema.....	16
Ficha de Prueba de Exploración.....	17
Ficha de Aprendizaje de Exploración.....	20
Descripción del Cliente.....	22
Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador.....	23
Aplicación de la Metodología Design Thinking.....	23
<i>Etapa 1 – Priorización: Técnica Speed Boat.....</i>	<i>23</i>
<i>Etapa 2 – Involucrarse: Técnica Focus Group.....</i>	<i>25</i>
<i>Etapa 3 – Observar: Técnica de Cuestionamiento ¿Qué, cómo y por qué?.....</i>	<i>27</i>
<i>Etapa 4 – Sumergirse: Técnica de Vivenciar.....</i>	<i>29</i>
Características del Producto o Servicio Innovador Validado.....	31
Storyboard.....	31

	4
<i>Proyecto “Carrera 3k”</i>	32
<i>Proyecto “Desarrollo de Talentos”</i>	34
<i>Proyecto “Lucas - Squad de Comunicaciones</i>	34
Malla Receptora de Información.....	35
Capítulo III: Lienzo de Modelo de Negocio.....	37
Producto Mínimo Viable (PMV).....	38
Capítulo IV: Aplicación de la Metodología Lean Startup.....	41
Estructura de Recopilación de Datos.....	42
Ficha de Aprendizaje Generadas por el Pitch MVP.....	44
Capítulo V: Análisis de Rentabilidad.....	47
Punto de Equilibrio.....	47
Necesidades de Inversión.....	49
VAN del Proyecto.....	55
TIR del Proyecto.....	56
Conclusiones.....	59
Recomendaciones.....	60
Referencias Bibliográficas.....	61
Anexos.....	63

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz de criterio.....	14
Tabla 2. Validación del problema.....	17
Tabla 3. Ficha de prueba de exploración.....	19
Tabla 4. Ficha de aprendizaje de exploración.....	21
Tabla 5. Descripción del cliente.....	22
Tabla 6. Speed boat.....	24
Tabla 7. Focus group.....	26
Tabla 8. Técnica de cuestionamiento ¿qué, cómo y por qué?.....	28
Tabla 9. Técnica sumergirse: técnica de vivenciar.....	30
Tabla 10. Bonos por cumplimiento de objetivos.....	34
Tabla 11. Malla receptora.....	36
Tabla 12. Revisión de indicadores – instagram.....	41
Tabla 13. Revisión de indicadores – facebook.....	42
Tabla 14. Estructura de recopilación de datos.....	43
Tabla 15. Landing page – instagram.....	44
Tabla 16. Costos fijos.....	48
Tabla 17. Costos variables.....	48
Tabla 18. Punto de equilibrio.....	49
Tabla 19. Costo de arranque.....	50
Tabla 20. Proyección de flujo de caja.....	50
Tabla 21. Unidades vendidas.....	51

Tabla 22. VAN del proyecto.....	55
---------------------------------	----

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Árbol problema.....	15
Figura 2. Sala cusco / empresa Astara Perú.....	27
Figura 3. Storyboard.....	32
Figura 4. Modelo de negocio.....	37
Figura 5. Landing page.....	39
Figura 6. Fan page de servicio – instagram.....	40
Figura 7. Red social – facebook.....	40
Figura 8. Fórmula de punto de equilibrio.....	48
Figura 9. Punto equilibrio.....	54
Figura 10. Fórmula de VAN.....	55
Figura 11. Fórmula de TIR.....	56
Figura 12. TIR del proyecto.....	57

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo abordar el desafío de la falta de reconocimiento y recompensas en el entorno laboral. A través de una consultora especializada, buscamos promover un cambio positivo en las organizaciones, brindando soluciones que fortalezcan el desarrollo personal y profesional de los colaboradores, generen mayor integración en los equipos de trabajo y mejoren el clima laboral. Nuestro enfoque se basa en la implementación de estrategias innovadoras y personalizadas, que permitan a las empresas impulsar la motivación, el compromiso y el rendimiento de sus colaboradores. Para lograrlo, ofrecemos servicios como la definición de objetivos corporativos, el fortalecimiento del liderazgo y habilidades, la capacitación constante y la creación de programas de reconocimiento y recompensas. Durante el proceso de investigación, identificamos la necesidad de contar con un equipo especializado que brinde acompañamiento y asesoramiento a las organizaciones, adaptándose a sus necesidades y desafíos específicos. Asimismo, hemos recogido la retroalimentación de diferentes actores involucrados, quienes han mostrado interés y apoyo a nuestro enfoque y propuesta de valor. Nuestras recomendaciones se centran en la implementación de un plan estratégico que incluya la creación de alianzas estratégicas, la promoción de canales de comunicación efectivos y la medición constante de los resultados obtenidos. En resumen, este proyecto se presenta como una solución integral para las organizaciones que buscan mejorar el reconocimiento y las recompensas hacia sus colaboradores. Nuestra consultora, respaldada por un equipo altamente capacitado y comprometido, está preparada para acompañar a las empresas en su camino hacia un entorno laboral más satisfactorio.

Introducción

En un entorno laboral cada vez más competitivo y cambiante, las organizaciones se enfrentan al desafío de retener y motivar a sus colaboradores. La falta de reconocimiento y recompensas puede tener un impacto negativo en la satisfacción laboral, el compromiso y el rendimiento de los colaboradores. Es en este contexto que surge la necesidad de contar con una consultora especializada que brinde soluciones efectivas y personalizadas para abordar este problema.

La presente propuesta tiene como objetivo principal ofrecer una alternativa innovadora y eficiente para mejorar el reconocimiento y las recompensas en las empresas. A través de un enfoque integral y centrado en las necesidades de cada organización, buscando promover un cambio positivo en el entorno laboral, fortaleciendo la motivación, el compromiso y el desarrollo de los colaboradores.

Durante el proceso de investigación y análisis, hemos identificado diversas causas y consecuencias de la falta de reconocimiento y recompensas, así como las expectativas y necesidades de los colaboradores en este aspecto. Asimismo, hemos recogido experiencias y buenas prácticas de empresas que han logrado implementar estrategias exitosas en este ámbito.

A lo largo de este proyecto, presentaremos diferentes soluciones y enfoques que pueden ser adaptados a cada organización, teniendo en cuenta sus particularidades y objetivos específicos. Nuestra consultora se compromete a brindar un acompañamiento personalizado y de calidad, orientado a generar resultados tangibles y duraderos en términos de reconocimiento y recompensas.

Capítulo I Identificación del Problema u Oportunidad

El propósito de este capítulo es brindar una visión clara y concisa de los aspectos fundamentales que guiarán el desarrollo de la investigación. Se busca identificar y describir el problema específico que se abordará, establecer metas claras y determinar las interrogantes que serán respondidas en el transcurso del estudio.

Selección del Problema o Necesidad a Resolver

En la actualidad, nos encontramos enfrentando desafíos relacionados con los colaboradores en el rubro automotriz, los cuales se manifiestan en forma de desmotivación y falta de interés en los objetivos y proyectos de la empresa. Estos problemas pueden atribuirse a diversos factores, entre los cuales destacan los siguientes:

Problema 1: Comunicación Deficiente

Según se menciona en el artículo "Los desafíos de la comunicación interna en el sector automotriz" (2022), la cadena de valor en esta industria es clave: su funcionamiento debe ser armónico y preciso. La sustentabilidad y las innovaciones tecnológicas que buscan reducir el impacto ambiental son centrales para este sector. Por ello, una estrategia adecuada y una planificación efectiva de la comunicación interna son esenciales para las compañías automotrices. como hago para que me salga la cita en las referencias.

Fiat sostiene que "La Comunicación Interna ocupa un lugar estratégico, ya que considera que a partir de una buena comunicación interna las personas pueden sentirse informadas, contenidas, escuchadas, y así se logra mantenerlas comprometidas para el logro de los objetivos organizacionales. En este sentido, la comunicación interna resulta una herramienta fundamental, entre otras que ofrece la empresa, para la construcción de un excelente lugar para trabajar. Además, se presta especial atención en la percepción: se entiende que no alcanza con tener buenas prácticas de recursos humanos, sino que es fundamental trabajar en la manera en

que éstas son percibidas por las personas" (De la estrategia a la acción - El sistema de comunicación interna en Fiat, 2015).

Según el artículo "Nueva Comunicación Interna en la Empresa" (2014), la Comunicación Interna desempeña un papel fundamental en la organización al mantener la coordinación entre los diferentes departamentos, fomentando la interacción, el logro de los objetivos estratégicos y la resolución de tensiones y conflictos interpersonales. Además, satisface las necesidades de información de los empleados y su demanda de participación dentro de la organización. Asimismo, promueve que todo el personal esté informado sobre las decisiones que los afectan y les brinda canales específicos para expresar su opinión.

Según Sordo (2022), la implementación de una comunicación empresarial efectiva conlleva a la reducción de riesgos, fortalece la credibilidad y reputación de la organización, y disminuye la propagación de rumores. Asimismo, facilita la creación de una cultura corporativa eficiente.

Según el artículo "El 60% de los problemas de las empresas son debido a mala comunicación" (2016), La falta de comunicación entre la alta dirección y los empleados sigue siendo uno de los principales desafíos en el desarrollo efectivo de las empresas. Como mencionó Peter Drucker, un reconocido experto en temas administrativos y considerado como el "padre del Management", más del 60% de los problemas en una empresa se originan debido a la falta de comunicación. Es crucial superar esta barrera y establecer canales efectivos de comunicación para garantizar el éxito y el crecimiento de la organización.

Podemos recalcar que la comunicación interna es crucial para coordinar los departamentos, lograr objetivos estratégicos y reducir tensiones. Así, satisfacer las necesidades de información de los colaboradores y fomentar su participación. Una buena comunicación disminuye riesgos, mejora la reputación y crea una cultura corporativa eficaz. En resumen, una comunicación efectiva es fundamental en el sector automotriz para la eficiencia y el compromiso de los colaboradores.

Problema 2: Falta de Reconocimiento y Recompensas

Según el artículo "Falta de reconocimiento laboral: ¿cómo afecta a los empleados?" (2023), La renuncia ha sido una de las situaciones que ha impactado significativamente a las empresas a nivel mundial en los últimos años. Entre los diversos factores que influyen, se destaca la falta de reconocimiento laboral como uno de los principales motivos que llevan a los colaboradores a buscar oportunidades en otras compañías. Es fundamental que las organizaciones comprendan la importancia de valorar y reconocer el trabajo de sus empleados para retener el talento y mantener un entorno laboral motivador.

Según Baruffati (2023), la falta de reconocimiento hacia el trabajo y esfuerzo de los empleados puede tener consecuencias negativas en el ambiente laboral, provocando tensiones y dificultades en la colaboración entre los equipos. Además, puede resultar en una alta rotación de personal, lo cual tiene un impacto económico significativo para la organización. Esto implica gastos adicionales en reclutamiento, selección, entrenamiento y capacitación de nuevos empleados, sin mencionar la pérdida de conocimientos y experiencia valiosa para la empresa. Es fundamental que las empresas valoren y reconozcan el esfuerzo de sus empleados para promover un entorno de trabajo positivo y favorecer la retención del talento.

Ribagorda Bernal (2019), la recompensa como compensación-remuneración tiene una finalidad instrumental, dirigiendo la actividad del empleado hacia un resultado específico. En contraste, el reconocimiento laboral impulsa la necesidad de sentirse reconocido por los logros y fortalece el compromiso con los valores de la organización, promoviendo relaciones de fidelidad a largo plazo. Proporciona motivación, satisfacción y ayuda a identificar fortalezas, aumentando la motivación para alcanzar un mayor rendimiento y agregar valor a la empresa.

Según Jean Pierre Rhor, fomentar una cultura empresarial basada en el reconocimiento tiene un efecto positivo en la motivación y compromiso de los profesionales hacia sus organizaciones y clientes. Destaca la necesidad de ser flexibles y adoptar una perspectiva

abierta que promueva el bienestar de los colaboradores y fomente la confianza, lo cual resulta beneficioso para el entorno laboral.

Según el artículo "Ejemplos de Reconocimiento Laboral en 2023", el reconocimiento entre pares impulsa la cultura empresarial, respalda la diversidad y la inclusión, y mantiene alta la moral de los empleados. Un mensaje de agradecimiento de un miembro del equipo puede tener un significado aún mayor que el reconocimiento de un gerente

Problema 3: Falta de Alineación con los Valores y Propósito de la Empresa

"Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos" (2022) define que la definición de la misión, visión y valores de una empresa es esencial para trazar el camino hacia el éxito. Estos elementos son los cimientos sobre los cuales se construye una estrategia de mercado sólida.

Según Pérez (2021), en la práctica empresarial, es común que las empresas definan sus valores corporativos en función de cómo desean ser percibidas por sus clientes y colaboradores. Sin embargo, es importante destacar que esta definición no siempre se cumple en la realidad, lo que puede resultar en valores que no se identifican con la empresa o que son simplemente declaraciones de intenciones. Para evitar esta situación, es fundamental que estos valores se integren en la cultura interna de la organización y se reflejen en todas las acciones, tanto hacia el público externo como interno.

Según un artículo titulado "Descubre si tu empresa tiene un correcto alineamiento estratégico" publicado en 2023, alrededor del 67% de las empresas fracasan en la ejecución de su plan estratégico. Esto se debe principalmente a la falta de participación y compromiso de los empleados, así como a la ausencia de liderazgo. Sin embargo, la causa principal suele ser la falta de alineación interna en la empresa, donde los empleados no comprenden claramente sus roles y no están de acuerdo con lo que hacen o con el propósito de sus acciones.

Descubre si tu empresa tiene un correcto alineamiento estratégico (2023) afirma que es crucial que una empresa logre una alineación estratégica efectiva para asegurar que todos sus miembros comprendan los objetivos finales, enfoques y estrategias utilizadas para alcanzarlos. Esto implica una gestión adecuada del talento humano, el uso de metodologías apropiadas, la aplicación de tecnología adecuada y la disponibilidad de herramientas que estén alineadas de manera coherente.

Martins (2023), menciona que un plan estratégico sólido puede brindar claridad y enfoque a una organización. No obstante, los resultados de su investigación revelan que solo el 16 % de los trabajadores del conocimiento perciben que su empresa es eficaz en el establecimiento y comunicación de los objetivos empresariales.

Podemos definir que la falta de alineación con los valores y propósito dentro de una empresa, donde los empleados no comprenden sus funciones o no están de acuerdo con ellas, es una de las principales causas del fracaso. Es necesario lograr una alineación clara en términos de gestión del talento humano, metodología, tecnología y herramientas. En resumen, la alineación estratégica y la comprensión clara de las funciones, objetivos y estrategias por parte de los empleados son fundamentales para el éxito de una empresa. Es esencial que las empresas se esfuercen por establecer y comunicar de manera efectiva los objetivos para lograr una mayor eficacia y una mejor orientación en la organización.

Matriz de Criterio

La matriz de criterio es una herramienta nos ayuda a tomar decisiones informadas al considerar las alternativas disponibles y evaluarlas en función de los criterios predefinidos, lo que permite una asignación eficiente de los recursos limitados.

En la siguiente tabla se presentan los criterios identificados para abordar la problemática:

Tabla 1 Matriz de criterio

Criterio	Peso (%)	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Interés	30%	4	5	4
Factibilidad	30%	3	4	3
Impacto	30%	4	4	3
Tiempo	10%	4	4	4
Total	100%	3.75	4.25	3.5

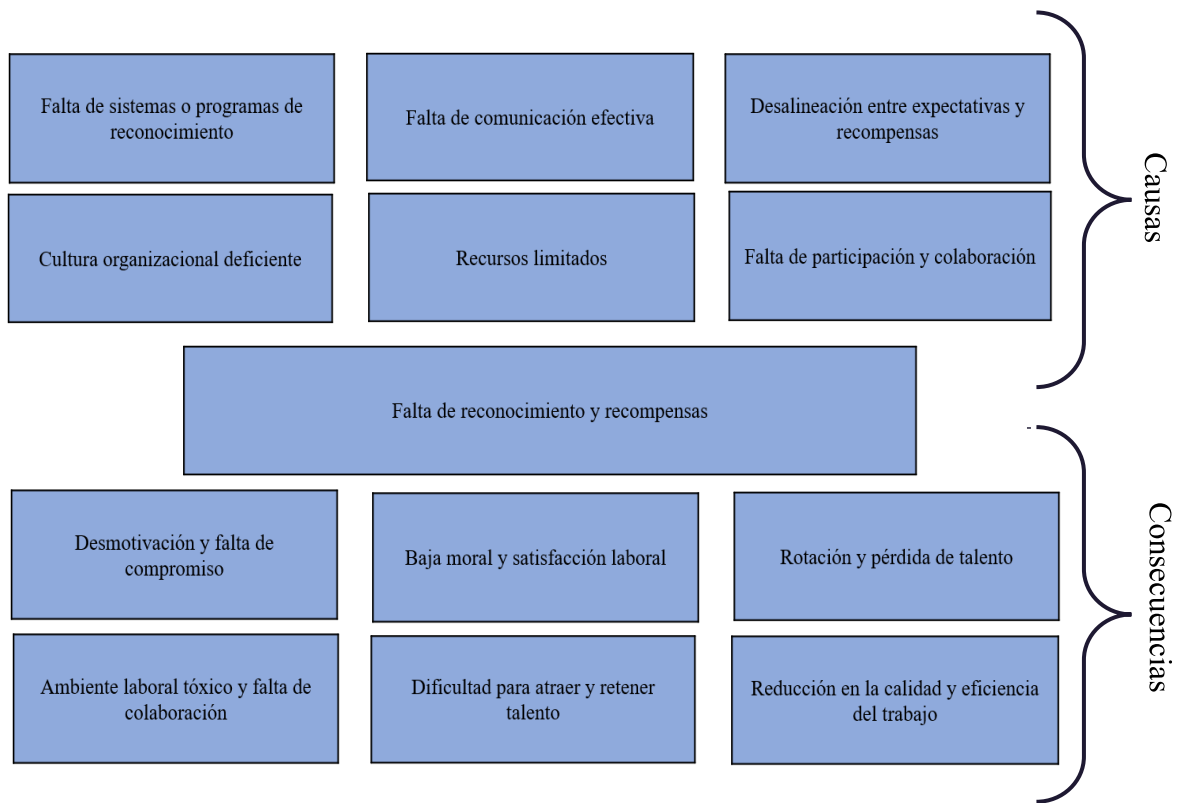
Después de realizar el análisis con la matriz de criterio, se ha determinado que el problema número 2, "Falta de reconocimiento y recompensas", ha obtenido el puntaje más alto, con una puntuación de 4.25. Esto indica que es un problema de gran relevancia y que requiere una atención especial.

La falta de reconocimiento y recompensas puede tener un impacto significativo en la motivación y el compromiso de los empleados. Cuando los esfuerzos y logros de los empleados no son reconocidos o recompensados de manera adecuada, puede generar descontento, desmotivación e incluso la pérdida de talento.

Árbol Problema

El árbol de problemas es una herramienta que nos proporciona una visión simplificada, concreta y ordenada de las causas y efectos de un problema. Permite identificar y analizar las causas raíz del problema y su impacto, así como determinar qué factores son los más relevantes y tienen mayor influencia en el problema.

A continuación, presentamos nuestro árbol problema, una herramienta que nos permitirá tener una visión integral del problema que estamos abordando:

Figura 1***Árbol problema***

En base a las causas identificadas, se puede concluir que la falta de sistemas o programas de reconocimiento, una cultura organizacional deficiente, la falta de comunicación efectiva, recursos limitados, desalineación entre expectativas y recompensas, y la falta de participación y colaboración son factores que contribuyen a la problemática de la falta de reconocimiento y recompensas en la organización.

Estas causas tienen diversas consecuencias negativas, como la desmotivación y falta de compromiso de los colaboradores, baja moral y satisfacción laboral, rotación y pérdida de talento, dificultad para atraer y retener talento, reducción en la calidad y eficiencia del trabajo, y un ambiente laboral tóxico y falta de colaboración.

Es importante abordar estas causas y consecuencias para mejorar la situación. Implementar sistemas de reconocimiento, fortalecer la cultura organizacional, mejorar la

comunicación interna, asignar recursos adecuados, alinear expectativas y recompensas, y fomentar la participación y colaboración pueden ser acciones efectivas para superar estos desafíos y promover un ambiente de trabajo más motivador y satisfactorio.

Validación del Problema

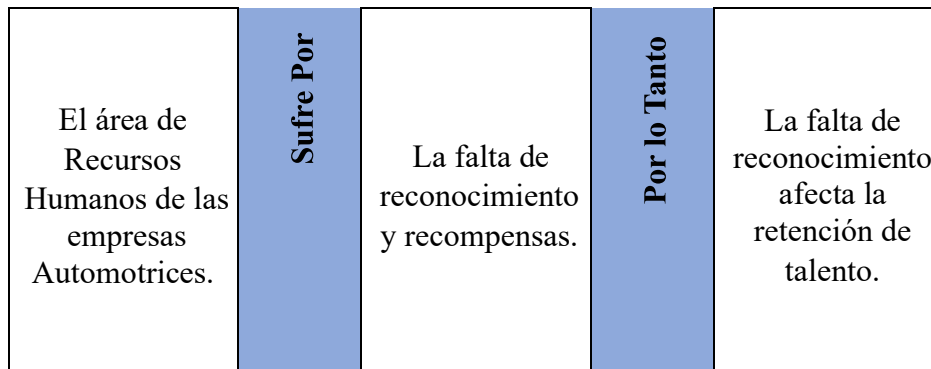
El principal problema identificado es la falta de reconocimiento y recompensas por parte de la empresa hacia sus colaboradores. Esta situación puede generar la percepción de que el trabajo realizado no es valorado ni apreciado, lo que puede llevar a los empleados a buscar oportunidades laborales en otras organizaciones.

La falta de reconocimiento y recompensas puede afectar negativamente la motivación y el compromiso de los colaboradores. Cuando no se sienten valorados por sus esfuerzos y logros, es probable que su satisfacción laboral disminuya y se vea comprometida su lealtad hacia la empresa.

Además, esta falta de reconocimiento puede tener un impacto en la retención del talento. Los colaboradores más talentosos y competentes podrían sentirse desmotivados y buscar opciones donde sus habilidades y contribuciones sean reconocidas y recompensadas de manera adecuada. En la siguiente tabla podremos validar el problema con claridad, comprensión y respaldo para abordar de manera efectiva los desafíos identificados:

Tabla 2 *Validación del problema*

Cliente		Problema		Supuestos
---------	--	----------	--	-----------



Para validar y respaldar los supuestos mencionados anteriormente, se llevó a cabo un proceso de investigación exploratoria. Este tipo de investigación tiene como objetivo recopilar información preliminar y obtener una comprensión más profunda del problema en cuestión.

Durante el proceso de investigación, se utilizaron métodos como entrevistas. Se entrevistó a empleados de la organización, se les solicitó su opinión sobre el reconocimiento y las recompensas en el lugar de trabajo, y se recopiló información sobre sus percepciones y experiencias.

Ficha de Prueba de Exploración

Para la siguiente ficha de prueba de exploración, llevaremos a cabo entrevistas con 8 posibles clientes que hemos identificado como potenciales receptores de nuestro servicio. Durante estas entrevistas, aplicaremos encuestas y realizaremos observaciones detalladas para recopilar datos relevantes. Posteriormente, plasmaremos los resultados obtenidos en la ficha de aprendizaje.

El objetivo de estas entrevistas es obtener una comprensión más profunda de las necesidades, preferencias y desafíos de nuestros posibles clientes. A través de preguntas estratégicas y la observación cuidadosa, buscamos obtener información valiosa sobre cómo nuestro servicio puede satisfacer sus necesidades y brindarles un valor significativo.

Durante las entrevistas, estaremos atentos a las respuestas de los clientes, analizando sus comentarios, sugerencias y opiniones. También estaremos observando su comportamiento y reacciones durante el proceso de prueba, para captar cualquier aspecto relevante que pueda influir en la mejora de nuestro servicio.

Una vez completadas las entrevistas, analizaremos los datos recopilados y plasmaremos los resultados en la ficha de aprendizaje. Esto incluirá una descripción detallada de los hallazgos, las necesidades identificadas, las preferencias de los clientes y cualquier otra información relevante que nos ayude a tomar decisiones informadas para el desarrollo y mejora de nuestro servicio.

La ficha de prueba de exploración será una herramienta valiosa que nos permitirá reflexionar sobre los resultados obtenidos, extraer enseñanzas y planificar acciones futuras basadas en los datos recopilados durante el proceso de exploración. De esta manera, estaremos utilizando la retroalimentación de los posibles clientes para ajustar y afinar nuestro servicio, con el objetivo de ofrecer una solución que realmente satisfaga sus necesidades y supere sus expectativas.

A continuación, presentamos los resultados de la prueba de exploración que hemos llevado a cabo:

Tabla 3 *Ficha de prueba de exploración*

Ficha de prueba de exploración	
Entrevistados	8 especialista en Recursos Humanos.
Preguntas	1. ¿Sientes que tu trabajo y esfuerzo son reconocidos y valorados por la empresa?
	2. ¿Crees que la empresa brinda oportunidades de desarrollo y crecimiento basadas en el reconocimiento y el desempeño?

	3. ¿Has considerado buscar oportunidades laborales en otras organizaciones debido a la falta de reconocimiento y recompensas en esta empresa?
Pruebas	Se entrevistaron a 5 especialistas en Recursos Humanos que trabajan en el rubro automotriz.
Métricas	Estas preguntas permiten obtener información directa de los colaboradores y evaluar su percepción sobre el reconocimiento y las recompensas en el entorno laboral.
	Las respuestas pueden servir como base para diseñar estrategias y acciones que promuevan un sistema de reconocimiento y recompensas efectivo y motivador.
	Las respuestas proporcionarán una visión más completa y ayudarán a identificar áreas de mejora en la empresa.

Luego de este proceso de exploración, llegamos a la conclusión de que efectivamente las dificultades identificadas en las áreas administrativas de las empresas del rubro automotriz están relacionadas con la falta de reconocimiento y recompensas. Las encuestas y las respuestas obtenidas de los colaboradores revelaron una falta de valoración y reconocimiento hacia su trabajo y esfuerzo. Esto puede generar desmotivación, baja moral y un sentimiento de falta de gratificación por parte de los empleados.

Además, se evidenció que la falta de oportunidades de desarrollo y crecimiento basadas en el reconocimiento y el desempeño también contribuye a esta problemática. Los colaboradores sienten que no se les brinda la posibilidad de avanzar en sus carreras y que su esfuerzo no es recompensado de manera adecuada. Por lo tanto, es fundamental que las empresas del rubro automotriz tomen medidas para abordar esta problemática. Es necesario implementar estrategias de reconocimiento y recompensas que valoren el trabajo de los colaboradores, así como ofrecer oportunidades claras de desarrollo y crecimiento basadas en el desempeño.

Al poner en práctica acciones, las empresas podrán mejorar la satisfacción laboral de sus colaboradores, fortalecer su compromiso y motivación, y promover un entorno de trabajo más productivo y positivo en las áreas administrativas.

Ficha de aprendizaje de exploración

La ficha de aprendizaje de exploración se utiliza para documentar de manera sistemática y estructurada los hallazgos, opiniones, ideas o percepciones recopiladas durante el proceso de investigación. Permite tener un registro detallado de los datos obtenidos, lo que facilita su posterior análisis y la identificación de patrones, tendencias o conclusiones importantes.

En resumen, la ficha de aprendizaje de exploración es una herramienta clave para sistematizar y organizar la información recolectada durante la fase de exploración de un estudio o investigación, proporcionando una base sólida para el análisis posterior y la toma de decisiones.

En la siguiente tabla se presenta la ficha de aprendizaje de exploración que recopila las respuestas obtenidas de las entrevistas y encuestas realizadas a los 8 especialistas en Recursos Humanos:

Tabla 4 *Ficha de aprendizaje de exploración*

Ficha de aprendizaje de exploración	
Entrevistados	1. Andrea Paola Lopez-Torres Iparraguirre (31/10/2022)
	2. Maria Edelmira Gutierrez Patiño Paul (31/10/2022)
	3. Elizabeth Carina Ccalluco Ángeles (31/10/2022)
	4. Ana Maria Rodriguez Santos (31/10/2022)
	5. Jacqueline Ivonne Lopez Delgado (31/10/2022)
Preguntas	1. ¿Sientes que tu trabajo y esfuerzo son reconocidos y valorados por la empresa?
	2. ¿Crees que la empresa brinda oportunidades de desarrollo y crecimiento basadas en el reconocimiento y el desempeño?

	3. ¿Has considerado buscar oportunidades laborales en otras organizaciones debido a la falta de reconocimiento y recompensas en esta empresa?
Observaciones	Luego de realizar las entrevistas, hemos podido identificar los siguientes hallazgos: 1. La mayoría de los entrevistados siente que su trabajo y esfuerzo no son reconocidos ni valorados por la empresa, se puede concluir que existe una falta de reconocimiento en el entorno laboral. Esto puede afectar la motivación y la satisfacción de los empleados, lo que a su vez podría llevar a una disminución en la productividad y posiblemente a una mayor rotación de personal. Algunos entrevistados manifestaron que la empresa no brinda suficientes oportunidades de desarrollo y crecimiento basadas en el reconocimiento y el desempeño.
Aprendizajes e insights	Establecer un sistema de reconocimiento: Implementar un programa formal de reconocimiento que valore y premie los logros y el esfuerzo de los empleados. Esto puede incluir reconocimientos públicos, premios, bonificaciones o incentivos especiales. Es importante que el reconocimiento sea oportuno, significativo y personalizado para que los empleados se sientan valorados. Fomentar una cultura de apreciación: Promover una cultura en la que se valore y aprecie el trabajo de los empleados. Esto implica fomentar el reconocimiento entre colegas, alentar el agradecimiento y el elogio mutuo, y crear espacios para compartir los éxitos y logros del equipo.
Decisiones y acciones	Para abordar los desafíos identificados anteriormente y promover el reconocimiento y la satisfacción de los colaboradores, se proponen los siguientes proyectos: 1. Proyecto "Desarrollo de Talentos" 2. Proyecto "Lucas - Squad de Comunicaciones" 3. Proyecto "Carrera 3K"

Descripción del cliente

La descripción del cliente nos brinda una clara idea para desarrollar soluciones personalizadas y efectivas que aborden la falta de reconocimiento y recompensas en una empresa automotriz.

En base a todo lo expuesto hasta el momento, hemos identificado un modelo de ideal de cliente al que describiremos a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 5 Descripción del cliente

Datos	
Tipo de negocio	Empresa Retail

Rubro	Automotriz
Tiempo en el mercado	20 años
Metas y valores	Retos y dolores
Mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores: El objetivo principal es asegurar que los empleados se sientan valorados, reconocidos y recompensados por su trabajo y esfuerzo. Esto contribuirá a aumentar su satisfacción laboral y su compromiso con la empresa. Incrementar la motivación y el compromiso de los colaboradores: Al implementar estrategias efectivas de reconocimiento y recompensas, se busca aumentar la motivación de los colaboradores.	Resistencia al cambio: Implementar nuevas estrategias de reconocimiento y recompensas puede encontrarse con resistencia por parte de algunos miembros de la organización. Algunos colaboradores pueden estar acostumbrados a un enfoque tradicional o pueden tener temores acerca de cómo se implementarán los cambios. Asignación de recursos: Puede ser necesario destinar recursos financieros y humanos para desarrollar e implementar programas.
Fuentes de información	Objeciones
Los empleados son una fuente valiosa de información sobre la falta de reconocimiento y recompensas en la empresa. Sus percepciones y experiencias pueden brindar una visión más clara del problema y las posibles soluciones. Los líderes y directivos desempeñan un papel crucial, ya que son responsables de establecer y promover una cultura de reconocimiento y recompensas en la organización.	Resistencia al cambio: Los colaboradores o incluso los líderes pueden resistirse a adoptar nuevas prácticas de reconocimiento y recompensas debido a la comodidad o familiaridad con los métodos existentes. Limitaciones presupuestarias: La falta de recursos financieros puede ser un obstáculo para implementar programas de reconocimiento y recompensas efectivos.

Capítulo II Diseño del Producto o Servicio Innovador

El propósito de este capítulo es presentar de manera clara y concisa el diseño del producto o servicio innovador que utilizaremos para satisfacer las necesidades del cliente. A continuación, se describe detalladamente cómo hemos abordado el proceso de diseño y los elementos clave que conforman nuestra solución innovadora.

Aplicación de la Metodología Design Thinking

Después de analizar el problema e identificar que hay un grupo de clientes que lo experimenta, es crucial centrarse en desarrollar una solución innovadora. Por lo tanto, es necesario llevar a cabo un proceso de investigación exploratoria para comprender y empatizar

con los clientes. Este proceso constará de cuatro etapas distintas, en las cuales se utilizarán diferentes técnicas que nos ayudará en la investigación:

Etapas 1 – Priorización: Técnica Speed Boat

La técnica Speed Boat es una herramienta visual y participativa que ayuda a comprender mejor los factores claves que pueden influir en el éxito del proyecto. Al priorizar estos factores, se pueden tomar decisiones más informadas y desarrollar planes de acción más efectivos para alcanzar los objetivos deseados.

En la siguiente tabla se presenta el análisis de los motores y obstáculos relacionados con la investigación:

Tabla 6

Speedy boat

Motores	Anclas
Mejora del clima laboral	Resistencia al cambio
Aumento de la motivación y el compromiso	Falta de apoyo de la alta dirección
Retención de talento	Limitaciones presupuestarias
Mejora del rendimiento y la productividad	Resistencia o falta de participación de los colaboradores
Fortalecimiento de la cultura organizacional	Medición de impacto y resultados

La aplicación de la técnica Speed Boat ha permitido identificar los motores y anclas asociados a la problemática abordada. Los motores representan los impulsores positivos, tales

como la mejora del clima laboral, el aumento de la motivación y el compromiso, la retención de talento, el mejor rendimiento y productividad, y el fortalecimiento de la cultura organizacional. Estos factores contribuyen al éxito y al logro de los objetivos planteados.

Por otro lado, las anclas representan los obstáculos o desafíos que podrían dificultar la implementación y el avance del proyecto. Entre ellos se encuentran la resistencia al cambio, la falta de apoyo de la alta dirección, las limitaciones presupuestarias, la resistencia o falta de participación de los colaboradores, y la necesidad de medir el impacto y los resultados obtenidos.

Es fundamental tener en cuenta tanto los motores como las anclas al diseñar estrategias y acciones para abordar la problemática. Enfocarse en potenciar los motores y mitigar los obstáculos permitirá impulsar el cambio de manera efectiva y lograr resultados satisfactorios en términos de mejora del clima laboral, motivación, retención de talento, rendimiento y fortalecimiento de la cultura organizacional.

Etapa 2 – Involucrarse: Técnica Focus Group

La técnica del Focus Group es una herramienta participativa que permite recopilar información cualitativa a través de la interacción grupal. Consiste en reunir a un grupo de personas en este caso colaboradores relevantes para discutir y analizar temas específicos relacionados con el proyecto.

En este caso, la técnica del Focus Group se utiliza para involucrar a los participantes y obtener una perspectiva más profunda sobre la problemática abordada. A través de la dinámica de grupo, se fomenta la expresión de opiniones, experiencias y sugerencias, lo que proporciona una visión más completa y enriquecedora de la situación.

Con el objetivo de comprender mejor los pensamientos y sentimientos de nuestros clientes en relación con este problema y determinar la dirección adecuada para nuestros esfuerzos, hemos recopilado la siguiente información:

Tabla

7

Focus group

Entrevista a 8 profesionales del rubro Automotriz			
Edades:	Entre 32 a 44 años	Sexo:	3 mujeres / 5 hombres
Profesión:	Psicología, Ingeniería Industrial, Administración de Empresas y Marketing.		
Puestos:	Jefe de Soporte e Infraestructura, jefe de Repuestos, Practicante profesional de Postventa, Gerente de Operaciones, Head of Innovation, Asistente de Proyectos Digitales, Talent Leader y Analista de Marketing.		
¿Sientes que hay una falta de reconocimiento y recompensas en tu organización?			
<p>En resumen, los comentarios de los participantes destacan los siguientes puntos clave: En el rubro automotriz, se percibe que los colaboradores son dejados de lado en ciertos momentos. No se enfoca en su desarrollo personal ni se tiene en cuenta cómo se sienten o si están experimentando algún problema o necesidad.</p> <p>La falta de seguimiento adecuado de los logros y desarrollo personal y profesional de los colaboradores contribuye a la poca fidelización en las empresas del sector.</p>			
¿Consideras que la falta de reconocimiento y recompensas ha afectado tu compromiso con la empresa o tu intención de permanecer en ella a largo plazo?			
<p>La mayoría de los entrevistados expresaron que sí perciben una falta de reconocimiento y recompensas en su trabajo. Manifestaron que no sienten que la empresa se interese en ellos como personas y que sus necesidades no son tomadas en cuenta. Como resultado, cinco de ellos han considerado en ocasiones buscar otras opciones laborales.</p>			
¿Qué acciones o iniciativas crees que podrían mejorar la falta de reconocimiento y recompensas en tu empresa?			
<p>Resumen de las iniciativas: Incentivos por cumplimiento de metas, participación en proyectos, bonos por puntualidad y días libres por onomástico y beneficios compartidos en familia. Estas iniciativas buscan mejorar el reconocimiento, la satisfacción y la motivación de los empleados al ofrecerles incentivos tangibles y oportunidades de crecimiento. Al implementar estas medidas, la empresa puede promover un ambiente laboral más positivo y fortalecer la relación entre los colaboradores y la organización.</p>			
Consulta 4: ¿Crees que un programa de incentivos y reconocimientos podría tener un impacto positivo en tu motivación y compromiso laboral?			
<p>El 100% de los entrevistados expresaron de manera unánime que sería una excelente iniciativa que su empresa implemente un programa de incentivos y reconocimientos. Según su opinión, esto les brindaría la oportunidad de mejorar tanto a nivel personal como profesional, además de fortalecer el compromiso laboral que actualmente sienten que está ausente.</p>			
Cierre de la entrevista			

En conclusión, los resultados de las entrevistas muestran un consenso claro entre los colaboradores respecto a la importancia de implementar un programa de incentivos y reconocimientos en la empresa. Todos los entrevistados expresaron su entusiasmo y apoyo hacia esta iniciativa, ya que consideran que les brindaría la oportunidad de mejorar a nivel personal y profesional, así como fortalecer su compromiso laboral.

Etapa 3 – Observar: Técnica de cuestionamiento ¿Qué, cómo y por qué?

Al utilizar la técnica de cuestionamiento "Qué, cómo y por qué", podemos obtener una visión más completa y enriquecedora de la situación o problema que estamos analizando. Nos permite explorar diferentes dimensiones, comprender las relaciones y los factores clave, y obtener una mayor claridad sobre el fenómeno en estudio

Podremos apreciar en la siguiente imagen una reunión llevada a cabo en la sala Cusco de Astara Perú:

Figura 2 Sala Cusco / empresa Astara Perú



Se puede observar claramente que los participantes no muestran signos de alegría y, de hecho, parecen estar desanimados o preocupados por algo en particular. Este sentimiento se refleja en las expresiones faciales y en la postura corporal de los asistentes.

Es importante destacar que, a pesar de la falta de detalles específicos sobre las causas de este estado de ánimo, es evidente que algo está afectando negativamente a los participantes y está impactando en su nivel de compromiso y entusiasmo durante la reunión.

Tabla

En la siguiente tabla podremos ver más detalles de la técnica de cuestionamiento:

8

Técnica de cuestionamiento ¿qué, cómo y por qué?

¿Qué? Observación concreta	¿Cómo? Entendimiento	¿Por qué? Interpretación
<p>En la imagen captada durante la reunión en la sala Cusco de Astara Perú, se puede observar una falta de interacción y conversación entre los participantes, a pesar de encontrarse en el mismo lugar. Dos personas en particular parecen aislarse del resto y no se involucran en las actividades o interacciones grupales.</p>	<p>La imagen muestra que algunas personas en la reunión optan por utilizar sus teléfonos móviles en lugar de interactuar con los demás. Para abordar esta situación, es necesario promover un ambiente estimulante y participativo, establecer normas de conducta adecuadas y fomentar la participación de todos los asistentes. Esto ayudará a crear un entorno en el que la interacción y el compromiso sean valorados y alentados.</p>	<p>La persona puede sentir que la reunión o la interacción no le resulta relevante o interesante, por lo que prefiere buscar entretenimiento o distracción en su teléfono. Además, se puede percibir que los colaboradores muestran falta de motivación, carecen de interés por conocer a otras personas, no se involucran activamente y, en particular, muestran poco entusiasmo por participar en la reunión.</p>

Los resultados de la observación indican que los colaboradores presentan una falta de motivación y un bajo nivel de interés en la reunión. Se evidencia que prefieren buscar entretenimiento o distracción en sus teléfonos en lugar de participar de manera activa en las actividades o interacciones que se llevan a cabo.

Estos resultados reflejan un posible problema de compromiso y participación por parte de los colaboradores, lo cual puede tener un impacto negativo en la productividad y el ambiente laboral. Es importante tener en cuenta estos hallazgos al momento de diseñar estrategias para mejorar la participación de los empleados en reuniones y promover un mayor compromiso con las tareas y objetivos de la organización.

Algunas posibles acciones para considerar podrían ser: revisar la relevancia y el formato de las reuniones, brindar oportunidades para la participación de los colaboradores, fomentar un ambiente abierto y colaborativo, y establecer una comunicación clara sobre los objetivos y la importancia de la reunión. Estas medidas pueden ayudar a incrementar el compromiso y la motivación de los colaboradores, generando un impacto positivo en el desempeño y la satisfacción laboral.

Etapa 4 – Sumergirse: Técnica de vivenciar

En esta etapa podremos experimentar de forma directa y personal una situación o contexto relacionado con el problema o proyecto en cuestión. A través de esta información, se busca obtener una comprensión más profunda y empática de las experiencias de las personas involucradas, sus emociones, desafíos y necesidades.

En resumen, la técnica de vivenciar brinda una perspectiva más rica y auténtica del contexto en el que se desarrolla un proyecto, lo que resulta en mejores decisiones, soluciones más efectivas y una mayor satisfacción de los usuarios.

En la siguiente tabla podremos ver más detalles de la técnica de vivencia:

Tabla

9

Técnica sumergirse: técnica de vivenciar

Antes	Se ha identificado que la empresa actualmente solo brinda capacitaciones y un plan de desarrollo para las posiciones de alta jerarquía, sin enfocarse en todos los colaboradores. Esta falta de atención y oportunidades para el desarrollo personal y profesional de todos los empleados ha generado un desinterés y una desmotivación en ellos. Además, se ha observado que la empresa carece de programas de incentivos para los colaboradores, lo cual contribuye aún más a la falta de reconocimiento y recompensas por su trabajo y esfuerzo.
Durante	Los colaboradores se sienten frustrados y desmotivados debido a la falta de atención y oportunidades de desarrollo personal y profesional que reciben por parte de la empresa. Esta situación genera un sentimiento de insignificancia y falta de valoración, ya que no se les brinda el mismo nivel de atención y recursos que se destinan a las posiciones de alta jerarquía. Asimismo, la ausencia de programas de incentivos hace que los colaboradores se sientan desmotivados y poco reconocidos por su trabajo y esfuerzo.
Después	Los colaboradores se sienten desvalorizados, desmotivados y con una disminución en su satisfacción laboral debido a la falta de atención, oportunidades de desarrollo y programas de incentivos en la empresa.

Existe una clara percepción de falta de reconocimiento y recompensas por parte de los colaboradores en las empresas. Los clientes expresan que no se sienten valorados ni se les presta la debida atención en cuanto a su desarrollo personal y profesional. Además, se evidencia una falta de seguimiento de sus logros y una falta de interés en comprender sus necesidades y aspiraciones.

Estos hallazgos resaltan la importancia de implementar medidas que promuevan el reconocimiento y las recompensas en las empresas. Un programa de incentivos y reconocimientos podría ser una solución efectiva para mejorar el compromiso de los colaboradores, su motivación y su satisfacción laboral.

Es fundamental que las empresas presten atención a las opiniones y necesidades de sus colaboradores, brindándoles oportunidades de crecimiento, reconocimiento y recompensas justas. Esto no solo fortalecerá el vínculo entre los colaboradores y la empresa, sino que también contribuirá a un ambiente laboral más positivo y productivo.

Características del Producto o Servicio Innovador Validado

Ahora que hemos obtenido una comprensión más profunda de nuestros clientes, sus necesidades, pensamientos y sentimientos en relación con el problema, es el momento de embarcarnos en el proceso de prototipado. Este proceso nos permitirá tener una idea tangible de cómo se brindaría el producto o servicio, y lo más importante, nos ayudará a recopilar información valiosa de nuestros clientes, ya que podrán experimentar de manera práctica cómo sería el producto final.

El prototipado nos brinda la oportunidad de refinar nuestra solución en base a los comentarios y sugerencias de los clientes. Nos permite probar diferentes enfoques y funcionalidades, evaluando su viabilidad y efectividad en la resolución del problema identificado. Al ofrecer a los clientes la oportunidad de interactuar con el prototipo, podemos obtener una retroalimentación directa sobre su experiencia, comprender mejor sus necesidades y realizar los ajustes necesarios antes de lanzar el producto o servicio al mercado.

Para obtener retroalimentación y sugerencias de los clientes y evaluar la aceptación de nuestro servicio, utilizaremos diversas técnicas que nos permitirán recopilar información relevante. Algunas de estas técnicas son:

Tabla
Storyboard

El Storyboard nos brinda una valiosa oportunidad para involucrar a los clientes en el desarrollo del producto, fomentando una colaboración activa y generando un sentido de propiedad compartida. Al proporcionarles una experiencia tangible, podemos generar un mayor

compromiso y motivación por parte de los clientes para participar en el proceso de mejora continua.

A continuación, presentamos un prototipo de nuestro servicio:

Figura 3 Storyboard



El principal objetivo de la consultora es implementar nuevas estrategias con el fin de mejorar el clima laboral y promover una mayor integración entre los colaboradores. Para lograrlo, se utilizarán tres estrategias clave en el servicio:

Proyecto "Carrera 3k". Es un proyecto de definición de objetivos a nivel corporativo que se divide en tres etapas a lo largo del año. Cada etapa tiene un enfoque específico y se utiliza como herramienta para medir el desempeño y el cumplimiento de los objetivos establecidos. Estas etapas permiten una revisión periódica y un ajuste de los objetivos, según sea necesario, para garantizar un enfoque realista y alcanzable. El objetivo principal del proyecto es promover la claridad en los objetivos corporativos y brindar a los colaboradores la oportunidad de alinear

sus esfuerzos con las metas de la organización. Esto fomenta una mayor motivación, compromiso y logro de resultados exitosos.

- Primera Etapa - 1k: Esta etapa se lleva a cabo al inicio del año, donde el colaborador se reúne con su jefe directo para establecer los objetivos a alcanzar a lo largo del año. Estos objetivos se definen a nivel personal, de equipo y corporativo. Se utiliza un Excel compartido como herramienta de medición y seguimiento de los objetivos.
- Segunda Etapa - 2k: En esta etapa, que se realiza a mediados de año, se realiza una evaluación del progreso de los objetivos establecidos inicialmente. El colaborador tiene conocimiento del grado de cumplimiento parcial de sus objetivos, teniendo en cuenta el desempeño demostrado hasta el momento. Además, se ofrece la oportunidad de ajustar algunos objetivos en base al panorama realista a mitad de año, considerando que el cumplimiento de algunos objetivos puede haber sido afectado por circunstancias externas al desempeño del colaborador. El objetivo no es presionar al colaborador, sino incentivarlo a mejorar su desempeño.
- Tercera Etapa - 3k: En esta etapa se revisa el grado de cumplimiento de los objetivos junto con el colaborador. En función del cumplimiento, se ofrecen beneficios remunerativos previamente informados al colaborador al inicio del proyecto. Estos beneficios pueden variar según el grado de cumplimiento de los objetivos y se utilizan como una forma de reconocimiento y recompensa por el desempeño alcanzado.

En la siguiente tabla podremos visualizar los bonos de cumplimiento por objetivos:

Tabla 10 Bonos por cumplimiento de objetivos

Cumplimiento de Objetivos	Bonos
80%	Equivalente a 1 sueldo

90%	Equivalente a 1.4 sueldos
100%	Equivalente a 1.8 sueldos
120% o más	Equivalente a 2.2 sueldos

Proyecto “Desarrollo de Talentos”. Es un proyecto centrado en el desarrollo y retención del talento a través de la asignación de presupuestos específicos por área para capacitaciones continuas con los colaboradores. El objetivo principal es reducir la alta rotación de personal, promover una mayor integración entre los colaboradores y mejorar el clima laboral dentro de la empresa. Para lograrlo, se brindarán oportunidades de desarrollo y crecimiento a través de programas de capacitación adaptados a las necesidades de cada área. Esto permitirá fortalecer las habilidades de los colaboradores, aumentar su compromiso con la organización y generar un ambiente de trabajo más satisfactorio y productivo.

Proyecto “Lucas - Squad de Comunicaciones. Un proyecto destinado a mejorar la comunicación fluida entre las diferentes áreas de la empresa. Cada área contará con un embajador designado para el proyecto, quien actuará como enlace entre las sugerencias, inquietudes y necesidades de su área y el Squad de Comunicaciones. Se busca garantizar que cada colaborador sea escuchado y tenga la oportunidad de expresar sus opiniones.

Los objetivos principales del proyecto son fomentar una mayor integración entre los colaboradores y mejorar el clima laboral en la organización. A través de una comunicación más efectiva y transparente, se busca fortalecer los lazos entre los equipos de trabajo y crear un ambiente laboral más colaborativo y motivador.

El proyecto se centrará en promover canales de comunicación abiertos y efectivos, donde se fomente el intercambio de ideas, se atiendan las necesidades de cada área y se impulsen iniciativas que contribuyan al bienestar y la satisfacción de los colaboradores. Esto permitirá

crear un entorno de trabajo más positivo, donde todos los empleados se sientan valorados y comprometidos con los objetivos comunes de la empresa.

Malla Receptora de Información

La malla receptora de información nos brinda orden y estructura a la información recopilada por los clientes, facilitando su análisis y utilización en la toma de decisiones. Nos permite organizar y clasificar la información de manera eficiente, optimizando el proceso de recopilación y aprovechando al máximo los datos obtenidos.

A continuación, presentamos un resumen de la retroalimentación recopilada:

Tabla 11 Malla receptora

Aspectos positivos	Críticas constructivas
Los nombres de los proyectos fueron elegidos cuidadosamente para transmitir una imagen innovadora y atractiva a los colaboradores. Se buscó utilizar términos que fueran llamativos y que despertaran el interés de los empleados, generando un enfoque marquetero que captara su atención.	Se buscará construir un contenido visual atractivo y de calidad que refuerce los mensajes clave y capture la atención de los colaboradores.
Duda e inconvenientes	Nuevas ideas o sugerencias

<p>Una de las inquietudes planteadas fue si el precio variaba en función de la cantidad de colaboradores. Es importante aclarar que el precio del servicio no está directamente relacionado con la cantidad de colaboradores, sino más bien con el alcance y la complejidad de la consultoría requerida. El objetivo es brindar un servicio de calidad y adaptado a las necesidades de cada empresa, independientemente de su tamaño. Se realizará un análisis detallado de los requerimientos y se elaborará una propuesta personalizada que refleje el trabajo a realizar y los recursos necesarios.</p>	<p>Se planteó la posibilidad de contar con una plataforma digital que permita el seguimiento y monitoreo de los avances del proyecto. Esta plataforma sería una herramienta eficiente y accesible para todos los colaboradores, brindando transparencia y facilitando la comunicación entre los diferentes equipos involucrados.</p>
--	--

Pusimos identificar que los nombres de los proyectos fueron atractivos para los clientes. y una inquietud planteada fue si el precio variaba en función de la cantidad de colaboradores, pero se aclaró que el precio se determina según el alcance y complejidad de la consultoría, no directamente por la cantidad de colaboradores.

Capítulo III Lienzo de Modelo de Negocio

El Lienzo de modelo de negocio nos permite describir y analizar los diferentes aspectos clave de un modelo de negocio. Consiste en un lienzo dividido en nueve bloques, cada uno representando un elemento fundamental del negocio. A continuación, lo presentamos en la siguiente figura:

Figura 4 Modelo de negocio

SOCIOS CLAVE Empresas y organizaciones. Profesionales en recursos humanos y psicología organizacional. Proveedores de tecnología. Consultores y coaches especializados.	ACTIVIDADES CLAVE Investigación y análisis. Diseño de programas personalizados. Consultoría y asesoramiento. Desarrollo de contenido. Evaluación y seguimiento.	PROPUESTA DE VALOR La consultora se enfoca en promover la felicidad y el bienestar de los colaboradores como parte esencial de su propuesta de valor. Reconoce que un ambiente laboral positivo y saludable es fundamental para el éxito de las empresas.	RELACIÓN CON CLIENTES Escucha activa: La consultora se compromete a escuchar activamente las necesidades y desafíos de sus clientes. Personalización: Cada cliente es único y requiere soluciones adaptadas a sus necesidades específicas. Comunicación clara y transparente: Se establece una comunicación abierta y transparente con los clientes en todo momento. Orientación al cliente: La consultora pone en primer lugar las necesidades y objetivos de sus clientes. Relaciones a largo plazo: La consultora busca establecer relaciones duraderas con sus clientes, convirtiéndose en un socio confiable y estratégico.	SEGMEN TO DE CLIENTES Pequeñas y medianas empresas. Empresas en crecimiento. Empresas con alta rotación de personal. Empresas con culturas organizacionales poco reconocedoras.
	RECURSOS CLAVE Expertise y conocimientos especializados. Herramientas de diagnóstico y evaluación. Investigación y actualización constante.		CANALES Sitio web. Redes sociales. Colaboradores internos.	
ESTRUCTURA DE COSTOS Recursos Humanos del equipo (2 personas). Agencia de publicidad. Diseñador .		FUENTES DE INGRESO Proyecto "Desarrollo de Talentos" Proyecto "Carrera 3k" Proyecto "Lucas - Squad de Comunicaciones"		

Producto Mínimo Viable (PMV)

El Producto Mínimo Viable (PMV) es una estrategia utilizada en el desarrollo de productos y servicios que consiste en lanzar al mercado una versión simplificada pero funcional del producto, con el objetivo de obtener retroalimentación temprana de los usuarios y validar la viabilidad y aceptación de este. El PMV se enfoca en identificar y desarrollar las características principales y esenciales del producto, evitando inversiones excesivas en funcionalidades complejas que podrían no ser necesarias o no ser bien recibidas por los usuarios.

La idea detrás del PMV es obtener datos reales y valiosos sobre cómo los usuarios interactúan con el producto, qué aspectos les gustan, qué mejoras sugieren y si están dispuestos a pagar por él. Esta información es fundamental para iterar y mejorar el producto de manera iterativa, maximizando su valor y minimizando el riesgo y los costos asociados al desarrollo.

El PMV se basa en la premisa de que es mejor lanzar rápidamente una versión inicial del producto y aprender de la experiencia de los usuarios, en lugar de invertir mucho tiempo y

recursos en el desarrollo de un producto completo sin tener certeza de su aceptación en el mercado.

Algunos beneficios del PMV incluyen la reducción de riesgos, la aceleración del tiempo de llegada al mercado, la maximización del aprendizaje y la optimización de recursos. Además, permite validar la idea de negocio y generar interés y demanda temprana por parte de los usuarios.

A continuación, podremos ver la página web diseñada específicamente para captar la atención de nuestros clientes:

El nombre "Tiempo para Ti" para la consultora de La falta de reconocimiento y recompensas transmite un mensaje de valoración, empatía, cuidado y enfoque en el colaborador, destacando su diferenciación y generando una imagen positiva en el mercado.

El slogan "Porque tú eres lo más importante" transmite el mensaje de que, en nuestra consultora, tu bienestar y satisfacción son nuestra máxima prioridad. Reforzamos el compromiso de centrarnos en tus necesidades y metas, brindándote un trato personalizado y atención individualizada.

El slogan transmite la idea de que entendemos la importancia de tu papel como colaborador y nos esforzamos por crear un entorno laboral en el que te sientas valorado, motivado y realizado. Reconocemos tu potencial y nos comprometemos a apoyarte en tu crecimiento y desarrollo profesional.

Figura 5 Landing Page



En resumen, el slogan "Porque tú eres lo más importante" reafirma nuestro compromiso de colocarte en el centro de nuestras acciones y decisiones. Queremos asegurarnos de que te sientas apreciado, respaldado y empoderado en cada paso de tu trayectoria laboral.

Además, estamos utilizando plataformas para llegar a nuestros clientes como Instagram y Facebook.

A continuación, les presentamos, nuestras paginas creadas para el servicio:

Figura 6 Fan Page de Servicio – Instagram



Figura 7 Red Social – Facebook



Capítulo IV Aplicación de la Metodología Lean Startup

La metodología Lean Startup es un enfoque de gestión que se utiliza para desarrollar servicios de manera rápida y eficiente, minimizando el desperdicio de recursos y maximizando el aprendizaje a través de la interacción con los clientes. Se basa en el ciclo de construir-medir-aprender, que se repite iterativamente para validar y mejorar continuamente el servicio.

A continuación, presentamos nuestras revisiones de indicadores de nuestras redes sociales:

Tabla 12

Revisión de indicadores - instagram

Fecha	Interacción			Retención	Observación
	Redes	Email	Whatsapp		
19/12/2022	2	0	2	3	Se realizó la creación de la página.
20/12/2022	3	0	2	4	Se lanzó 1 publicación dando a conocer el servicio.
21/12/2022	4	0	2	3	Anuncio de consultorías en redes.
22/12/2022	4	1	3	5	Se lanzó la segunda publicación dando a

					conocer uno de nuestros proyectos.
23/12/2022	3	0	2	4	Se lanzó la 3 publicación dando a conocer más de nuestra consultoría y trabajos en equipos.

Tabla 13 Revisión de indicadores – facebook

Fecha	Interacción			Retención	Observación
	Redes	Email	Whatsapp		
26/12/2022	3	0	1	2	Se realizó la creación de la página.
27/12/2022	3	0	2	2	Se lanzó 1 publicación dando a conocer el servicio.
28/12/2022	3	0	3	3	Recibimos 3 consultas de información.
22/12/2022	4	1	3	2	Se lanzó la 2 publicación dando a conocer uno de nuestros proyectos.
23/12/2022	4	0	2	3	Se lanzó la 3 publicación dando a conocer más de nuestra consultoría y trabajos en equipos.

En resumen, se observa una participación de los usuarios en las redes sociales, con un mayor número de interacciones en los días en los que se lanzaron publicaciones. Sin embargo, se puede trabajar en mejorar la retención por correo electrónico para aprovechar al máximo el potencial de contacto con los usuarios.

Estructura de recopilación de datos

Esta estructura de recopilación de datos nos permitirá recoger de manera organizada y sistemática la información relevante relacionada con los elementos positivos, aspectos por mejorar o eliminar, y las dudas o sugerencias planteadas por los clientes en relación con las redes sociales. Esto nos ayudará a analizar y comprender mejor las necesidades y expectativas de

nuestros clientes, así como a identificar oportunidades de mejora en nuestros servicios y estrategias de comunicación en redes sociales.

En la siguiente tabla podremos visualizar los detalles:

Tabla 14 Estructura de recopilación de datos

Elementos positivos	Elementos para mejorar o eliminar
<p>Hemos recibido una respuesta positiva y una aceptación entusiasta respecto al modelo de servicio que deseamos ofrecer. Personas de nuestro entorno han mostrado un gran interés en el enfoque y trabajo que llevaremos a cabo con los colaboradores.</p> <p>Esta respuesta valida nuestra propuesta y nos motiva a seguir adelante con nuestro objetivo de brindar un servicio de calidad, centrado en el bienestar y desarrollo de los colaboradores. Nos complace saber que nuestra visión y enfoque han resonado con aquellos que han tenido la oportunidad de conocerlo.</p>	<p>Evaluación continua: Es esencial establecer un sistema de evaluación continua para monitorear la efectividad de nuestras estrategias y adaptarlas según sea necesario. Esto nos permitirá realizar ajustes y mejoras constantes en nuestro servicio, asegurando que estemos brindando el máximo valor a nuestros clientes.</p>
Dudas que se generaron	Sugerencias
<p>Los clientes pueden tener inquietudes sobre el costo de nuestro servicio y si vale la pena la inversión. Debemos ser transparentes sobre nuestros precios y explicar cómo nuestro servicio puede generar un retorno de la inversión a través de la mejora del compromiso y el rendimiento de los empleados.</p>	<p>Programas de reconocimiento a largo plazo: En lugar de centrarse únicamente en reconocimientos individuales o a corto plazo, podríamos explorar la implementación de programas de reconocimiento continuo y a largo plazo.</p> <p>Mentoría y tutoría: Considerar la implementación de programas de mentoría o tutoría interna, donde los colaboradores más experimentados o con habilidades específicas puedan ofrecer orientación y apoyo a aquellos que deseen desarrollarse profesionalmente.</p>

En resumen, los elementos positivos destacan la respuesta positiva y aceptación del modelo de servicio, validando la propuesta y generando motivación. Por otro lado, se sugiere una evaluación continua, abordar las dudas de los clientes y considerar la implementación de

programas de reconocimiento a largo plazo y mentoría interna. Estas recomendaciones ayudarán a mejorar y fortalecer el servicio ofrecido.

Ficha de Aprendizaje generadas por le Pitch MVP

El "Pitch MVP" se refiere a la presentación del Producto Mínimo Viable (MVP) del servicio.

El pitch es una breve presentación que busca captar la atención e interés de la audiencia de manera concisa y persuasiva. En el caso del Pitch MVP, se centra en destacar las características clave y el valor único del MVP, así como en transmitir la visión y el potencial de las redes sociales. A continuación, presentamos nuestras fechas de aprendizaje de nuestras redes sociales:

Tabla 15

Landing page - instagram

LANDING PAGE: PÁGINA DE INSTAGRAM	
Responsables	Diami Salvatierra – Martha Izquierdo
HIPÓTESIS	
Los colaboradores de las empresas automotrices tienen un interés genuino en contar con un equipo especializado que pueda fortalecer el desarrollo, liderazgo y habilidades de sus empleados. Entienden la importancia de invertir en el crecimiento profesional de su equipo para impulsar el éxito de la organización en un entorno altamente competitivo.	
OBSERVACIÓN	
Se ha observado un notable incremento en la cantidad de seguidores y consultas tras el lanzamiento de nuestra segunda publicación en la plataforma de medios digitales. Este hito ha generado un impacto significativo en el alcance y la visibilidad de nuestra consultora, captando la atención de un público más amplio y generando un mayor interés en nuestros servicios.	
APRENDIZAJE Y CONCLUSIONES	
Hemos aprendido que las publicaciones que realicemos en el futuro deben ofrecer información más relevante y completa para evitar que las personas tengan muchas dudas al momento de considerar nuestros servicios. Durante el proceso de lanzamiento de la segunda publicación, hemos identificado que existe una necesidad clara por parte de nuestro público objetivo de obtener detalles más específicos y claros sobre cómo podemos ayudarlos en sus necesidades.	
DECISIONES Y ACCIONES	

Implementaremos un cronograma estratégico de publicaciones que nos permitirá generar intriga y mantener a nuestros seguidores interesados en nuestros servicios. Este cronograma incluirá fechas y momentos clave en los que lanzaremos contenido promocional y de alto impacto en nuestras plataformas digitales.

Se generaron varios aprendizajes a partir de los resultados obtenidos:

Importancia de la especialización: Se identificó que los colaboradores de las empresas automotrices están interesados en contar con un equipo especializado que pueda fortalecer su desarrollo, liderazgo y habilidades. Este hallazgo resalta la necesidad de enfocar nuestros servicios en áreas específicas y destacar nuestra experiencia en el sector automotriz.

Preferencia por canales de comunicación específicos: Se observó que las publicaciones en la página de Instagram y a través de WhatsApp tuvieron mayor acogida en comparación con la página LP. Esto sugiere que debemos dirigir nuestros esfuerzos de comunicación y promoción hacia aquellos canales que generen mayor interacción y respuesta por parte de nuestro público objetivo.

Relevancia de la información en las publicaciones: Se aprendió que las publicaciones futuras deben proporcionar información más relevante y completa, con el fin de disminuir las dudas y aumentar la confianza de las personas al considerar nuestro servicio. Es importante brindar detalles claros sobre los beneficios, características y procesos relacionados con nuestro servicio para facilitar la toma de decisiones de los clientes potenciales.

Estrategia de cronograma y digitalización: Se planificará un cronograma de fechas estratégicas para nuestras publicaciones, con el objetivo de generar intriga y mantener el interés de nuestra audiencia. Además, se dará prioridad a la digitalización de nuestras comunicaciones, aprovechando al máximo las herramientas digitales disponibles para llegar a un mayor número de personas y lograr un impacto efectivo. **Importancia de las certificaciones:** Se reconocerá la importancia de contar con certificaciones o respaldos externos que validen la calidad de nuestro servicio. Esto contribuirá a generar mayor confianza y credibilidad en nuestros clientes

potenciales, quienes valorarán la experiencia y reconocimiento otorgados por expertos o instituciones relevantes.

En resumen, estos aprendizajes nos permitirán ajustar nuestra estrategia de comunicación, enfocarnos en canales específicos, mejorar la relevancia de la información proporcionada, implementar un cronograma estratégico y priorizar la digitalización de nuestras acciones. Además, buscaremos obtener certificaciones que respalden la calidad de nuestro servicio, fortaleciendo así nuestra propuesta de valor y generando un mayor impacto en nuestro público objetivo.

Capítulo V Análisis de Rentabilidad

El análisis de rentabilidad nos permite evaluar la viabilidad financiera del servicio. Consiste en examinar los ingresos generados y los costos incurridos para determinar la rentabilidad o beneficio obtenido.

El análisis de rentabilidad se basa en el cálculo de indicadores financieros clave, como el punto de equilibrio, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). Estos indicadores proporcionan información sobre la rentabilidad del proyecto y ayudan a tomar decisiones informadas.

A continuación, determinaremos el punto de equilibrio de nuestro servicio:

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas o ingresos en el que los ingresos totales se igualan a los costos totales, lo que indica que la empresa no está obteniendo beneficios ni incurriendo en pérdidas. Es un indicador importante para evaluar la viabilidad financiera de un negocio y tomar decisiones estratégicas relacionadas con precios y volúmenes de producción.

A continuación, se presentan los costos fijos y variables que deben considerarse para el cálculo del punto de equilibrio:

Tabla 16 Costos fijos

Costos fijos mensuales	
Descripción	Costos

Oficina	S/ 3,000.00
Personal (2)	S/ 5,000.00
Agencia de publicidad	S/ 7,000.00
Diseñador	S/ 5,000.00
Total	S/ 20,000.00

Tabla 17 Costos variables

Costos variables (Unidad)	
Descripción	Costos
Luz	S/ 60.00
Internet	S/ 30.00
Agua	S/ 30.00
Total	S/ 120.00

Con los costos fijos y variables identificados, podemos realizar un análisis del punto de equilibrio para determinar el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y alcanzar el equilibrio financiero. A continuación, se presentan los detalles para realizar este análisis:

Figura 8 Fórmula de punto de equilibrio

$$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio unitario} - \text{CV unitario})}$$

Tabla 18 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Cantidad de equilibrio	111.11
Ingreso de equilibrio	S/.33.333.33

Para alcanzar el punto de equilibrio de las ventas, se deben vender 33 unidades al mes. Esto significa que, en ese nivel de ventas, los ingresos obtenidos serían iguales a los costos totales, lo que resultaría en un equilibrio entre las ganancias y las pérdidas.

Es importante tener en cuenta que el punto de equilibrio puede variar según los costos fijos y variables asociados al negocio, así como el precio de venta por unidad y el margen de contribución. Estos factores determinarán la cantidad de unidades que se deben vender para cubrir los costos y generar ganancias.

Calcular y monitorear el punto de equilibrio es crucial para la gestión financiera de un negocio, ya que proporciona información sobre la viabilidad y rentabilidad de este. Con base en este análisis, se pueden tomar decisiones estratégicas, como ajustar los precios, reducir costos o aumentar la producción, para alcanzar o superar el punto de equilibrio y generar ganancias sostenibles.

Necesidades de Inversión

La necesidad de inversión es fundamental para realizar una planificación financiera sólida y asegurar la disponibilidad de los recursos financieros necesarios para alcanzar los objetivos establecidos. Además, facilita la toma de decisiones informadas sobre la obtención de financiamiento, ya sea a través de préstamos, inversionistas o fondos propios.

A continuación, analizamos los costos de arranque que se necesita para el servicio:

Tabla 19 Costo de arranque

Costo de arranque		
Tipo	Artículo	Costo mensual
Mensuales	Alquiler de oficina	S/ 9,000.00
	Personal	S/ 5,000.00
	Agencia de publicidad	S/ 7,000.00

	Diseñador	S/ 5,000.00
	2 laptops	S/ 4,500.00
	Permisos y licencias	S/ 4,000.00
Total		S/ 34,500.00

Tabla 20 Proyección de flujo de caja

Proyección de flujo de caja		
Inversión inicial	Costos fijos	Costos variables
S/ 34,500.00	S/ 20,000.00	S/ 120.00

Precio de Venta	S/ 300.00
------------------------	------------------

Tabla 21 Unidades vendidas

Unidades vendidas	Costo total	Ingreso de ventas
0	20000	0
1	20120	300
2	20240	600
3	20360	900
4	20480	1200
5	20600	1500
6	20720	1800
7	20840	2100
8	20960	2400
9	21080	2700

10	21200	3000
11	21320	3300
12	21440	3600
13	21560	3900
14	21680	4200
15	21800	4500
16	21920	4800
17	22040	5100
18	22160	5400
19	22280	5700
20	22400	6000
21	22520	6300
22	22640	6600
23	22760	6900
24	22880	7200
25	23000	7500
26	23120	7800
27	23240	8100
28	23360	8400
29	23480	8700
30	23600	9000
31	23720	9300
32	23840	9600
33	23960	9900

Unidades ventas	Costo total	Ingreso de ventas
34	24080	10200
35	24200	10500
36	24320	10800
37	24440	11100
38	24560	11400
39	24680	11700
40	24800	12000
41	24920	12300
42	25040	12600
43	25160	12900
44	25280	13200
45	25400	13500
46	25520	13800

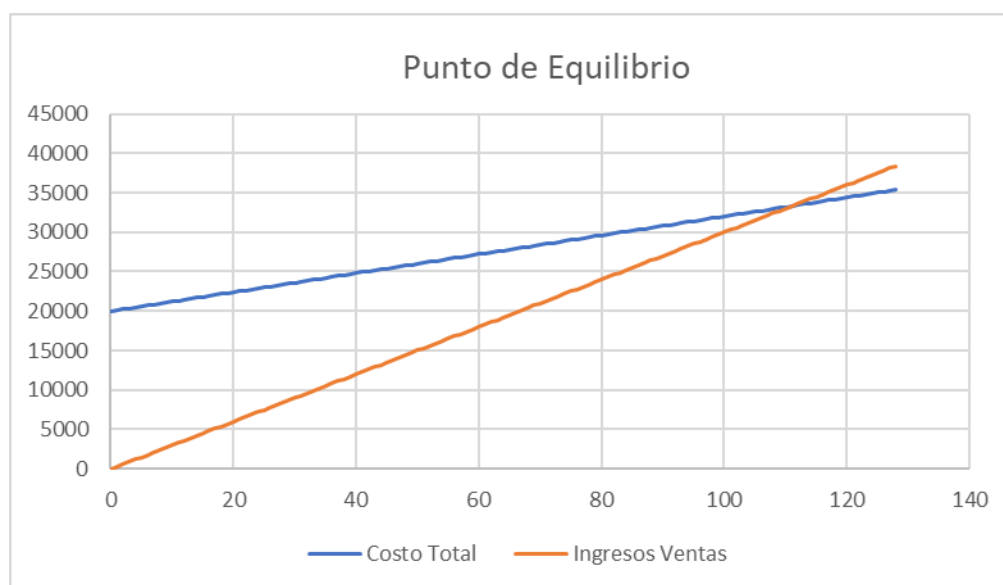
47	25640	14100
48	25760	14400
49	25880	14700
50	26000	15000
51	26120	15300
52	26240	15600
53	26360	15900
54	26480	16200
55	26600	16500
56	26720	16800
57	26840	17100
58	26960	17400
59	27080	17700
60	27200	18000
61	27320	18300
62	27440	18600
63	27560	18900
64	27680	19200
65	27800	19500
66	27920	19800
67	28040	20100
68	28160	20400
69	28280	20700
70	28400	21000
71	28520	21300
72	28640	21600
73	28760	21900
74	28880	22200

Unidades ventas	Costo total	Ingreso de ventas
75	29000	22500
76	29120	22800
77	29240	23100
78	29360	23400
79	29480	23700
80	29600	24000
81	29720	24300
82	29840	24600
83	29960	24900
84	30080	25200

85	30200	25500
86	30320	25800
87	30440	26100
88	30560	26400
89	30680	26700
90	30800	27000
91	30920	27300
92	31040	27600
93	31160	27900
94	31280	28200
95	31400	28500
96	31520	28800
97	31640	29100
98	31760	29400
99	31880	29700
100	32000	30000
101	32120	30300
102	32240	30600
103	32360	30900
104	32480	31200
105	32600	31500
106	32720	31800
107	32840	32100
108	32960	32400
109	33080	32700
110	33200	33000
111	33320	33300
112	33440	33600
113	33560	33900
Unidades ventas	Costo total	Ingreso de ventas
114	33680	34200
115	33800	34500
116	33920	34800
117	34040	35100
118	34160	35400
119	34280	35700
120	34400	36000
121	34520	36300
122	34640	36600
123	34760	36900

124	34880	37200
125	35000	37500
126	35120	37800
127	35240	38100
128	35360	38400

Figura 9 Punto equilibrio



VAN del Proyecto

El Valor Actual Neto (VAN) es una métrica financiera utilizada para evaluar la rentabilidad de un proyecto o inversión. Representa la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo generados por el proyecto y el valor presente de los flujos de efectivo invertidos en el proyecto.

Figura 10 Fórmula de VAN

$$\text{VAN} = \underline{-\text{CF}_0 + \text{CF}_1 + \text{CF}_2 + \dots + \text{CF}_t}$$

$$(1+r)^1 (1+r)^2 (1+r)^t$$

Donde C_{Fo} es la inversión inicial; t el tiempo; CF el flujo proyectado y r la tasa de descuento.

Tabla 22 VAN del proyecto

Inversión inicial	S/ 34,500.00
Ganancia 1 año	S/ 14,286.00
Ganancia 2 año	S/ 20,455.00
VAN	S/ 240.00

- Si $VAN < 0$ el proyecto no es rentable.
- Si $VAN > 0$ el proyecto es rentable.

Nuestra ganancia actual, junto con las proyecciones de ganancias para el año estimado, nos permiten afirmar que nuestro proyecto es viable. Al obtener una ganancia de 240 unidades monetarias y considerar las proyecciones favorables para el próximo año, podemos tener confianza en la rentabilidad y sostenibilidad de nuestro negocio.

Es importante resaltar que, para asegurar la viabilidad a largo plazo, debemos seguir monitoreando y ajustando constantemente nuestro desempeño financiero. Esto implica realizar un seguimiento regular de nuestros ingresos y gastos, evaluar el cumplimiento de nuestras metas financieras y realizar ajustes estratégicos si es necesario.

Además, es recomendable realizar análisis de sensibilidad y considerar posibles escenarios adversos que podrían afectar nuestra rentabilidad. De esta manera, estaremos preparados para enfrentar desafíos inesperados y tomar medidas oportunas para mantener la viabilidad del proyecto.

En resumen, con las ganancias actuales y las proyecciones positivas, podemos afirmar que nuestro proyecto es viable. Sin embargo, es fundamental mantener un enfoque constante en la gestión financiera y realizar evaluaciones periódicas para garantizar un crecimiento sostenible a largo plazo.

TIR del Proyecto

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida financiera utilizada para evaluar la rentabilidad de un proyecto o inversión. Representa la tasa de rendimiento esperada de un proyecto, es decir, el porcentaje de retorno que se obtendría sobre la inversión inicial.

Para calcular la TIR, se utiliza la siguiente fórmula:

Figura 11 *Fórmula de TIR*

$$0 = \sum (\text{Flujo de efectivo} / (1 + \text{TIR})^n)$$

Flujo de efectivo: Representa los flujos de efectivo netos generados. TIR: Es la tasa de descuento desconocida que se está buscando. n: Representa el período de tiempo en el que se genera el flujo de efectivo.

Figura 12 *TIR del proyecto*

$$VAN = -34500 + \frac{15000}{(1+i)_1} + \frac{22500}{(1+i)^2}$$

$$0 = -34500 + \frac{15000}{(1+TIR)_1} + \frac{22500}{(1+TIR)^2}$$

$$0 = -34500 + (1+TIR)^2 + 15000(1+TIR) + 22500$$

$$x_1 = \frac{-34500 + \sqrt{(15000)^2 - 4(-34500)(22500)}}{2(-34500)}$$

$$x_1 = \frac{-34500 + 57706.15}{-69000}$$

$$x_1 = -0.34$$

$$x_2 = \frac{-34500 - \sqrt{(15000)^2 - 4(-34500)(22500)}}{2(-34500)}$$

$$x_2 = \frac{-34500 - 57706.15}{-69000}$$

$$x_2 = 1.336$$

$$(1 + TIR) = 1.336$$

$$TIR = 1.336 - 1$$

$$TIR = 0.336$$

$$TIR = 33.6\%$$

Podemos concluir, basándonos en la evaluación del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), que la inversión en el proyecto presentado generará un rendimiento del 33.6%. Estos indicadores financieros son positivos y nos indican que el proyecto es rentable y ofrece un retorno atractivo sobre la inversión realizada.

El Valor Actual Neto (VAN) es una medida que nos permite determinar el valor presente de los flujos de efectivo generados por el proyecto, descontados a una tasa de descuento adecuada. Un VAN positivo indica que el proyecto generará beneficios económicos superiores a los costos de inversión, lo que es altamente favorable.

Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) nos indica la tasa de rendimiento que iguala el valor presente neto de los flujos de efectivo a cero. En este caso, una TIR del 33.6% significa que la inversión se recuperará y generará ganancias a una tasa superior a la tasa de descuento utilizada en el cálculo.

Estos resultados nos brindan una sólida base para concluir que el proyecto es viable y rentable. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la evaluación financiera debe complementarse con análisis estratégicos y consideraciones de riesgo para tener una visión completa de la viabilidad del proyecto.

En resumen, la evaluación del VAN y la TIR nos indica que la inversión en el proyecto generará un beneficio de rentabilidad del 33.6%. Estos resultados respaldan la viabilidad financiera del proyecto y proporcionan una base sólida para su implementación.

Conclusiones

Conclusión 1

Existe una necesidad clara en el mercado: Hemos identificado que los colaboradores de las empresas automotrices están interesados en fortalecer su desarrollo, liderazgo y habilidades. Esto indica que hay una demanda latente para nuestro servicio de consultoría en este sector.

Conclusión 2

Posicionamiento en canales de comunicación: Hemos aprendido que las publicaciones en Instagram y a través de WhatsApp tienen una mayor acogida por parte de nuestro público objetivo. Esto nos indica que debemos enfocar nuestros esfuerzos de comunicación en estos canales para maximizar el alcance y la efectividad de nuestras acciones.

Conclusión 3

Mejora de contenido relevante: Hemos identificado la necesidad de proporcionar información más relevante y clara en nuestras publicaciones para evitar dudas por parte de los clientes al tomar nuestro servicio. Esto nos llevará a desarrollar un cronograma de publicaciones que generen intriga y estén digitalizadas, brindando mayor valor a nuestros seguidores.

Conclusión 4

Evaluación financiera positiva: Con base en el análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), hemos concluido que el proyecto es viable y rentable. La inversión realizada generará beneficios económicos y un rendimiento del 33.6%, lo que respalda la decisión de continuar con la implementación del proyecto.

Recomendaciones

Recomendación 1

Reforzar la estrategia de comunicación: Dado que hemos identificado que las publicaciones en Instagram y a través de WhatsApp generan mayor acogida, es importante enfocar nuestros esfuerzos en fortalecer nuestra presencia en estos canales. Podemos explorar la posibilidad de crear contenido más visual y atractivo, utilizar técnicas y promover la interacción con los seguidores a través de encuestas o preguntas.

Recomendación 2

Mejorar la calidad del contenido: Para evitar dudas y generar confianza en los clientes, es recomendable proporcionar información más relevante y clara en nuestras publicaciones. Podemos dedicar tiempo a investigar y recopilar datos importantes del sector automotriz, compartir consejos prácticos relacionados con el desarrollo y liderazgo, y destacar casos de éxito o testimonios de colaboradores satisfechos.

Recomendación 3

Es fundamental establecer un sistema de seguimiento y evaluación periódico para medir el impacto y la eficacia de nuestras acciones. Podemos realizar encuestas de satisfacción, solicitar retroalimentación a nuestros clientes y realizar análisis de los resultados obtenidos. Esto nos ayudará a identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios en nuestra estrategia.

Mantenerse actualizado en el sector automotriz: Es fundamental estar al tanto de las últimas tendencias, regulaciones y mejores prácticas. Participar en eventos y capacitaciones nos permite ofrecer un servicio de calidad y actualizado a nuestros clientes.

Referencias Bibliográficas

¡Buen trabajo! La importancia de reconocer a tus empleados. (13 de Julio de 2022).

<https://www.revistaeconomia.com/buen-trabajo-la-importancia-de-reconocer-a-tusempleados/>

Baruffati, A. (22 de Febrero de 2023). Reconocimiento de empleados: estadísticas que no deberías ignorar en 2023. <https://blog.gitnux.com/es/estadisticas-de-reconocimiento-deempleados/>

De la estrategia a la acción - El sistema de comunicación interna en fiat. (05 de Marzo de 2015). <https://premioseikon.com/de-la-estrategia-a-la-accion-el-sistema-de-comunicacioninterna-en-fiat/>

Descubre si tu empresa tiene un correcto alineamiento estratégico. (2023). <https://enzyme.biz/blog/como-saber-si-tu-empresa-tiene-un-correcto-alineamientoestrategico>

Ejemplos de Reconocimiento Laboral en 2023. (27 de Abril de 2023). <https://blog.vantagecircle.com/es/reconocimiento-laboral/>

El 60% de los problemas de las empresas son debido a mala comunicación. (24 de Diciembre de 2016). <https://grupo-pya.com/60-las-empresas-debido-mala-comunicacion-2/>

Falta de reconocimiento laboral: ¿cómo afecta a los empleados? (24 de Enero de 2023). <https://workbeat.com/falta-reconocimiento-laboral/>

Los desafíos de la comunicación interna en el sector automotriz. (02 de Noviembre de 2022). <https://oxeancross.com/blog/los-desafios-de-la-comunicacion-interna-en-el-sectorautomotriz/>

Martins, J. (03 de Febrero de 2023). Planificación estratégica para empresas. <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>

Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos. (13 de Enero de 2022). <https://www.becas-santander.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>

Nueva Comunicación Interna en la Empresa. (2014). <https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/140801ARF-ESTUDIO-interior-comuni-interna-1.pdf>

Pérez, A. (29 de Abril de 2021). Valores empresariales que no pueden faltar en tu negocio.

<https://www.obsbusiness.school/blog/valores-empresariales-que-no-pueden-faltar-entunegocio>

Ribagorda Bernal, B. (03 de Abril de 2019). El reconocimiento social: un factor clave en las organizaciones.

<https://blog.softtek.com/es/el-reconocimiento-social-un-factor-clave-en-lasorganizaciones>

Sordo, A. I. (23 de Mayo de 2022). 8 señales de una mala comunicación en tu empresa y cómo revertirlas. <https://blog.hubspot.es/marketing/mala-comunicacion-empresa>

ANEXOS

Anexo 1. Grado de reconocimiento de los clientes encuestados



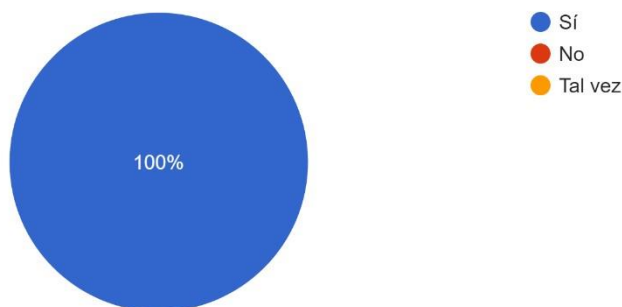
Anexo 2. Grados de afectación del compromiso de los clientes encuestados



Anexo 3. Grado de impacto potencial de los clientes encuestados

¿Crees que un programa de incentivos y reconocimientos podría tener un impacto positivo en tu motivación y compromiso laboral?

8 respuestas



Anexo 4. Acciones y propuestas de los clientes encuestados

¿Qué acciones o iniciativas crees que podrían mejorar la falta de reconocimiento y recompensas en tu empresa?

8 respuestas

-

Todo bien

Incentivos por cumplimiento de metas

Incentivo al personal si hay carga de trabajo recompensa por llegar a la meta

Participación en los proyectos.

Tener más responsabilidad

Bonos por puntualidad en el trabajo y día libre por onomástico.

Beneficios que puedas compartir en familia.