

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS



Proyecto de administración 1

LIDERAZGO Y VISION ESTRATEGICA

IS-720 ADMINISTRACION I

SECCIÓN 1600

INTEGRANTES:

Carlos Daniel Zambrano Colindres 20161006197

Yuvini Inés Flores Bejarano 20131008255

Elvin Saúl Fortín Ruiz 20161006130

Junior Steven García 20151030411

Jonathan David Hernández 20171001601

Jorge Reyes 20171003167

CATEDRATICO: Ing. Rommel Duval Vargas

Introducción

El presente informe trata de dar a conocer acerca del "LIDERAZGO y VISION ESTRATEGICA". En primer lugar, se ofrece una amplia definición de lo que es ser un líder, las características, atributos, fortalezas y reflexiones de éste, los niveles, las estrategias, las bases y también las perspectivas de un liderazgo en la era digital.

La visión estratégica de negocio se refiere a la habilidad de comprender y prevenir los cambios del mercado. De esta definición se quiere continuar dando los aspectos de estas, saber que es, como elaborar una estrategia, también mencionar las características de visión estratégica según John P. Kotter, de igual manera la visión estratégica desde una perspectiva militar.

Objetivos

1. Definir lo que es ser un buen líder.
2. Enumerar los estilos y características del liderazgo.
3. Agrupar conceptos para explicar lo importante que es tener una visión estratégica para las empresas.

Marco teórico

Liderazgo

El liderazgo se basa en un conjunto de habilidades que sirven para influenciar en la manera de pensar o de actuar de otras personas. Sin embargo, este término tampoco debe enfocarse nada más que en el hacer cambiar de parecer a las personas. Porque un líder también tiene la capacidad de tomar la iniciativa y proporcionar ideas innovadoras, y no solo de dar órdenes. El liderazgo tampoco equivale a una distribución desigual de poder. Y aunque sea el líder el que tenga la última palabra, es el trabajo en equipo el que da los mejores resultados. El liderazgo no es plano, y dependiendo del contexto en donde se desarrolle puede determinar la clase de transformación social de la que es capaz. Tiene, por tanto, una función dentro de la organización, comunidad o sociedad que destaca por su relevancia e influencia.

Es así como las organizaciones dependen para crecer y perdurar del liderazgo, he allí donde recae su gran importancia. Un líder será capaz de establecer una buena comunicación y mejorar la capacidad de integración de los miembros, todo con el fin de lograr un objetivo en común. En pocas palabras, la importancia del liderazgo recae en que es la pieza clave para la supervivencia de cualquier organización. Más si se toma en cuenta que la capacidad para saber guiar y dirigir es el centro de la misma.

Características de un buen líder

1. Tener un pensamiento positivo
2. Ser honesto
3. Sabe Delegar
4. Incentivar una buena comunicación
5. Inspirar al grupo
6. Establecer estrategias para una vida equilibrada
7. Alinear al equipo
8. Dar créditos cuando corresponda
9. Apreciar los logros
10. Fomentar el crecimiento
11. Ser el guía
12. Fomentar los buenos hábitos
13. Mantener una posición neutral

Estilos de liderazgo (Según Goleman, Boyatzis y McKee)

Cada uno de estos estilos de liderazgo están representados por métodos específicos que son aplicables en ciertas situaciones, por lo que un líder no debe ceñirse solo a uno de estos estilos. La clave está en la capacidad de adaptarse a todos ellos según más convenga.

1. Commanding o al mando: Este estilo es conocido por exigir el cumplimiento de las tareas de inmediato, es un “Hazlo lo que te digo”. Sirve para los tiempos de crisis, o cuando es necesario iniciar un cambio de tendencia, también lo hace para manejar a los empleados que son problemáticos y no desean colaborar. Sin

embargo, este estilo no funciona cuando no se está en una crisis, porque los empleados consideraran este estilo como uno molesto. Un consejo, es que se analice muy bien cuáles son las verdaderas crisis, y cuáles no para poder aplicarlo con éxito.

2. Visionary o visionario: Sirve para movilizar a las personas hacia una determinada visión, es un «Ven conmigo». Sirve cuando es tiempo de cambios que necesitan para su éxito de una nueva visión o se requiere de una dirección clara para funcionar. Este estilo no funciona cuando la visión que se tiene es una que se encuentra lejos de la realidad, por lo que con facilidad bajará la moral del equipo de trabajo. La clave de este estilo es una visión clara del futuro, una que sea alcanzable, concreta y directa.

3. Affiliative o empático: Entre los tipos de liderazgo este el encargado de crear armonía y vínculos emocionales, es del tipo «La gente es lo primero». Y sirve sobre todo cuando es necesario curar divisiones en un equipo, también lo es para motivar a las personas cuando están atravesando circunstancias estresantes. Con este estilo no está bien exagerar porque lo que produce es falta de dirección, y por lo tanto puede resultar en rendimientos mediocres. La clave para ejercerlo bien, es establecer un equilibrio certero.

4. Democratic o demócrata: En este estilo el líder logra el consenso mediante la participación de todo el grupo, es del tipo «¿Qué piensas?». Lo mejor es usarlo cuando se desea generar aceptación o para conseguir información valiosa de los

empleados. No es la mejor opción cuando las decisiones colectivas no son las más necesitadas.

5. Pacesetting o marcapasos: Aquí se procede a establecer estándares de rendimiento altos, siendo del tipo «Haz lo que hago, ahora». Es la mejor alternativa a usar para obtener resultados que sean rápidos, y cuando se tenga interés en formar un equipo que esté muy motivado y que sea en extremo competente. No debe usarse con frecuencia porque crea desmotivación dentro del equipo. Un consejo para desarrollarlo, es dejar que los integrantes del equipo hablen mucho más, brindarles autonomía para que tengan sus propias decisiones.

7. Coaching o entrenador: Es usado con el fin de un mejor desarrollo para el futuro de los integrantes, es del tipo «Prueba esto». Y debe ser usado para ayudar al empleado a mejorar su rendimiento o en tal caso, a desarrollar fortalezas que sean impuestas a largo plazo.

Liderazgo en la era digital

Modelo VUCA

Este término que comenzó a ser empleado después de la Guerra Fría, implica que vivimos en la época más volátil, incierta, compleja y ambigua de la historia, aquí mencionamos cómo complican estas condiciones al liderazgo:

- Volatilidad: El incremento brutal de cambios enfrentados en el promedio de vida.
- Incertidumbre: Se refiere a la ausencia de previsibilidad de los acontecimientos. En este caso más específicamente a la edad de la convergencia.
- Complejidad: Es la confusión generalizada, no tener clara cuál es la causa y efecto entre las generaciones que comienzan a trabajar.
- Ambigüedad: Es la ausencia de precisión en la realidad. En este caso, la transformación dramática que supone la globalización y la automatización.

Algunas de las bases para ser un buen líder en la economía digital desarrollada en el VUCA:

- Desarrollar una mentalidad adaptativa: Un líder necesita adaptarse a lo que se le interponga.
- Tener una visión: Sin una visión, un líder no cumplirá con su papel.
- Abrazar la mentalidad de la abundancia: Un líder no puede estar cerrado a nuevas ideas.
- Tejer ecosistemas para el compromiso humano: Es su responsabilidad el solidificar la solidaridad entre su equipo.
- Anticipar y crear el cambio: Un líder no puede esperar a que los cambios lo impacten, debe anticiparlos o crearlos por sí mismo.
- Ser consciente de sí mismo: Un líder necesita conocer sus límites y capacidades.

- Ser un aprendiz ágil: Un líder debe aprender todos los días y con rapidez.
- Crear una red colaborativa: El trabajo en equipo y los contactos, lo son todo para el líder.
- Centrarse en el cliente: Para un líder toda la atención debe enfocarse en el cliente y su satisfacción.
- Diseñar para el futuro: Un líder no se prepara solo para el presente, sino para el futuro.
- Comunicar y rectificar con constancia: Un líder debe comunicar sus decisiones y rectificar con frecuencia para ser exitoso.

Visión estratégica

La visión ofrece un panorama de adónde se quiere que llegue una organización o compañía en un plazo determinado, y para lograrlo se debe elaborar una cuidadosa planeación estratégica. Se puede decir que la visión estratégica define el resultado ideal que se desea alcanzar y la planeación son los pasos que harán conseguirlo.

Esta visión ofrece una imagen general del mundo donde habita la compañía. Interpretar de forma coherente todos los aspectos que abarca la empresa es lo que permite que se llegue al éxito que se persigue. Se debe definir muchas cosas, pero de forma especial aquellas que son más valiosas, ya que son estas las que permiten el ansiado crecimiento. La definición más simple de visión es plantear un futuro posible, que según John P. Kotter debe contener algún comentario explícito o implícito de los motivos por los cuales se desea dicho futuro, Kotter define las características que debe tener una visión, las cuales se mencionan a continuación:

1.	Visualizable	que las personas puedan tener una imagen mental de cómo será el futuro
2.	Deseable	Genera motivación e interés en las personas que van a participar de ella.
3.	Alcanzable	Abarca objetivos realistas y aplicables
4.	Enfocada	Suficientemente clara y explícita como para servir de guía a los líderes en la toma de decisiones
5.	Flexible	Suficientemente general como para permitir la existencia de alternativas y uso del criterio e iniciativa de los líderes.
6.	Comunicable	que sea fácil de transmitir y explicar a las personas a quienes afecta, tanto usuarios, clientes, proveedores o empleados.

La estrategia es un termino que se toma de practicas militares y se refiere al camino a seguir para alcanzar los objetivos, podemos decir que la visión estratégica surge de la necesidad de tomar en cuenta los diferentes aspectos que intervienen para la mejor elaboración del camino a seguir para mantener el rumbo y alcanzar un objetivo a futuro. De esto se definen las siguientes estrategias:

1. Liderar
2. Mantener el objetivo, ajustar el plan
3. Concentrar fuerzas en puntos decisivos
4. Adoptar posición ofensiva y mantener movilidad
5. Seguir la línea de menor resistencia
6. Lograr seguridad
7. Asegurarse de que todo el equipo cumpla su parte

Aspectos de la visión estratégica

En este proceso se presentan dos visiones, las cuales son:

1. La concreta: Detecta los elementos que funcionan en cada una de las etapas de la cadena de valor y qué resultado es el que se adquiere.

2. La abstracta: Determina cuáles elementos de la cadena de valor son los más valiosos y la razón de ello.
elaborar una estrategia?

Elaboración de una estrategia de negocios

La estrategia de negocios debe conducir a un aumento en la competitividad de la empresa, por tanto, debe elaborarse con sumo cuidado, incluir a todas las áreas y ser coherente. En el proceso de formular una estrategia se debe de tener cuenta que comprende la misión de la compañía y para que tenga posibilidad de éxito, debe identificar cualquier oportunidad y amenaza que se presente al negocio, poner en claro las fortalezas y debilidades, incluir las metas a largo plazo, crear estrategias opcionales y seleccionar las tácticas concretas que se llevarán a cabo.

La elaboración de estrategias de negocios ayuda de forma directa al aumento de la productividad laboral dentro de la compañía.

Flexibilidad y congruencia

De igual manera, también se debe elaborar estrategias para cada una de las áreas, siempre y cuando estén enlazadas hacia un objetivo común.

Las estrategias no pueden ser estáticas, pues deben adaptarse a los cambios en los mercados o en los procesos de producción. Lo que sí es que deben ser congruentes para aportar estabilidad a la empresa y que conduzcan al crecimiento de la misma. Además, deben ir encaminadas a

objetivos alcanzables y medibles. Cuando se cuenta con una estrategia que cumple con estos lineamientos, puede convertirse en un parámetro de desempeño para evaluar los avances de cada uno de los gerentes de área y sus subordinados.

Es así como las estrategias se vuelven instrumentos de control que ayudan a confirmar que las acciones de la empresa, en todos sus niveles, van o no por buen camino para alcanzar las metas de rentabilidad y crecimiento.

Planes táctico y operativo

Ya teniendo clara la visión a futuro y elaborado la estrategia, para alcanzarla se debe enfocar en el cumplimiento de esa visión y planeación estratégica de la empresa. Para ello, hay que contar con un plan táctico y un plan operativo.

El primero define qué tácticas utilizará la empresa para conseguir las metas de la visión estratégica y debe incluir metas a corto plazo con una fecha límite, el presupuesto para alcanzarlas, los recursos que se requieren y las acciones que se llevarán a cabo, desde el diseño y la producción hasta la comercialización y la publicidad.

El plan operativo es aún más detallado y describe las actividades cotidianas que es necesario llevar a cabo para cumplir con los objetivos del plan táctico.

En resumen, la visión estratégica es vital para avanzar hacia el futuro, es específica de la empresa, contiene objetivos económicos, de producción, culturales, de responsabilidad social y ambiental.

