



SEGMEN TO DE CLIENTES

En este espacio debe definir el segmento de clientes. No basta con mencionar al cliente objetivo ej. "Empresarios e industriales colombianos".

Al hablar del segmento de cliente, usted debe hacer un perfil del cliente que USTED DESEA TENER. Caracterizandolo y diferenciandolos de otros segmentos no seleccionados

Ejemplo: Empresarios e industriales colombianos ubicados en las 3 principales ciudades del país, con edades entre los 30 y 35 años, que sean usuarios de aplicaciones móviles celulares y tengan hábitos de uso de smart phones para realizar videoconferencias y hacer envío de correos electrónicos.

Es posible que usted tenga uno o varios segmentos de clientes, sin embargo considere que es a ese segmento donde usted debe hacer los esfuerzos de marketing y ventas. (edad, sexo, estrato, genero, profesion, ubicación geográfica, etc.)

Escriba aquí su segmento de clientes:

Nuestro principal segmento de clientes está conformado por hogares, empresas e industrias del suroccidente colombiano que buscan soluciones solares para ahorrar energía y cuidar el medio ambiente.

Palabras claves

Mass Market, Niche Market, Segmentado, diversificado, Multi-side platform



PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor (conjunto de productos genéricos, servicios ofrecidos y valores agregados) se traducen en "Que se ofrece?", no se trata de listar los servicios y productos. Se trate también de saber que quiere el cliente y que no quiere. Piense también en las motivaciones de compra de su segmento de cliente, y busque determinarla basándose en el tipo de relación que quiere tener con él.

La Propuesta de valor busca resolver los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades con productos y servicios de alta calidad a precios justos y con valores agregados.

Escriba aquí su propuesta de valor:

La propuesta de valor de Solaire se basa en ofrecer soluciones integrales de energía solar que combinan tecnología de punta, asesoría personalizada, instalación profesional y respaldo posventa. El objetivo es ayudar a hogares, empresas e industrias a reducir costos energéticos, mejorar su eficiencia y contribuir al cuidado del medio ambiente mediante el uso de energías limpias y sostenibles.

Palabras claves:

Newness, desempeño, customización, diseño, marca/status, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad, usabilidad y conveniencia



CANALES

La propuesta de valor debe ser entregada por medio de comunicación, distribución, ventas a través de canales estratégicos. Es necesario que elabore una ruta para que los canales sean eficientes y eficaces, logrando su cometido. No basta con hacer una lista de canales, se trata de definirlos y medirlos.

Ejemplo: El tipo de canal estratégico de mi emprendimiento está compuesto de una estrategia por medio de Internet, para ello se debe diseñar un modelo online marketing que promueva el uso de buscadores de contenido, posicionamiento de website y publicidad online. internet, página WEB, representantes comerciales, medios, intermediarios mayoristas o minoristas

Escriba aquí sus canales:

En Solaire se maneja atención telefónica, visitas comerciales, redes sociales, correos electrónicos, seguimiento a cotizaciones, gestión de PQR's y su página web. A través de estos medios, la empresa informa, asesora, vende y brinda soporte, asegurando una experiencia completa antes, durante y después de la compra.

Elementos claves:

1. Conocimiento: Cómo incrementamos conocimiento acerca de nuestros productos y servicios?
2. Evaluación: Cómo hacemos para que el cliente tenga clara cuál es nuestra propuesta de valor?
3. Compra: Cómo permitimos que los clientes comprendan productos y servicios específicos?
4. Entrega: Cómo entregamos nuestra propuesta de valor a nuestros clientes?
5. Después de la venta: Cómo proveemos al cliente servicio post-entrega?



RELACIÓN CON CLIENTES

Las relaciones con los clientes deben mantener con cada segmento de cliente. En este componente, defina cuál es el tipo de relación que quiere mantener con su cliente. Se trata de crear un verdadero lazo de durabilidad, piense en relaciones de largo plazo, a través de asociación, clubes y servicios posventa como mantenimiento, reparación repuestos, soporte tecnico, asistencia tecnica , entrenamiento, actualizaciones etc.

Escriba aquí el tipo de relaciones con los clientes:

Nos basamos en la satisfacción de sus necesidades a través de una atención cercana y personalizada. La empresa enfoca sus esfuerzos en: Captación, retención y fidelización de clientes, promoviendo relaciones duraderas mediante asesoría técnica, soporte posventa, mantenimiento y acompañamiento constante. Además, busca aumentar la participación del cliente en sus compras mediante estrategias de venta sugestiva y programas de fidelización.

Palabras claves:

Asistencia personal

Asistencia personal dedicada

Self-service

Servicio automatizado

comunidades

Co- creación



FUENTES DE INGRESOS

La corriente de ingresos son el reflejo de una buena propuesta de valor. Es el resultado de un buen trabajo, de alta calidad y responsabilidad.

Defina claramente la percepción de los ingresos basado en la visión de negocios y la selección de los segmentos adecuada de clientes.

Ingresos por venta de productos o por prestación de servicios, con pagos únicos o recurrentes, venta, arriendos, comisiones, afiliaciones, suscripciones, etc.ç

Ejemplo: La forma de percibir los ingresos de mi emprendimiento será 20% por medio de la venta de servicios de la red comercial, 80% por medio de las transacciones hechas a través de nuestro portal electrónico. O los ingresos seran por ventas el 70% y por prestacion de servicios un 30%

Escriba aquí la forma de percibir sus ingresos:

El 100% de los ingresos recibidos en la empresa proviene de la venta e instalación de sistemas solares fotovoltaicos, asesoría técnica especializada y comercialización de componentes y soluciones de almacenamiento energético. Estos ingresos se perciben a través de pagos con tarjetas débito, crédito y transferencias electrónicas.

Palabras claves

Asset sale

Usage fee

Subscripción

Prestamo/renta/Leasing

Licenciamiento

Brokerage Fee

Publicidad

Lista de Precios

Ingresos dependen de productos

Ingresos dependen de clientes objetivos

Ventas por volumen

Negociación

Rendimientos

Real time-Market



RECURSOS CLAVE

Son los activos clave con los que cuenta para desarrollar su proyecto empresarial, en especial los recursos tngibles e intangibles o capacidades (Conocimientos, habilidades, destrezas, Know How) para el desarrollo de la propuesta de valor.

Haga un inventario de recursos, financieros, físicos, tecnológicos, humanos de TICs e intelectuales (marcas, patentes, copyrights, data). Y de ellos seleccione únicamente los de alta importancia, también conocidos como **clave, críticos o vitales** para el desarrollo de la propuesta de valor

Escriba aquí sus recursos y capacidades clave

Los recursos clave de Solaire se dividen en físicos, económicos, humanos y tecnológicos. Cuenta con una sede operativa ubicada estratégicamente en Yumbo, que facilita la logística y la atención al cliente. En el aspecto económico, la empresa goza de buena rentabilidad y estabilidad financiera, lo que permite reinvertir en innovación y expansión. Su equipo humano está conformado por profesionales altamente capacitados en energía solar, ingeniería y atención al cliente, lo que garantiza un servicio técnico de calidad. Además, Solaire dispone de tecnología de punta para el diseño, simulación e instalación de sistemas solares, así como herramientas digitales que optimizan la gestión comercial y operativa. Estas capacidades le permiten ofrecer soluciones eficientes, adaptarse a los cambios del mercado y mantener una imagen corporativa sólida y responsable.



ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE

Cuáles actividades para el desarrollo de la propuesta de valor (diseño, elaboración, ensamble, venta y distribución) son **clave**,
Nuestros canales de distribución? La relación con los clientes? O los ingresos?

Ejemplos: Asesoría para una firma Asesora, Diseño y desarrollo para Microsoft , Producción para una empresa de muebles, ensamble para Dell Computadores, venta para una comercializadora , distribución para una firma de servicios de distribución, mantenimiento para una empresa de reparación y mantenimiento de e maquinas plataformas de tecnología, network

Escriba aquí las Actividades o procesos Clave:

proyectos energéticos. Estas acciones garantizan la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.



ALIANZAS CLAVE CON PROVEEDORES, OUTSOURCING, INTERMEDIARIOS, GOBIERNO, COMPETIDORES Y OTRO TIPO DE EMPRESAS

Quiénes son nuestros aliados estratégicos, quienes son nuestros proveedores claves? Cuáles recursos claves estamos adquiriendo de los aliados?

Cuáles actividades claves se pueden desempeñar con socios estratégicos (outsourcing)? Que competidores pueden ser aliados estratégicos

Defina algún tipo de motivaciones para las alianzas: Optimización y economía, reducción de riesgos, adquisición de recursos particulares y actividades

Escriba aquí las alianzas estratégicas clave, que hay que desarrollar para el éxito del negocio y el desarrollo de la propuesta de valor :

Mantiene alianzas clave con proveedores como Huawei y Calpak para tecnología solar, colabora con expertos externos en ingeniería y estudios técnicos, cumple regulaciones del gobierno colombiano (CREG y UPME), y desarrolla proyectos internacionales en países como Panamá, Perú y Ecuador.



ESTRUCTURA DE COSTOS

Cuáles son los costos más importantes involucrados en nuestro modelo de negocio? Cuáles recursos claves son los más costosos?

Cuáles actividades claves son las más costosas? Es el modelo de negocio menos costoso en infraestructura? Armar la propuesta de valor es de bajo costo?










La automatización de los procesos se hace costosa? Crear valor a la propuesta de negocios es costosa?

Ejemplos: costos fijos y variables, costos directos e indirectos economías de escala, economías de gama o alcance, salarios, insumos distribución.

Escriba aquí la estructura de costos :

Incurrir en costos por equipos solares, instalación, mantenimiento, ingeniería, logística, personal y servicios financieros. Estos varían según el tipo y tamaño del proyecto.

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía: Grupo Solaire SAS		Diseñado por: Catalina Cuellar/Fabian Aramburo		Fecha: 21 de Julio 2025	
<p>SEGMENTO DE CLIENTES </p> <p>Nuestro principal segmento de clientes está conformado por hogares, empresas e industrias del suroccidente colombiano que buscan soluciones solares para ahorrar energía y cuidar el medio ambiente.</p>	<p>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE </p> <p>Las actividades clave de Solaire incluyen el diseño, instalación y mantenimiento de sistemas solares, la asesoría técnica personalizada, la atención al cliente y la gestión de proyectos energéticos. Estas acciones garantizan la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR </p> <p>La propuesta de valor de Solaire se basa en ofrecer soluciones integrales de energía solar que combinan tecnología de punta, asesoría personalizada, instalación profesional y respaldo posventa. El objetivo es ayudar a hogares, empresas e industrias a reducir costos energéticos, mejorar su eficiencia y contribuir al cuidado del medio ambiente mediante el uso de energías limpias y sostenibles.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES </p> <p>Nos basamos en la satisfacción de sus necesidades a través de una atención cercana y personalizada. La empresa enfoca sus esfuerzos en: Captación, retención y fidelización de clientes, promoviendo relaciones duraderas mediante asesoría técnica, soporte posventa, mantenimiento y acompañamiento constante. Además, busca aumentar la participación del cliente en sus compras mediante estrategias de venta sugestiva y programas de fidelización.</p>	<p>ALIANZAS CLAVES </p> <p>Mantiene alianzas clave con proveedores como Huawei y Calpak para tecnología solar, colabora con expertos externos en ingeniería y estudios técnicos, cumple regulaciones del gobierno colombiano (CREG y UPME), y desarrolla proyectos internacionales en países como Panamá, Perú y Ecuador.</p>	
	<p>RECURSOS CLAVE </p> <p>Los recursos clave de Solaire se dividen en físicos, económicos, humanos y tecnológicos. Cuenta con una sede operativa ubicada estratégicamente en Yumbo, que facilita la logística y la atención al cliente. En el aspecto económico, la empresa goza de buena rentabilidad y estabilidad financiera, lo que permite reinvertir en innovación y expansión. Su equipo humano está conformado por profesionales altamente capacitados en energía solar, ingeniería y atención al cliente, lo que garantiza un servicio técnico de calidad. Además, Solaire dispone de tecnología de punta para el diseño, simulación e instalación de sistemas solares, así como herramientas digitales que optimizan la gestión comercial y operativa. Estas capacidades le permiten ofrecer soluciones eficientes, adaptarse a los cambios del mercado y mantener una imagen corporativa sólida y responsable.</p>		<p>CANALES </p> <p>En Solaire se maneja atención telefónica, visitas comerciales, redes sociales, correos electrónicos, seguimiento a cotizaciones, gestión de PQRs y su página web. A través de estos medios, la empresa informa, asesora, vende y brinda soporte, asegurando una experiencia completa antes, durante y después de la compra.</p>		
	<p>ESTRUCTURA DE COSTOS </p> <p>Incurrir en costos por equipos solares, instalación, mantenimiento, ingeniería, logística, personal y servicios financieros. Estos varían según el tipo y tamaño del proyecto.</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS </p> <p>El 100% de los ingresos recibidos en la empresa proviene de la venta e instalación de sistemas solares fotovoltaicos, asesoría técnica especializada y comercialización de componentes y soluciones de almacenamiento energético. Estos ingresos se perciben a través de pagos con tarjetas débito, crédito y transferencias electrónicas.</p>		

2 F. Clima de Trabajo

CUESTIONARIO CLIMA DE TRABAJO

A continuación encontrará algunas frases relacionadas con el trabajo. Aunque están pensadas para muy distintos ambientes laborales, es posible que algunas no se ajusten del todo al lugar donde usted trabaja.

Trate de acomodarlas a su propio caso y decida si son verdaderas o falsas en relación con su centro de trabajo.

Si cree que la frase, aplicada a su centro de trabajo, es verdadera o casi siempre verdadera, anote una X en el espacio correspondiente a Verdadero. Si cree que la frase es falsa, o casi siempre falsa, anote una X en el espacio correspondiente a Falso.

	V	F	Categorías de medición
1 El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	x		Implicación
2 Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	x		Apoyo
3 El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	x		Implicación
4 En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.		x	Apoyo
5 Las actividades están bien planificadas.	x		Claridad
6 La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	x		Comodidad
7 Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	x		Implicación
8 Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.		x	Apoyo
9 Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.		x	Autonomía
10 Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	x		Organización
11 Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	x		Control
12 El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	x		Implicación
13 El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	x		Control
14 El lugar de trabajo es agradable.	x		Comodidad
15 A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.		x	Apoyo
16 Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	x		Claridad
17 Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	x		Claridad
18 Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	x		Autonomía
19 El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	x		Comodidad
20 Normalmente, el trabajo es muy interesante.	x		Implicación
21 El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.		x	Autonomía
22 Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.		x	Organización

Categorías de medición	Nº de Preguntas
Apoyo	4
Autonomía	3
Claridad	3
Comodidad	3
Control	2
Implicación	5
Organización	2
Total general	22

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Captura de Resultados

Nombre de la empresa: GRUPO SOLAIE S.A.S

		N° de trabajador encuestado										
	RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	V	V	F	F	V	V	V	F	V	V
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	F	V	V	V	V	F	V	F	V	F
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	V	V	V	F	F	F	F	V	F	V
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	V	F	V	F	F	F	F	V	F	V
5	Las actividades están bien planificadas.	V	F	F	F	F	F	F	V	V	V	V
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	F	F	V	V	F	F	V	V	F	V
7	Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	F	V	F	V	F	V	F	V	V	V
8	Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	V	V	F	V	V	V	V	V	F	V
9	Se anima a que las personas tomen sus propias decisiones.	V	V	F	F	F	F	V	V	F	F	V
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V	V	V	F	F	F	F	V	V	F	V
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	V	F	V	F	V	V	F	V	F	V
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	V	F	V	V	V	V	V	V	V	V
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	V	V	V	V	V	V	F	V	V	V
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	V	F	F	F	V	V	V	F	V	V
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	V	F	V	V	V	V	V	V	V	F
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	F	V	F	F	V	V	V	V	V	V
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	V	V	F	F	F	V	F	V	F	V
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	F	F	V	F	F	F	V	V	F	V
19	El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	V	F	F	F	F	F	F	V	F	V	F
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	V	V	V	F	V	F	V	V	F	V
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	V	F	V	F	F	V	V	F	F	V
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	V	F	V	V	V	F	F	V	V	F

Categorías de medición
Implicación
Apoyo
Implicación
Apoyo
Claridad
Comodidad
Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Control
Implicación
Control
Comodidad
Apoyo
Claridad
Claridad
Autonomía
Comodidad
Implicación
Autonomía
Organización

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Resumen Binario de Resultados

Nombre de la empresa:

	RESPUESTA IDEAL	N° de trabajador encuestado									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1
2 Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0
3 El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1
4 En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1
5 Las actividades están bien planificadas.	V	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
6 La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1
7 Las personas en la empresa estan mas pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0
8 Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1
9 Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	V	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
10 Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1
11 Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1
12 El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
13 El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
14 El lugar de trabajo es agradable.	V	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1
15 A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
16 Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1
17 Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1
18 Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1
19 El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.	V	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
20 Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1
21 El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
22 Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

Categorías de medición
Implicación
Apoyo
Implicación
Apoyo
Claridad
Comodidad
Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Control
Implicación
Control
Comodidad
Apoyo
Claridad
Claridad
Autonomía
Comodidad
Implicación
Autonomía
Organización

												SUMA
Implicación	5	3	4	1	4	0	4	3	2	4		30
Apoyo	2	3	2	2	2	0	2	2	1	3		19
Autonomía	2	0	2	0	0	0	3	1	0	3		11
Organización	1	2	0	0	0	0	1	1	0	1		6
Claridad	1	2	0	0	1	0	2	3	2	3		14
Control	2	1	2	1	2	0	0	2	1	2		13
Comodidad	1	0	1	1	1	0	3	1	2	2		12

Resultado

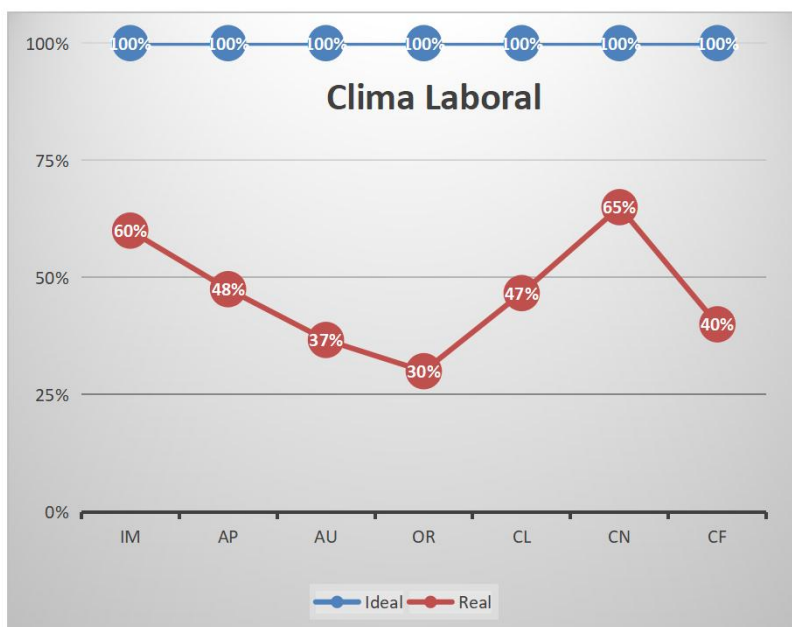
Nombre de la Empresa Proveedor: GRUPO SOLAIRE S.A.S

Fecha: 1-Jul-25

Cuestionarios aplicados: 10

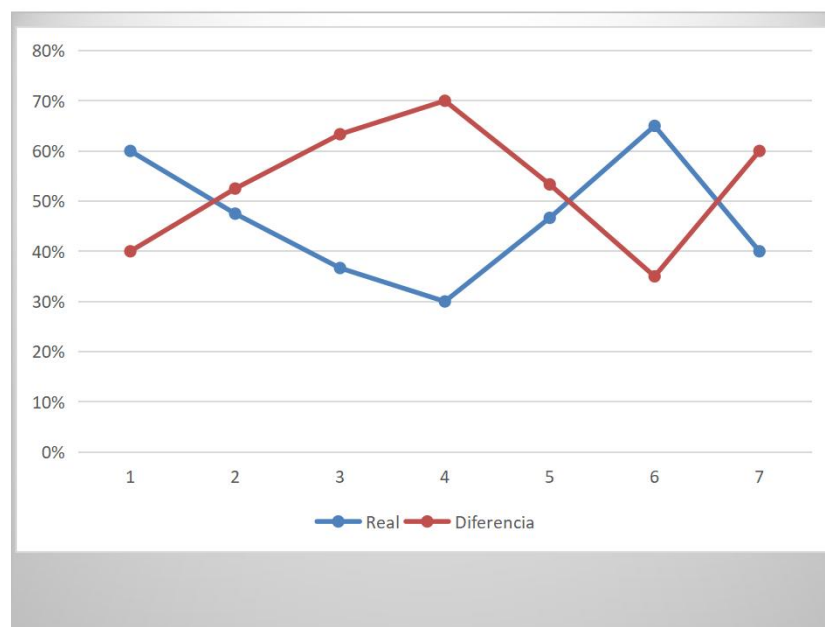
PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS		Puntuaciones		ESC	Puntaje
		Sumatoria	Máxima		
Implicación	IM	30	50	IM	60%
Apoyo	AP	19	40	AP	48%
Autonomía	AU	11	30	AU	37%
Organización	OR	6	20	OR	30%
Claridad	CL	14	30	CL	47%
Control	CN	13	20	CN	65%
Comodidad	CF	12	30	CF	40%



REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS		PUNTUACIONES				
		Ideal	Real	%	Diferencia	%
Implicación	IM	100%	60%	60%	40%	40%
Apoyo	AP	100%	48%	48%	53%	53%
Autonomía	AU	100%	37%	37%	63%	63%
Organización	OR	100%	30%	30%	70%	70%
Claridad	CL	100%	47%	47%	53%	53%
Control	CN	100%	65%	65%	35%	35%
Comodidad	CF	100%	40%	40%	60%	60%



Que encontramos	
Implicación	FALTA ORGANIZACIÓN Y AUTONOMIA YA QUE EL JEFE DE AREA ESTA MUY POCO PENDIENTE DE SUS EMPLEADOS
Apoyo	
Autonomía	
Organización	
Claridad	
Control	
Comodidad	

2G. Liderazgo

Fecha: JUEVES 10 DE JULIO DEL 2025

Marque con una X el cuadro correspondiente

Microempresa: Grupo Solaire SAS

Autoevaluación: 5

Nombre de la Catalina Cuellar Martinez

Evaluación a un Superior: 5

persona que evalúa: Fabian Arumburo Brito

Nombre del Líder

Evaluated: Andres Felipe Escobar

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada enunciado

Marcar con una x el número que mejor refleja la realidad de la persona que está evaluando.

Trate de dar una respuesta objetiva, no responda pensando en lo que le gustaría que fuera sino en lo que es.

Solo vale una respuesta por enunciado

No deje enunciados sin contestar

Comentarios:

El test se contesta tanto por el líder del grupo como por los trabajadores de la empresa

El Líder de la empresa:		Nunca	Rara Vez	Ocasional	Regularmente	Casi Siempre	Siempre
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	0	1	2	3	4	5
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	0	1	2	3	4	5
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	0	1	2	3	4	5
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	0	1	2	3	4	5
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	0	1	2	3	4	5
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	0	1	2	3	4	5
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	0	1	2	3	4	5
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	0	1	2	3	4	5
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	0	1	2	3	4	5
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	0	1	2	3	4	5
11	Sabe escuchar	0	1	2	3	4	5
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	0	1	2	3	4	5
13	Se enfoca a los asuntos importantes	0	1	2	3	4	5
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	0	1	2	3	4	5
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	0	1	2	3	4	5
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	0	1	2	3	4	5
17	Es íntegro, responsable y cumple su palabra.	0	1	2	3	4	5
18	Admite sus errores	0	1	2	3	4	5
19	Es seguro de sí mismo.	0	1	2	3	4	5
20	Inspira confianza a los demás	0	1	2	3	4	5

Categoría Evaluada

- Estrategia
- Estrategia
- Comunicación
- Comunicación
- Conocimiento
- Conocimiento
- Aprendizaje
- Aprendizaje
- Influencia
- Influencia
- Relaciones Personales
- Relaciones Personales
- Delegación
- Delegación
- Prioridades
- Prioridades
- Integridad
- Integridad
- Confiabilidad
- Confiabilidad

2H. Liderazgo

Nombre de la empresa:

El Líder de la empresa:

	LIDER	N° TRABAJADORES										Prom	
		Auto - Evaluación del Líder	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	5	4	3	5	3	3	3	4				3.6
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	5	5	4	4	5	4	3	4				4.1
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	5	3	3	2	3	4	3	4				3.1
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	5	3	4	3	4	3	4	3				3.4
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	5	5	4	5	3	3	4	4				4.0
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	5	5	3	5	4	4	5	3				4.1
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	5	4	4	4	4	4	4	3				3.9
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	5	4	4	4	3	4	4	4				3.9
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	5	3	3	3	4	4	3	4				3.4
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	5	3	3	3	4	4	3	3				3.3
11	Sabe escuchar	5	3	4	3	2	3	3	2				2.9
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	5	4	4	3	3	3	5	3				3.6
13	Se enfoca a los asuntos importantes	5	5	4	4	5	3	5	4				4.3
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	5	2	3	3	4	5	4	2				3.3
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	5	5	4	3	4	5	4	4				4.1
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	5	5	4	2	5	5	3	4				4.0
17	Es íntegro, responsable y cumple su palabra.	5	3	4	4	3	3	3	5				3.6
18	Admite sus errores	5	3	3	4	3	3	3	4				3.3
19	Es seguro de sí mismo.	5	5	5	4	5	5	3	5				4.6
20	Inspira confianza a los demás	5	4	3	5	4	3	4	4				3.9

Categoría Evaluada

- Estrategia
- Estrategia
- Comunicación
- Comunicación
- Conocimiento
- Conocimiento
- Aprendizaje
- Aprendizaje
- Influencia
- Influencia
- Relaciones Personales
- Relaciones Personales
- Delegación
- Delegación
- Prioridades
- Prioridades
- Integridad
- Integridad
- Confiabilidad
- Confiabilidad

2H. Liderazgo

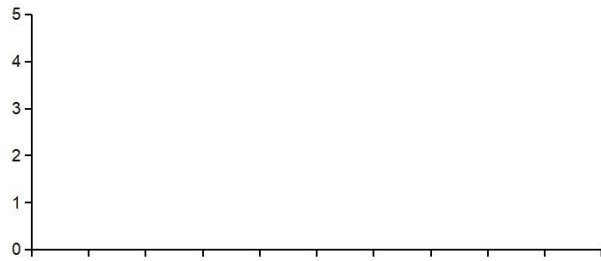
Resultados de las calificaciones

Nombre Empresa:

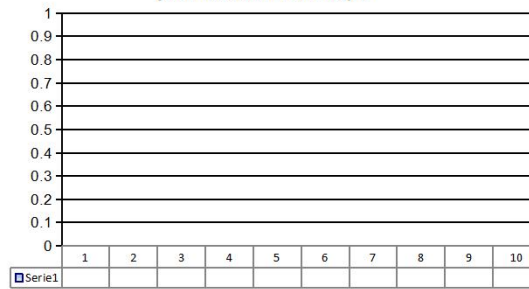
Nombre Líder:

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	5.0	3.9	-1.1	11%	4.4	89%
Comunicación	Co	5.0	3.3	-1.7	17%	4.1	83%
Conocimiento	Cn	5.0	4.1	-0.9	9%	4.5	91%
Aprendizaje	A	5.0	3.9	-1.1	11%	4.4	89%
Influencia	If	5.0	3.4	-1.6	16%	4.2	84%
Relaciones Personales	RP	5.0	3.2	-1.8	18%	4.1	82%
Delegación	D	5.0	3.8	-1.2	12%	4.4	88%
Prioridades	P	5.0	4.1	-0.9	9%	4.5	91%
Integridad	In	5.0	3.4	-1.6	16%	4.2	84%
Confiabilidad	Cf	5.0	4.2	-0.8	8%	4.6	92%

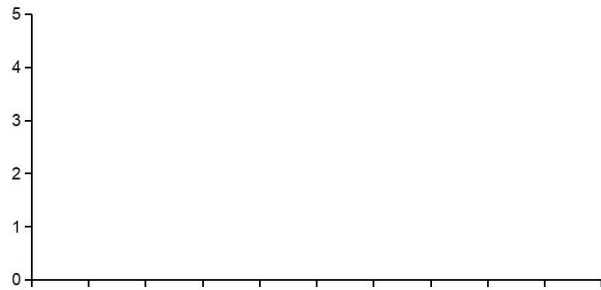
Auto-Evaluación del Líder



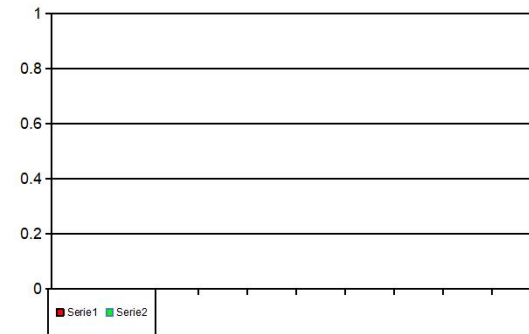
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder



Qué encontramos:

- Comunicación
- Relaciones Personales

IDENTIFICAMOS QUE LAS VARIABLES DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PERSONALES PRESENTAN LAS CALIFICACIONES MÁS BAJAS EN LA PERCEPCIÓN DE LOS TRABAJADORES RESPECTO AL COMPORTAMIENTO DEL LÍDER DE LA EMPRESA

ZONA DE CÁLCULOS (NO MODIFICAR LAS FÓRMULAS)

	Líder		Grupo	
E	5.00	5	E	3.86 5
Co	5.00	5	Co	3.29 5
Cn	5.00	5	Cn	4.07 5
A	5.00	5	A	3.86 5
If	5.00	5	If	3.36 5
RP	5.00	5	RP	3.21 5
D	5.00	5	D	3.79 5
P	5.00	5	P	4.07 5
In	5.00	5	In	3.43 5
Cf	5.00	5	Cf	4.21 5

	Evaluación del Líder	Prom	Categoría Evaluada
1	5	3.6	Estrategia
2	5	4.1	Estrategia
3	5	3.1	Comunicación
4	5	3.4	Comunicación
5	5	4.0	Conocimiento
6	5	4.1	Conocimiento
7	5	3.9	Aprendizaje
8	5	3.9	Aprendizaje
9	5	3.4	Influencia
10	5	3.3	Influencia
11	5	2.9	Relaciones Personales
12	5	3.6	Relaciones Personales
13	5	4.3	Delegación
14	5	3.3	Delegación
15	5	4.1	Prioridades
16	5	4.0	Prioridades
17	5	3.6	Integridad
18	5	3.3	Integridad
19	5	4.6	Confiabilidad
20	5	3.9	Confiabilidad