
Trabajo Final

Exploración y Desarrollo de Servicio: Proto Kit Alfa



CEI CENTRO DE ESTUDIOS
INTERDISCIPLINARIOS

UNR - Universidad Nacional de Rosario
Carrera de Posgrado: **Especialización en
Diseño Estratégico para la Innovación**
Directora: **Dra. Patricia Jablonka**
Trabajo: **Práctico Final - Proto Kit Alfa**
Cohorte: **2023**
Fecha: **29/12/2023**
Especializante: **Gonzalo Martín Gaetan**
Ciudad: **Rosario**

Contacto:

Gaetan, Gonzalo Martín

[<gaetangonzalo@outlook.com>](mailto:gaetangonzalo@outlook.com)

341 6202518

TABLA DE CONTENIDO

1. Descripción de Proyecto.....	3
Introducción.....	3
Contexto.....	3
Metodología.....	3
Análisis.....	3
Propuesta.....	4
Conclusiones.....	4
2. Descripción del Producto.....	4
Definición del problema.....	4
Del Protocolo.....	13
Del Kit de Apoyo.....	16
Testeo.....	18
3. Descripción de Negocio.....	19
Historia de la empresa , emprendimiento u organización las razones y motivaciones que lo han llevado a emprender o llevarlo a cabo.....	19
Nace Proto Kit Alfa.....	21
¿Qué es Proto Kit Alfa - Protocolo de Trabajo Instrumentado?.....	21
4. Dinámica y Tendencias Tecnológicas.....	23
Propuesta de Valor.....	23
Identificación de interesados - Stakeholders.....	23
Tecnologías de la Cadena de Valor.....	24
5. Diseño de futuros.....	24
Escenario 1 - Integración Coherente Organizacional.....	24
Escenario 2 - Organizaciones modernas.....	26
Escenario 3 - Alineación organizacional.....	28
6. Lean Canvas.....	30
Problema.....	30
Solución.....	30
Métricas Clave.....	30
Proposición de Valor Única.....	31
Ventaja Especial.....	31
7. Marco Estratégico Organizacional.....	32
Misión.....	32
Visión.....	32
Valores.....	32
Círculo dorado.....	32
Objetivos Estratégicos.....	33
Hipótesis de Valor y Crecimiento.....	33
OKR - Objetivos y resultados clave - Objectives and Key Results.....	34

8. Enfoque Estratégico y Modelos de Negocio.....	38
Modelo de Negocio Canvas.....	38
Localización.....	43
Matriz Eric.....	43
Triple Impacto.....	45
Tendencias.....	45
9. Producto/Servicio.....	47
Matriz VRIO.....	48
Estrategias para lograrlo.....	49
10. Análisis de la Industria / Sector.....	50
1. Descripción del Sector.....	50
2. Dinámicas de la Industria.....	50
3. Competencia.....	50
4. Tendencias del Mercado.....	50
5. Factores Clave de Éxito.....	50
6. Barreras de Entrada.....	50
11. Cadena de Valor Global - Red de Valor.....	51
Servicios integrados en nuestra cadena de valor:.....	52
12. Foda Cruzado.....	53
13. Pestel y su análisis.....	54
14. Conclusión de las encuestas y gráficos.....	56
15. Comercialización.....	59
Servicio Etapa 1: Jornada de Exploración Empresarial Encuentros presenciales mixtos: Identificación de problemáticas organizacionales en la PyME.....	59
Servicios Etapa 2: Análisis y Diseño Estratégico.....	60
Servicios Etapa 3: Implementación, desarrollo y mejora continua.....	60
16. Comunicación.....	61
Introducción: Transformando Realidades Empresariales con Proto Kit Alfa.....	61
17. Conclusión Final.....	62
Dificultades propias del Modelo de negocios enfocado al crecimiento.....	62
18. Anexos.....	62

1. Descripción de Proyecto

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo explorar y presentar Proto Kit Alfa, un enfoque innovador en diseño organizacional destinado a abordar los desafíos específicos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) durante procesos de crecimiento. Este enfoque no solo busca identificar problemas, sino garantizar su resolución efectiva y la mejora continua en la gestión y eficiencia de estas organizaciones.

Contexto

El problema central abordado es la falta de herramientas efectivas y accesibles para que las PyMEs **gestionen su crecimiento** de manera organizada y eficiente. La complejidad operativa y la resistencia al cambio a menudo obstaculizan su desarrollo sostenible. Este problema es relevante para dueños y líderes de PyMEs que buscan soluciones prácticas y específicas para optimizar sus procesos y estructuras organizativas.

Metodología

La metodología adoptada en este trabajo se alinea con la planificación del modelo de negocios integral propuesto en el MÓDULO IV de la especialización en planificación estratégica para la innovación. Este enfoque se centra en la comprensión profunda del contexto económico y político, la economía de la innovación y el desarrollo, así como la planificación de negocios en el marco de la Industria 4.0.

También se tomarán conceptos de los MÓDULOS I y II para diseñar el Protocolo y el instrumental de apoyo y para analizar contextos con mayor profundidad.

En el MÓDULO III se trabajó con una PyME que es caso marco de la problemática que aborda este trabajo. Esto permitió hacer una investigación profunda de un caso de estudio conocido desde adentro.

Análisis

El análisis se centrará en el modelo de negocios en función de las siguientes herramientas:

- Descripción de Negocio o Proyecto
- Lean Canvas
- Misión
- Visión
- Valores
- Objetivos Estratégicos
- Hipótesis de Valor y Crecimiento
- OKR (Objetivos y Resultados Clave)
- Modelo de Negocio Canvas
- Matriz Eric
- Matriz VRIO
- Análisis de la Industria / Sector
- Cadena de Valor Global - Red de Valor
- Foda Cruzado
- Pestel y su Análisis
- Innovación y Contexto
- Dinámica y Tendencias Tecnológicas
- Diseño de futuros
- Investigación y Análisis del Usuario
- Diseño centrado en el Usuario

Se espera obtener una comprensión detallada del proyecto, así como del servicio propuesto incluyendo prototipos del servicio y del instrumental.

Propuesta

La propuesta consiste en elaborar un proyecto para ofrecer Proto Kit Alfa como un servicio integral de diseño organizacional. Este enfoque se distingue por adaptar herramientas profesionales al contexto de las PyMEs de manera lúdica y participativa. La garantía de adopción efectiva, junto con la capacitación continua, busca proporcionar soluciones prácticas y duraderas para las PyMEs en desarrollo, mejorando su eficiencia y sostenibilidad.

Conclusiones

Se espera obtener un análisis del negocio con observaciones detalladas sobre la posible aplicabilidad y efectividad de Proto Kit Alfa en el contexto de las PyMEs. El aprendizaje clave se centrará en determinar la viabilidad del servicio y formular las bases para presentar el proyecto a clientes e inversores. Será importante definir la capacidad de adaptación de estas herramientas a diversas realidades empresariales y la percepción de los líderes de PyMEs sobre la necesidad de enfoques innovadores en diseño organizacional.

Expectativas del interlocutor: Se espera que el interlocutor comprenda la relevancia de Proto Kit Alfa en la mejora significativa de la gestión y organización en PyMEs. Además, se busca generar interés en la aplicación práctica de estas herramientas y en la transformación positiva que pueden impulsar en el tejido empresarial.

2. Descripción del Producto

[Ver ejemplo de lienzos en anexos.](#)



Definición del problema

Problemática del Cliente

Nuestro cliente en este **marco** es el líder de la **PyME en crecimiento**, que se enfrenta al desafío de resolver las problemáticas asociadas. Muchas veces sin contar con algún tipo de formación formal que les permita ordenar un sistema u organización, o aún peor, sin contar con una visión integral de su empresa.

De esta manera se define un desafío desde el punto de vista del **Diseño Centrado en las Personas**:

Desafío Inicial

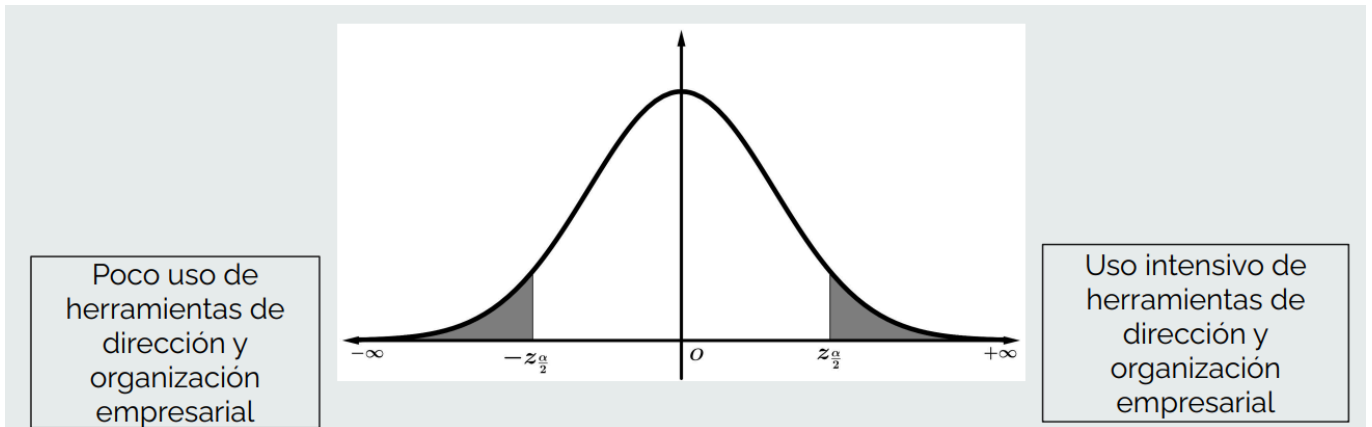
¿Cómo podríamos lograr que las personas que lideran PyMES puedan organizar sus procesos a pesar de no tener una visión integral?

Investigación de usuarios

- Recopilación de información sobre la situación de las PyMEs en Argentina (se consultan estudios e informes realizados por organismos públicos y privados).

- Programación de un plan de investigación.
- Se define el perfil de las personas usuarias
Líderes PyME en situación de alto crecimiento con menos de 50 personas, mandos medios no profesionalizados en el radio de Rosario y alrededores.
- Elegimos la entrevista semi estructurada como herramienta de investigación cualitativa y redactamos un guión

Usuarios extremos



Arquetipos de cliente

<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>	<p>Siente que varias áreas de su empresa están desorganizadas.</p> <p>No tiene objetivos definidos por área.</p> <p>Desconoce herramientas de organización.</p>	<p>No tiene una estrategia general.</p> <p>Los directivos rechazan la implementación de Sistemas Integrados de Gestión por la complejidad de su aplicación.</p> <p>En su PyME no destinan presupuesto para capacitarse.</p>	<p>Usa herramientas de medida, tiempos de medición.</p> <p>Siempre busca motivar a la gente, los contiene, los entiende.</p> <p>Tiene una visión definida de la empresa. Quiere transmitir ese conocimiento a los demás.</p>
	Persona 1 (Perdida)	Persona 2 (Negada)	Persona 3 (Enfocada)

Hallazgos

Descubrimos que un punto de dolor común de las personas entrevistadas giraba en torno a la **comunicación interna**.

- Se les dificulta transmitir con claridad un plan de acción.
- Sienten que falta visibilizar mejor la estructura organizacional.
- Dificultad para comunicar y hacer **seguimiento** de objetivos a colaboradores.
- Dificultad para comunicar los resultados de las áreas y su impacto.

Puntos de Dolor del Cliente

Gestión de recursos limitados: Los líderes de PYME a menudo se enfrentan a la falta de recursos financieros, humanos y tecnológicos para impulsar el crecimiento y la eficiencia de su negocio. La necesidad de maximizar el rendimiento de los recursos disponibles puede generar estrés y presión adicional. **Toma de decisiones estratégicas:** Los líderes de PYME deben tomar decisiones estratégicas importantes que pueden tener un impacto significativo en el futuro de su negocio. El miedo a tomar decisiones equivocadas o la falta de información adecuada puede generar inseguridad y dudas.

Carga de trabajo y equilibrio entre vida laboral y personal: Los líderes de PYME suelen tener una carga de trabajo intensa y una responsabilidad continua para mantener el negocio en funcionamiento. Esto puede llevar a un desequilibrio entre la vida laboral y personal, lo que resulta en estrés, agotamiento y falta de tiempo para dedicarse a otras áreas de la vida. **Adaptación al cambio y la incertidumbre:** Las PYMEs operan en entornos empresariales dinámicos y competitivos, lo que requiere adaptarse constantemente a los cambios del mercado y afrontar la incertidumbre. La capacidad de anticipar y responder de manera efectiva a los cambios puede ser un punto de dolor para los líderes de PYME. **Gestión de personal y motivación:** La gestión del talento y la motivación del equipo son desafíos comunes para los líderes de PYME. La contratación, retención y desarrollo de empleados competentes puede ser un desafío en un mercado laboral competitivo, y mantener a los empleados motivados y comprometidos puede requerir esfuerzo adicional.

Problema Marco

La problemática tiene como marco a las **PyMEs en crecimiento**, las problemáticas son múltiples y de órdenes totalmente diversificadas, posiblemente con algunos aspectos más relevantes que otros que tristemente no se encuentran identificados conscientemente. Algunos de los diversos problemas comunes que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) durante su proceso de crecimiento y expansión incluyen:

Problemáticas Generales y Comunes

Esquemas Organizacionales

Las estructuras organizacionales no se representan y/o comunican

Las estructuras organizacionales se tornan irreales a causa de que el crecimiento genera reestructuración permanente.

Las estructuras organizacionales no se representan de manera jerárquica, cosa que suele ser más fiel a la realidad en este caso.

Resistencia al Cambio:

Es muy probable que en el crecimiento se formalicen procedimientos o se incorporen dispositivos de automatización, incluso se optimicen procesos. La **resistencia interna al cambio** en un proceso de crecimiento puede llegar a ser crítica si no se implementa una gestión del cambio.

Problemas de Gestión en Procesos de Crecimiento

Dificultades en la gestión de procesos durante etapas de crecimiento. Transformar conocimiento tácito en explícito.

Diferencia Generacional y Talento No Calificado

Muchas veces las PyMEs se conforman por incorporación de recursos humanos de confianza para la organización y sus mandos medios se conforman por colaboradores no profesionales. Esto impacta negativamente en la adaptación al cambio y la incorporación de nuevas tecnologías. También es posible que estos mandos por razones de antigüedad tengan una edad avanzada a diferencia de las nuevas incorporaciones necesarias para afrontar el crecimiento. Esto genera brecha generacional lo que genera aún más resistencia a la incorporación de nuevas tecnologías

Escasa Inversión Tecnológica y Falta de Herramientas Efectivas de Gestión

Muchas veces no se cuenta con instrumentos tecnológicos adecuados a la producción o para la gestión de tareas o incluso para la comunicación.

En el caso de los sistemas de gestión, su falta de implementación de soluciones tecnológicas se puede generar tanto por resistencia a la inversión como por falta de comprensión sobre opciones no digitales, siendo esta última una razón muy frecuente. Es posible que se haya implementado previamente algún Sistema Integrado de Gestión digital empaquetado y que se haya vivido una experiencia negativa por las faltas de adaptabilidad de estos sistemas a la realidad mutable y con falta de formación de las PyMEs.

Se experimenta carencia de herramientas eficaces para monitorear procesos, establecer objetivos y medir indicadores clave de rendimiento.

Líderes que no Delegan, no Visualizan Problemas y no Disponen de Tiempo

Los directivos que se desarrollaron con la PyME desde sus orígenes tienen la tendencia a hacer todo y estar en todas las definiciones de la empresa en todos sus niveles. Carecen por tanto de una visión sistémica clara desde un enfoque estratégico, perdiendo desarrollo en este rol tan necesario para el crecimiento. La empresa experimenta dificultades para delegar, visualizar problemas y gestionar eficientemente el tiempo.

Desorganización y Falta de Objetivos Preestablecidos

La desorganización general en la empresa, incluida la falta de objetivos preestablecidos, generan permanentes conflictos a resolver de manera ineficiente que se incrementan fuertemente en un contexto de crecimiento, provocando menos oportunidades de pivotaje para solucionar problemas de sistema.

Subgrupo PyME relacionadas con la producción en serie

En un subgrupo de empresas PyME más relacionadas con la producción en serie (estudiadas en el MÓDULO III, contacto con las observaciones de una profesional que trabaja dentro de la empresa) permite observar puntualmente otras problemáticas:

Crecimiento acelerado sin adecuación de la estructura

La empresa puede experimentar un fuerte crecimiento en la demanda, generando un aumento en la producción y el personal. Sin embargo, la capacidad de producción puede quedar limitada, y la tecnología de producción rezagada. Este desajuste entre la demanda y la capacidad de producción es una problemática.

Enfoque a corto plazo y dinámica de trabajo cambiante

La empresa enfrenta desafíos diarios que requieren soluciones a corto plazo, lo que resulta en una dinámica de trabajo cambiante. Esto implica que las decisiones estratégicas se relegan a favor de resolver problemas inmediatos.

Centralización de la toma de decisiones

La toma de decisiones suele estar centralizada en una cumbre estratégica liderada por la dirección. Esta centralización deja a la línea media, donde se encuentran los líderes de las diferentes áreas, relegada y con poca autonomía.

Problema en el enlace de mandos medios

La falta de autonomía y poder de decisión en los mandos medios es identificada como un problema clave. Esto se evidencia en el organigrama, donde la toma de decisiones se concentra en la cumbre estratégica, dejando a la línea media en una posición menos relevante.

Organigrama inadecuado para el crecimiento

El organigrama jerárquico y su funcionamiento no son adecuados para la realidad actual de la organización, que ha experimentado un crecimiento significativo.

Necesidad de transición a una estructura más compleja

Dada la complejidad de la empresa, la estructura organizacional debe pasar de ser simple a incorporar una tecnoestructura. Esto implica un cambio en el modelo organizacional para abordar las demandas del presente.

Necesidad de transición a un organigrama en red

Se necesita una intervención en la línea media de la empresa para otorgar autonomía y poder de decisión a los mandos medios. Cambio de una estructura jerárquica a redárquica, fomentando la toma de decisiones compartida y un ambiente de trabajo más ágil y dinámico.

Empresas con fuerte estructura centrada en ventas

Haciendo entrevistas semi estructuradas a mandos medios y líderes de 2 empresas identificamos las siguientes problemáticas:

Desorganización Generalizada

La empresa enfrenta un estado de desorganización, especialmente en la falta de información clara en cada área. La ausencia de objetivos preestablecidos impide el establecimiento de indicadores y el seguimiento de resultados.

Carencia de Herramientas de Mejora Continua

La empresa no puede implementar herramientas de mejora continua, como el ciclo de Deming, debido a la falta de organización y la ausencia de indicadores medibles.

Intentos de Implementación de Herramientas sin Formación

Aunque la empresa intenta incorporar herramientas de gestión, como Trello, carece de capacitación en las metodologías que respaldan estas herramientas. Además, la implementación de registros en hojas de cálculo carece de estructuración y generación de informes.

Contexto Externo Desafiante

El contexto en Argentina, marcado por cambios políticos, educativos y financieros, dificulta la organización y promueve la adaptabilidad constante.

Falta de Profesionalización en Mandos Medios

La falta de formación en sistemas de organización de los mandos medios impide el desarrollo de elementos propios de sistemas integrados de gestión.

Resistencia de Directivos a Sistemas Integrados de Gestión

Los directivos ignoran o resisten la implementación de sistemas integrados de gestión debido a percepciones erróneas sobre su utilidad, costos y complejidad.

Falta de Enfoque Estratégico

Los directivos buscan resultados financieros y de mercado, pero carecen de un enfoque estratégico claro. Quieren información rápida y fácil para tomar decisiones.

Desconocimiento del Uso de Datos

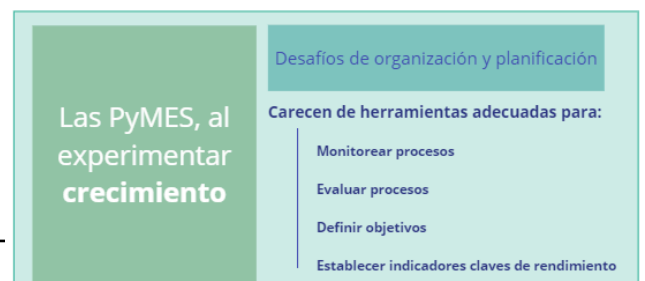
Existe la preocupación de que los colaboradores no comprendan la importancia de los datos, lo que podría comprometer el éxito del proceso.

Necesidad de Resultados Tangibles

Los directivos esperan resultados tangibles, como un organigrama, objetivos definidos, indicadores, planillas de datos y una agenda de revisión semanal.

Problemática resumen

Las PyMEs, al experimentar crecimiento, enfrentan desafíos significativos en términos de organización y planificación. En muchos casos, **carecen de herramientas adecuadas para monitorear y evaluar procesos, definir**

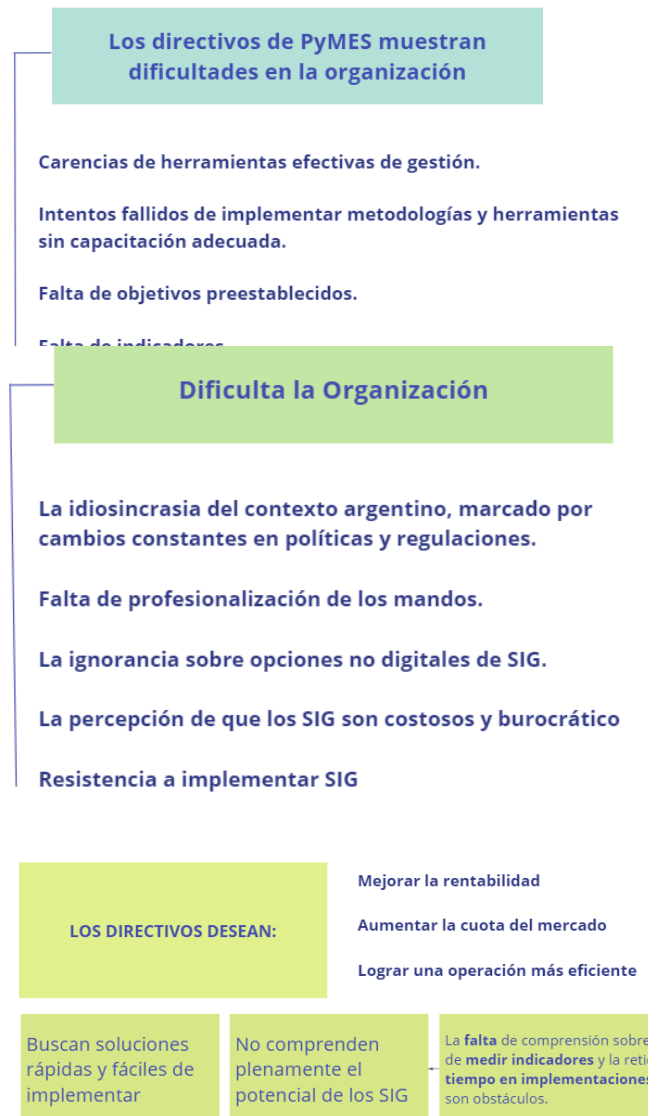


objetivos y establecer indicadores clave de rendimiento. Esta falta de visión clara puede conducir a decisiones erróneas, obstaculizando un crecimiento sostenible. La pregunta de investigación se centra en los desafíos que enfrentan los líderes de PyMEs durante este proceso.

Los directivos de PyMEs muestran dificultades en la organización, especialmente en la falta de objetivos preestablecidos, indicadores y seguimiento de resultados. La desorganización se refleja en la carencia de herramientas efectivas de gestión, como el ciclo de Deming, y en intentos fallidos de implementar metodologías y herramientas sin capacitación adecuada.

La idiosincrasia del contexto argentino, marcado por cambios constantes en políticas y regulaciones, dificulta la organización. La falta de profesionalización de los mandos, junto con la resistencia a implementar sistemas integrados de gestión, contribuye a la desorganización. Además, la ignorancia sobre opciones no digitales y la percepción de que estas herramientas son costosas y burocráticas son barreras adicionales.

Los directivos desean mejorar la rentabilidad, aumentar la cuota de mercado y lograr una operación más eficiente. Sin embargo, buscan soluciones rápidas y fáciles de implementar, a menudo sin comprender plenamente el potencial de los sistemas integrados de gestión. La falta de comprensión sobre la importancia de medir indicadores y la reticencia a invertir tiempo en implementaciones a largo plazo son obstáculos.



Problemáticas vinculadas con la Venta del Servicio

Desde la perspectiva del negocio, muy difícil vender un asesoramiento y más aún una implementación, que un empresario te abra las puertas de la empresa para que la intervengas es un acto de confianza plena que hay que ganar, este puede ser uno de los primeros problemas para comerciar este servicio.

Consideración de una Solución Personalizada

La solución propuesta implica una intervención personalizada que debe adaptarse a las necesidades y características específicas de cada empresa.

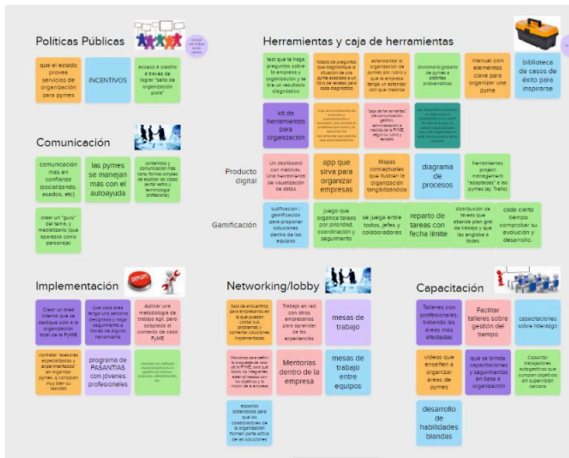
Desafío de Precios y Presupuestos

Los clientes esperan presupuestos cerrados y resultados claros, lo que representa un desafío al realizar un trabajo tan a medida.

Segmentación del Mercado Objetivo

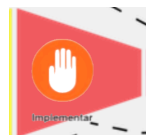
Se plantea segmentar el mercado objetivo a empresas de 3 a 7 años de vigencia, en un rubro específico, con una facturación que permita la inversión en IAEE y con un número limitado de empleados en roles de mandos medios.

Lluvia de Ideas, Agrupación por concepto, ordenamiento según ejes de esfuerzo e impacto:



Para implementar nos centramos en todas las características que se encuentran en el área de alto impacto y bajo esfuerzo

Propuesta resultante



Protocolo de trabajo lúdico con instrumentado físico con piezas manipulables.

Proto Kit Alfa

PROTOCOLO DE TRABAJO INSTRUMENTADO

Conjunto de **procedimientos** detallados formalizados y estructurados para llevar a cabo el **asesoramiento empresarial**

Equipo de **herramientas** para **mejorar eficiencia, precisión y eficacia.**

El objetivo es facilitar la representación de la organización a sus propios involucrados, (líderes y mandos medios) haciéndola visible, tangible y "manipulable" (diseñable con las manos) para levantar barreras comunicacionales y simplificar la definición de objetivos o tareas.

Del Protocolo

Objetivo General:

Diagnosticar, analizar y proponer soluciones a las problemáticas organizativas y de gestión de la PyME para mejorar su eficiencia y competitividad. Este protocolo proporciona una estructura para llevar a cabo un asesoramiento integral, permitiendo al líder visualizar y comprender mejor los desafíos y soluciones propuestas para su PyME.

Fases Preparatorias

Preparación

1. Entendimiento del Contexto

Investiga previamente sobre la industria, competidores y el entorno económico de la PyME.

Analiza documentos internos disponibles (organigramas, informes financieros, etc.).

2. Establecimiento de Objetivos de la Sesión

Define metas claras para la sesión, como identificar áreas críticas, proponer soluciones y establecer acciones prioritarias.

Materiales y Espacio

1. Lienzo Visual

Utiliza el lienzo de 2m x 2m para representar gráficamente la estructura organizacional y otros elementos

Usa colores y volúmenes tridimensionales para resaltar aspectos específicos.

2. Fibras y Notas Autoadhesivas

Emplea diferentes colores para categorizar información.

Utiliza notas autoadhesivas para detalles específicos y comentarios.

Fases del Asesoramiento

Fase 1 Diagnóstico

1. Sesión de Entrevista

Realiza una entrevista con el líder de la PyME para comprender sus perspectivas, desafíos y objetivos.

Hacer reír al grupo de trabajo

Documenta la información relevante y identifica las expectativas del líder.

2. Análisis de Información

Consulta sobre información detallada referida a la estructura actual y las operaciones.

Fase 2 Representación Visual

1. Creación del Mapa Organizacional

Utiliza el lienzo para esbozar la estructura organizacional actual.

Destaca áreas problemáticas y relaciones de dependencia.

2. Mapa Estratégico

Identifica los objetivos estratégicos y utiliza notas autoadhesivas para representarlos en el lienzo.

Conecta los objetivos con las áreas correspondientes en el mapa organizacional.

Fase 3 Identificación de Problemas

1. Sesión de Brainstorming

Facilita una sesión para identificar problemas y desafíos actuales.

Utiliza notas autoadhesivas para registrar cada problema en el lienzo.

2. Priorización de Problemas

Colabora con el líder para priorizar los problemas identificados.

Asigna colores o tamaños en las notas para indicar la importancia.

Fase 4 Propuestas de Solución

1. Sesión de Brainstorming para Soluciones

Facilita una sesión creativa para proponer soluciones a los problemas priorizados.

Representa visualmente las soluciones en el lienzo.

2. Creación de un Plan de Acción

Establece acciones específicas para implementar cada solución.

Asigna responsables y plazos para cada acción.

Fase 5 Revisión y Ajuste

1. Sesión de Revisión

Presenta la propuesta al líder y al equipo.

Realiza ajustes según el feedback recibido.

2. Consolidación Final

Finaliza el lienzo con la estructura organizacional rediseñada y el plan de acción.

Cierre

1. Entrega de Documentación

Proporciona al líder una copia de la representación visual y del plan de acción.

2. Sesión de Seguimiento

Programa una sesión de seguimiento para evaluar el progreso y realizar ajustes según sea necesario.

Fase Preparatoria			
Preparación		Materiales y Espacio	
1. Entendimiento del Contexto Investiga previamente sobre la industria, competidores y el entorno económico de la PyME. Analiza documentos internos disponibles (organigramas, informes financieros, etc.). 	2. Establecimiento de Objetivos de la Sesión Define metas claras. Define metas claras para la sesión, como identificar áreas críticas, proponer soluciones y establecer acciones prioritarias. 	1. Lienzo Visual Utiliza el lienzo de 2m x 2m para representar gráficamente la estructura organizacional y otros elementos. Usa colores y volúmenes tridimensionales para resaltar aspectos específicos. 	2. Fibrones y Notas Autoadhesivas Emplea diferentes colores para categorizar información. Utiliza notas autoadhesivas para detalles específicos y comentarios.

Fases del Asesoramiento			
Fase 1 Diagnóstico		Fase 2 Representación Visual	
1. Sesión de Entrevista Realiza una entrevista con el líder de la PyME para comprender sus perspectivas, desafíos y objetivos. Documenta la información relevante e identifica las expectativas del líder. 	2. Análisis de estructura Consulta información detallada sobre la estructura actual y las operaciones. Destaca áreas problemáticas y relaciones de dependencia. 	1. Creación del Mapa Organizacional Utiliza el lienzo para esbozar la estructura organizacional actual. Conecta los objetivos con las áreas correspondientes en el mapa organizacional. 	2. Mapa Estratégico Identifica los objetivos estratégicos y utiliza notas autoadhesivas para representarlos en el lienzo. Utiliza notas autoadhesivas para registrar cada problema en el lienzo.

Fases del Asesoramiento

Fase 3 Identificación de Problemas

1. Sesión de Brainstorming
Facilita una sesión para identificar problemas y desafíos actuales.
Asigna colores o tamaños en las notas para indicar la importancia.

2. Priorización de Problemas
Colabora con el líder para priorizar los problemas identificados.

Fase 4 Propuestas de Solución

1. Sesión de Brainstorming para Soluciones
Facilita una sesión creativa para proponer soluciones a los problemas priorizados.
Representa visualmente las soluciones en el lienzo.

2. Creación de un Plan de Acción
Establece acciones específicas para implementar cada solución.
Asigna responsables y plazos para cada acción.

Fases del Asesoramiento

Fase 5 Revisión y Ajuste

1. Sesión de Revisión
Presenta la propuesta al líder y al equipo.
Realiza ajustes según el feedback recibido.

2. Consolidación Final
Finaliza el lienzo con la estructura organizacional rediseñada y el plan de acción.

Cierre

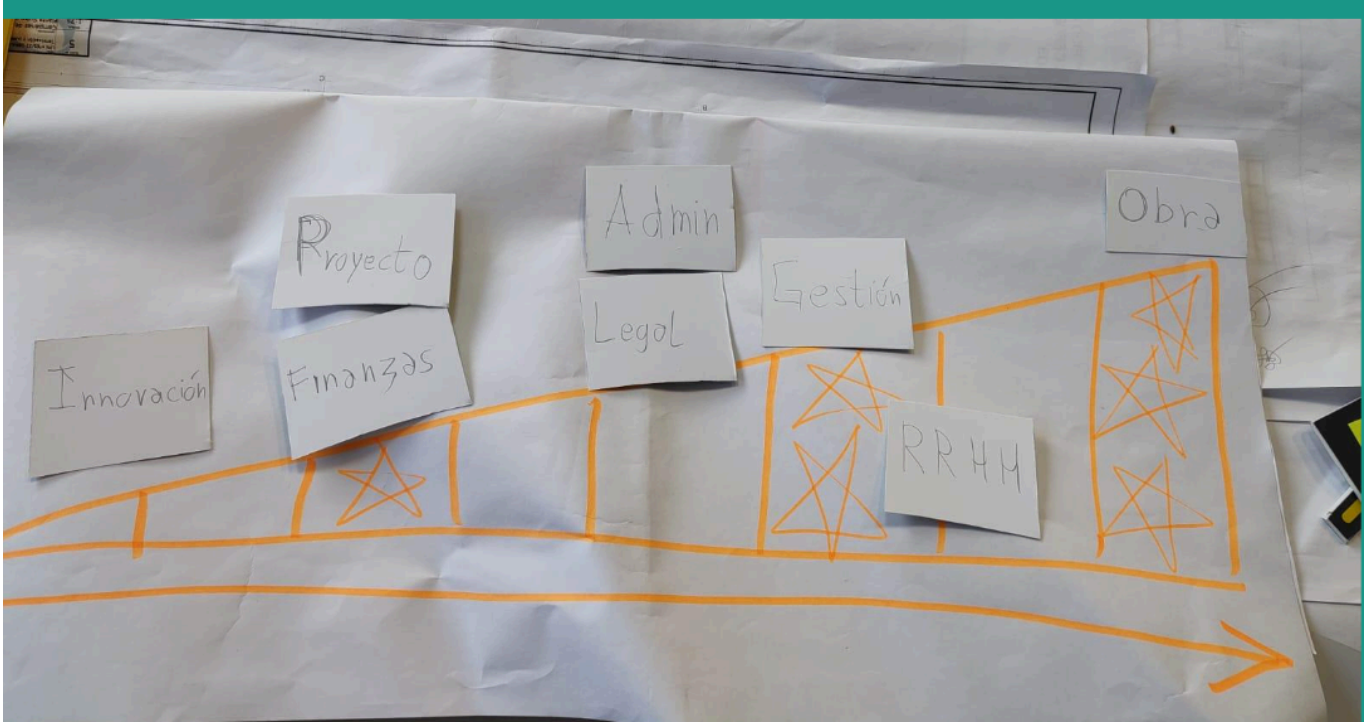
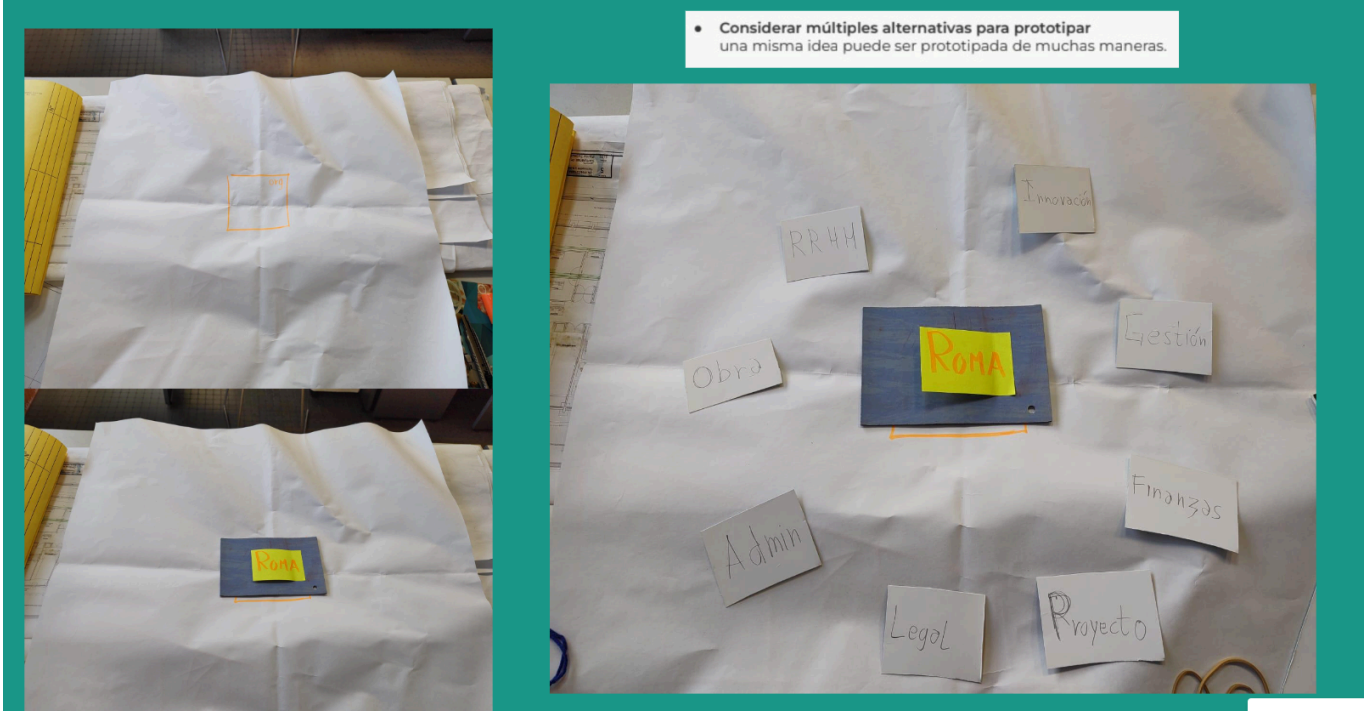
1. Entrega de Documentación
Proporciona al líder una copia de la representación visual y del plan de acción.

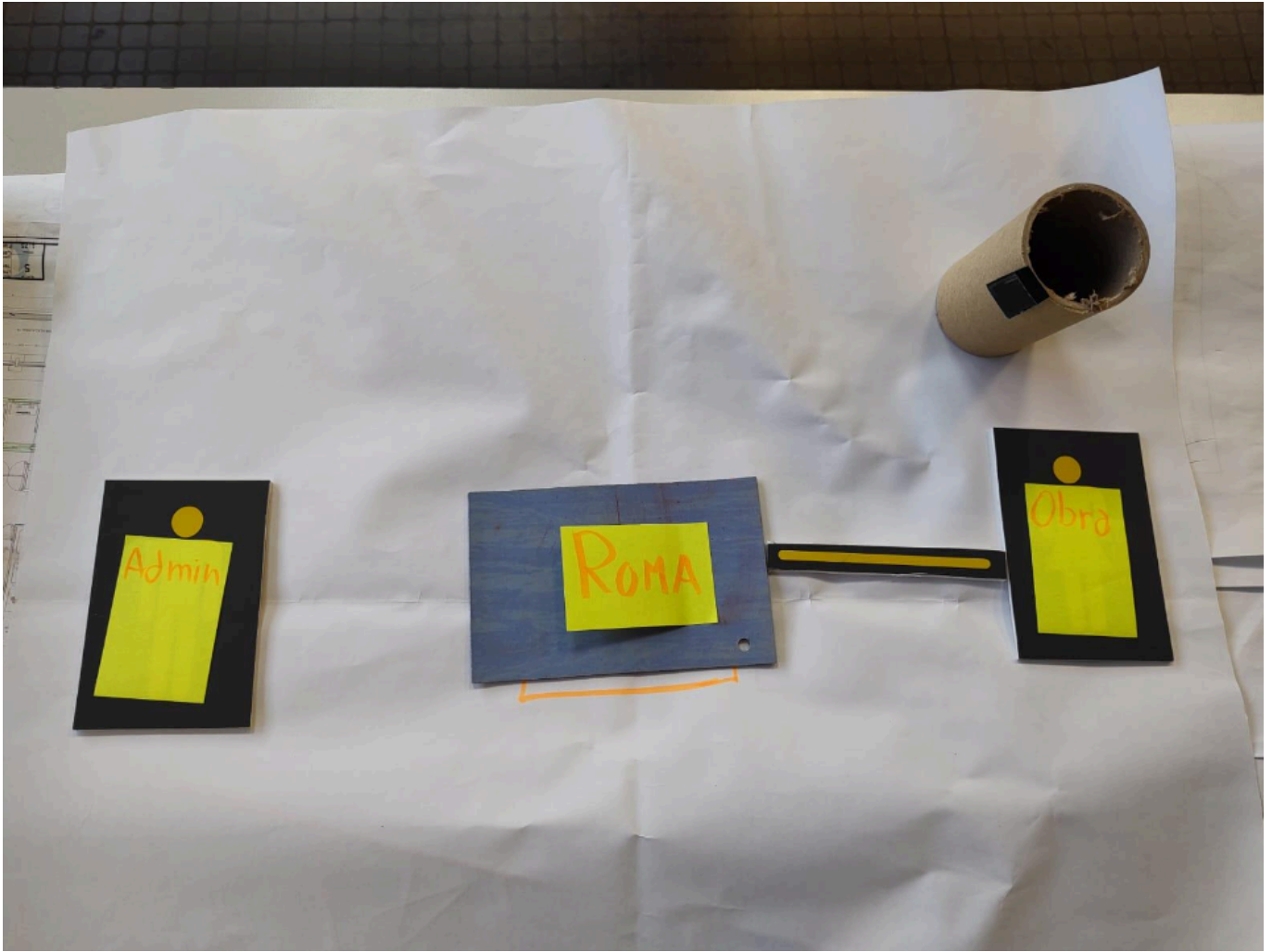
2. Sesión de Seguimiento
Programa una sesión de seguimiento para evaluar el progreso y realizar ajustes según sea necesario.

Del Kit de Apoyo

- **La rapidez es importante**
No dedicar más tiempo del que se necesita para elaborar el prototipo adecuado para lo que queremos validar.
- **La imperfección es buena**
No se necesita demasiado detalle.

- Considerar múltiples alternativas para prototipar una misma idea puede ser prototipada de muchas maneras.





Testeo

Vamos a observar y documentar el comportamiento y las reacciones de las personas al interactuar con el prototipo.



En primer lugar el testeo se va a realizar de manera parcial, utilizando únicamente un lienzo de 1,00 m x 0,80 m, notas autoadhesivas y fibrones. La dinámica durará 1 hs. El protocolo se limitará a escuchar a los usuarios contar su realidad y de manera semi estructurada se intervendrá con preguntas relativas al objetivo del protocolo de trabajo.

La interacción con el lienzo se dará de manera general por todos los participantes de la dinámica pero sólo el anfitrión será quien dibuje normalmente.

Actividades a desarrollar

Contar el organigrama de la empresa.

Contar las funciones

Cuál es el modelo de negocios

Modelo Canvas de Negocios

¿Qué queremos validar?

Que el ProtoKitAlfa en su estado mínimo sirve para generar autorreflexión sobre la información ordenada ahora disponible en el dispositivo y por tanto facilitar el proceso de toma de decisiones. Los datos dispuestos y ordenados revelan información, que ahora se encuentra disponible para tomar decisiones.

¿Qué personas podríamos incluir?

Testeo grupal con personas que formen parte de una PyME, (líderes y otros roles).

¿Dónde podríamos llevar a cabo el testeo?

En un espacio dentro del edificio de la PyME. Sala de reuniones o un espacio común, con una mesa donde se pueda desplegar el lienzo de manera cómoda.

Preguntas guía

Registrar devoluciones del usuario al concluir la dinámica.

Devoluciones

Se realizaron siete pruebas bajo esta modalidad, y las respuestas obtenidas en general son muy positivas. Algunos de los comentarios recibidos incluyen: lograr una claridad mental notable, experimentar una dinámica completamente diferente, se destacar como un enfoque sorprendente, facilitar la comunicación rápida de proyectos a otros, ser la elección adecuada para una fase de laboratorio por su carácter productivo y visible, facilita la apertura de perspectivas, involucrarse activamente en el proceso, ser algo genuinamente distintivo, efectivo y proporcionar una valiosa motivación en la gestión. Como aspecto negativo, se ha señalado que resulta difícil hacer un seguimiento preciso de los objetivos en porcentajes y relevar indicadores logrados a lo largo del tiempo.

Equipos dónde se realizó el testeo:

- Investigador del Malbran
- Equipo de innovación de empresa Desarrolladora
- Equipo de compañeras de Especialización
- Equipo gerencial de la asociación de graduados UTN Rosario
- Equipo gerencial de 2 inmobiliarias
- Líder de empresa educativa

3. Descripción de Negocio

Historia de la empresa , emprendimiento u organización las razones y motivaciones que lo han llevado a emprender o llevarlo a cabo.

La historia comienza con la reunión de cuatro individuos: Caro, con experiencia en asesoramiento a Pymes desde el pensamiento de diseño; Meli, especializada en diseño comunicacional orientado a la venta y con conocimientos en la estructuración comercial de productos; Camila, dedicada al diseño de productos y con experiencia en observar problemas

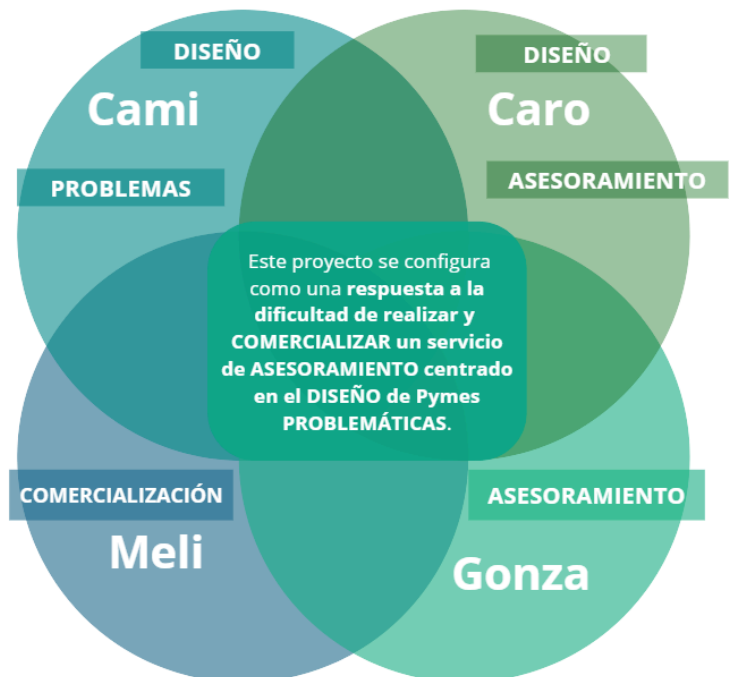
operativos en Pymes; y Gonza, con experiencia en asesoramiento a empresas Pymes utilizando un lienzo en papel con gráficas similares a los mapas conceptuales.

Cada uno de estos actores aporta su experiencia única al proyecto en desarrollo. Caro, con su background en asesoramiento en diseño, contribuye desde una perspectiva sistémica y práctica aplicando el pensamiento de diseño en entornos reales y aporta conocimientos específicos sobre cómo estructurar y visualizar aspectos del diseño organizacional.

Meli, especializada en diseño comunicacional orientado a la venta, aporta su experiencia en estrategias de marketing y comercialización, brindando una visión valiosa sobre cómo comunicar eficazmente los cambios organizacionales propuestos. Camila, con su enfoque en diseño de productos, ofrece una comprensión detallada de los desafíos específicos que enfrentan las Pymes en términos de diseño y operaciones.

Gonza, con su experiencia en asesoramiento a empresas Pymes utilizando un lienzo en papel, trae consigo un método probado de diagnóstico que puede adaptarse al proyecto. Este enfoque en el lienzo y las gráficas similares a los mapas conceptuales puede servir como una herramienta efectiva para la visualización y comprensión de problemas organizativos.

En conjunto, estos recorridos individuales convergen hacia la identificación de una necesidad común: el desarrollo de un Protocolo de trabajo instrumentado y accesible para la Pymes. Este proyecto se configura como una respuesta a la dificultad de comercializar un servicio de asesoramiento centrado en el diseño de Pymes problemáticas. Cada actor, desde su perspectiva única, aporta elementos clave que se fusionan para dar forma a una solución integral y enfocada en las necesidades específicas del cliente.



Nace Proto Kit Alfa

Es así que pensamos en desarrollar un servicio combinando las competencias individuales de cada uno de los integrantes del equipo para abordar estos problemas mediante la **evaluación del estado organizacional, diagnóstico centrado en la identificación de puntos críticos, elaboración de soluciones con herramientas accesibles y presentación de resultados**; A este servicio lo denominamos "Proto Kit Alfa".

Proto Kit Alfa

Busca abordar estos problemas mediante:



La estimación de precios se vuelve complicada debido a:



¿Qué es Proto Kit Alfa - Protocolo de Trabajo Instrumentado?

"Proto Kit Alfa - Protocolo de Trabajo Instrumentado" es un conjunto de **procedimientos** detallados formalizados y estructurados para llevar a cabo el **asesoramiento empresarial**, y la palabra "instrumentado" sugiere que se encuentra equipado de **herramientas** para mejorar **eficiencia, precisión y eficacia**. A continuación algunas características fundamentales:

Estructura Detallada: El protocolo proporciona una **guía** paso a paso con detalles específicos sobre **cómo llevar a cabo cada aspecto del trabajo**. Esto puede incluir una descripción clara de los pasos a seguir, los recursos necesarios y las herramientas utilizadas.

Herramientas Específicas: Se hace hincapié en el **uso de herramientas** o instrumentos específicos que facilitan la realización del trabajo. Estas herramientas podrían ser tecnológicas, físicas o metodológicas, dependiendo del contexto.

Automatización y Tecnología: Con el objetivo de impactar efectivamente en la organización se busca incluir la **implementación de tecnología** o sistemas automatizados para mejorar la eficiencia y reducir posibles errores humanos. Esto puede implicar el uso de software, dispositivos especializados u otras soluciones tecnológicas.

Control de Calidad: Se incorporan mecanismos de control de calidad para asegurar que el trabajo se realice de manera precisa y consistente. Esto puede incluir puntos de verificación específicos, **revisiones periódicas** o procesos de validación.

Medición de Resultados: Se establecen métricas o indicadores para medir el rendimiento y los resultados del trabajo. Esto facilita la evaluación continua y permite ajustes según sea necesario. Se toma como base un conjunto de herramientas que se ponen en marcha de manera conjunta, el **ciclo de Deming, CMI y OKRs**. También se propondrán reuniones de los mandos para que comuniquen sus resultados.

Adaptabilidad: Aunque es detallado, un protocolo instrumentado también puede ser lo suficientemente **flexible** como para adaptarse a cambios o circunstancias inesperadas. Esto asegura que el protocolo pueda ser aplicado efectivamente en diversas situaciones.

Conceptualmente Proto Kit Alfa es una **guía** detallada y **estructurada** que se beneficia de **herramientas específicas** y de la **implementación de tecnología** para **mejorar la ejecución** de una tarea o **proceso** específico.



Proto Kit Alfa

PROTOCOLO DE TRABAJO INSTRUMENTADO

Guía detallada y estructurada que se beneficia de **herramientas específicas** y de la **implementación de tecnología** para **mejorar** la ejecución de una tarea o **proceso** específico

4. Dinámica y Tendencias Tecnológicas

Propuesta de Valor

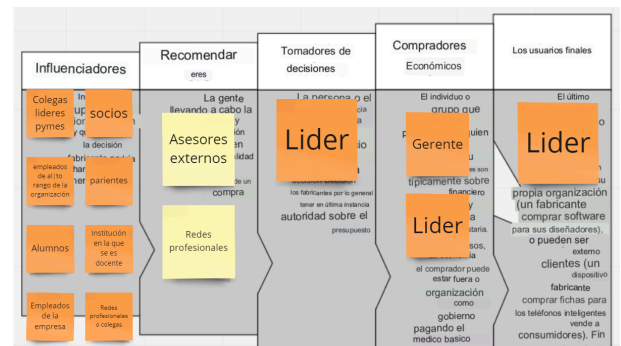


Identificación de interesados - Stakeholders

Influencers (Influyentes)

Empleados de la empresa: Los colaboradores pueden brindar opiniones y recomendaciones basadas en su experiencia y conocimiento de las necesidades y desafíos de la empresa.

Redes profesionales o colegas: Otros profesionales o colegas de la industria pueden influir en la decisión al compartir sus experiencias y sugerir la contratación de un servicio de asesoramiento en organización empresarial.



Recommenders (Recomendadores)

Asesores externos: Consultores, contadores u otros profesionales que brindan recomendaciones y asesoramiento a la empresa en temas empresariales y que pueden sugerir la contratación de un servicio específico.

Redes profesionales: Contactos en la industria o en el ámbito empresarial que recomiendan y respaldan la elección de un servicio de asesoramiento en organización empresarial.

Decision Makers (Tomadores de Decisiones)

Propietarios o Emprendedores: Los líderes del negocio que tienen la autoridad final para decidir sobre la contratación del servicio.

Comité de Dirección: En algunos casos, puede existir un comité o equipo de dirección que participa en la toma de decisiones estratégicas de la empresa.

Economic Buyers (Compradores Económicos)

Propietarios o Emprendedores: Aquellos que tienen la autoridad final para aprobar la inversión y asignar fondos para el servicio de asesoramiento.

Departamento Financiero: Los encargados de evaluar la viabilidad económica y el retorno de inversión asociado con el servicio.

End Users (Usuarios Finales)

Propietarios o Emprendedores: Los líderes del negocio que buscan mejorar la eficiencia y el rendimiento general de la empresa.

Gerentes y Supervisores: Los responsables de la implementación y supervisión de los cambios organizativos propuestos por el servicio de asesoramiento.

Empleados en general: Aquellos que interactúan con los procesos y sistemas empresariales y se beneficiarán de las mejoras en la organización y la productividad.

Tecnologías de la Cadena de Valor

Las tecnologías de la cadena de valor se refieren a las herramientas, métodos y soluciones tecnológicas que se utilizan para optimizar y mejorar estas actividades a lo largo de la cadena de valor. Se agrupan las correspondientes a la realidad actual y las esperadas a futuro y se resaltan en verde las que se encuentran **incorporadas en la organización actualmente.**

Actual

- Software de gestión empresarial
- Herramientas de análisis de datos
- Plataformas de colaboración y comunicación
- Automatización de procesos
- Herramientas de colaboración en la nube

Futura

- Inteligencia Artificial (IA) y Aprendizaje Automático
- Internet de las cosas (IoT)
- Analítica avanzada y Big Data
- Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR)
- Blockchain

5. Diseño de futuros

En este caso sólo se van a desarrollar los cursos de acción sin desarrollar el proceso de diseño de futuros, para lo cual se definieron 3 escenarios con características diferentes y 3 cursos de acción con plazos diferentes para cada escenario:

Escenario 1 - Integración Coherente Organizacional

Las empresas han experimentado una transformación completa en su cultura y forma de trabajo. La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta clave para

automatizar y agilizar tareas administrativas, liberando a los empleados para centrarse en tareas más estratégicas y creativas.

La toma de decisiones ha mejorado significativamente gracias a la IA y el análisis de datos avanzado, lo que ha permitido a las empresas tomar decisiones más informadas y precisas.

Sin embargo, este futuro también ha planteado nuevos desafíos en cuanto a la seguridad y privacidad de los datos, con un riesgo potencial de ciberataques y violaciones de seguridad. Como respuesta, las empresas han invertido en tecnologías y prácticas de seguridad avanzadas para proteger sus activos y la información de sus clientes.

La necesidad de adaptación y reskilling ha sido una prioridad en este futuro utópico. Las empresas han reconocido la importancia de brindar oportunidades de desarrollo y capacitación para que los empleados adquieran nuevas habilidades y se mantengan relevantes en un entorno en constante cambio.

Una característica destacada de este futuro es la abolición del horario fijo en las empresas. Se ha adoptado un enfoque más flexible, permitiendo a los empleados organizar su tiempo de trabajo de manera más autónoma, lo que ha resultado en una mayor satisfacción y equilibrio entre la vida laboral y personal.

Además, el metaverso ha surgido como una plataforma revolucionaria, permitiendo a las personas personalizar y decorar sus espacios virtuales. Esto ha abierto nuevas posibilidades para la colaboración y la interacción en un entorno virtualmente enriquecido y diverso.

En general, este futuro utópico se ha caracterizado por una integración coherente entre tecnología, talento humano y una mentalidad progresista. Las empresas han logrado un equilibrio armonioso entre la eficiencia tecnológica y el bienestar de sus empleados, lo que ha dado lugar a una sociedad empresarial más unida, creativa y próspera.

Objetivo Específico

Incrementar la oferta de servicios especializados en inteligencia artificial (IA) y tecnologías emergentes para adaptar y transformar exitosamente a las pymes hacia una cultura empresarial integrada y tecnológicamente avanzada, centrada en el talento humano, en un plazo de 2 años.

Cursos de Acción a Corto Plazo

1. Contratar especialistas en IA y tecnologías emergentes: Incorporar al equipo de asesoramiento a profesionales especializados en inteligencia artificial y tecnologías emergentes para fortalecer la oferta de servicios en este ámbito.
2. Desarrollar soluciones de IA personalizadas: Implementar soluciones de inteligencia artificial adaptadas a las necesidades específicas de las pymes, automatizando tareas administrativas y mejorando la toma de decisiones estratégicas.
3. Establecer alianzas estratégicas: Colaborar con expertos en IA y tecnologías emergentes para complementar y enriquecer el portafolio de servicios y brindar soluciones más avanzadas a las pymes.

4. Capacitación del equipo: Capacitar al equipo existente en conceptos de IA y tecnologías emergentes para mejorar su comprensión y habilidades en estos campos.

Cursos de Acción a Mediano Plazo

1. Expansión de servicios tecnológicos: Ampliar la oferta de servicios relacionados con tecnologías emergentes, como el desarrollo de mundos virtuales (metaverso), para permitir a las pymes adaptarse a los nuevos entornos virtuales y personalizar sus productos y servicios.
2. Implementación de programas de reskilling: Desarrollar programas de reskilling y capacitación para los empleados de las pymes, permitiéndoles adquirir nuevas habilidades tecnológicas para enfrentar los desafíos de un mundo empresarial en constante evolución.
3. Seguridad y privacidad de datos: Asesorar a las pymes en la implementación de tecnologías avanzadas de seguridad y prácticas de privacidad para proteger sus datos y activos en un entorno tecnológico cambiante y amenazante.

Cursos de Acción a Largo Plazo

1. Liderazgo en asesoramiento tecnológico: Consolidarse como líder en el asesoramiento a pymes en el ámbito de la inteligencia artificial y tecnologías emergentes, reconocido por su enfoque integral y personalizado.
2. Responsabilidad ética y sostenible: Promover el uso responsable de la inteligencia artificial y tecnologías emergentes, asegurándose de que las soluciones implementadas sean éticas y equitativas, y que contribuyan a la sostenibilidad empresarial.
3. Colaboración con empresas e iniciativas visionarias: Establecer colaboraciones con empresas y líderes visionarios que compartan la visión de un mundo empresarial más humano, equitativo y sostenible, creando una red de apoyo para promover el cambio deseado.

Escenario 2 - Organizaciones modernas

El avance de la tecnología llevo a la inclusion de conceptos como la IA, el metaverso y el trabajo remoto, las cuales ofrecen nuevas oportunidades y transforman la forma en que las empresas operan y se conectan con sus trabajadores y clientes.

La IA permite a las empresas automatizar tareas repetitivas, analizar grandes cantidades de datos y tomar decisiones más informadas.

El metaverso abre un mundo de posibilidades para expandir el alcance de las empresas y conectar con audiencias globales.

Gracias a la tecnología digital, muchas empresas han optado por permitir que sus empleados trabajen de forma remota. También se benefician al tener acceso a talento global sin restricciones geográficas, reducir costos operativos y fomentar la diversidad y la inclusión en sus equipos de trabajo.

Objetivo Específico

Incrementar la capacidad de la empresa para ofrecer soluciones avanzadas de inteligencia artificial (IA) y tecnologías emergentes en el asesoramiento organizacional a pymes en el contexto de las "Organizaciones Modernas" en un plazo de 2 años.

Cursos de Acción a Corto Plazo

1. Contratación de especialistas en IA: Incorporar al menos dos especialistas en inteligencia artificial al equipo de asesoramiento para fortalecer la oferta de servicios tecnológicos.
2. Desarrollo de servicios de IA personalizados: Implementar al menos tres soluciones de inteligencia artificial adaptadas a las necesidades específicas de las pymes para automatizar procesos y mejorar la toma de decisiones.
3. Establecimiento de alianzas estratégicas: Colaborar con al menos dos expertos en tecnologías emergentes para enriquecer el portafolio de servicios y brindar soluciones más avanzadas a las pymes.

Cursos de Acción a Mediano Plazo

1. Ampliación del equipo tecnológico: Incrementar el equipo de especialistas en IA a un total de cinco profesionales para abordar proyectos más complejos y diversificar la oferta de servicios tecnológicos.
2. Implementación de programas de reskilling: Desarrollar al menos dos programas de reskilling para los empleados de las pymes, enfocados en adquirir habilidades tecnológicas y adaptarse a los cambios tecnológicos.
3. Desarrollo de soluciones de mundos virtuales: Ofrecer al menos dos soluciones relacionadas con el desarrollo y mantenimiento de mundos virtuales (metaverso) para ampliar el alcance de las pymes y conectar con audiencias globales.

Cursos de Acción a Largo Plazo

1. Liderazgo en asesoramiento tecnológico: Posicionarse como líder en el asesoramiento a pymes en el ámbito de la inteligencia artificial y tecnologías emergentes, destacándose por su enfoque integral y personalizado.
2. Desarrollo de servicios éticos y sostenibles: Implementar un enfoque de consultoría basado en la ética y la sostenibilidad, garantizando el uso responsable de la inteligencia artificial y tecnologías emergentes en beneficio de las pymes y la sociedad.
3. Colaboración con empresas visionarias: Establecer alianzas estratégicas con al menos tres empresas visionarias que compartan la visión de un mundo empresarial más humano, equitativo y sostenible, para promover conjuntamente un cambio positivo en el ámbito empresarial.

Escenario 3 - Alineación organizacional

En un futuro no muy lejano, la realidad empresarial ha sido transformada por la alienación organizacional. Las empresas, una vez lugares de colaboración y creatividad, han caído presas de la desconexión humana y la dependencia excesiva de la tecnología. Bajo la sombra de una sociedad obsesionada con la eficiencia y la automatización, la humanidad se encuentra en un estado de alienación sin precedentes.

La búsqueda de productividad desenfadada ha llevado a una reducción radical del horario laboral, donde los trabajadores son forzados a dedicar cada vez menos tiempo a sus actividades personales y descanso. En este panorama distópico, se espera que la disminución de los días laborales aumente la productividad, pero en realidad, ha llevado a un agotamiento extremo y a la pérdida de la calidad de vida. Los empleados se sienten desconectados de su propio bienestar, atrapados en una espiral de trabajo constante.

La incomodidad con el entorno laboral ha alcanzado su punto máximo. Muchos trabajadores han renunciado a sus empleos debido a salarios insatisfactorios y a un entorno laboral cada vez más frío y deshumanizado. La falta de interacción humana y el predominio de la tecnología han creado una sensación de aislamiento y despersonalización en el mundo laboral. Las relaciones entre colegas son meramente transaccionales y la creatividad se ha desvanecido en favor de la eficiencia mecánica.

En este futuro distópico, los espacios de trabajo se han transformado en co-workings estériles y aislados. Aunque destinados a fomentar la colaboración, estos entornos carecen de la calidez y la interacción humana que alguna vez caracterizó a las empresas. La arquitectura urbana ha sido adaptada para acomodar estos espacios, pero la energía que una vez fluía entre las personas se ha desvanecido.

La tecnología ha avanzado de manera vertiginosa, con inteligencia artificial y automatización asumiendo el control de la toma de decisiones. Los humanos se han convertido en meros espectadores de sus propias empresas, relegados a roles secundarios mientras las máquinas dominan la escena. La falta de control sobre estas tecnologías emergentes ha llevado a situaciones peligrosas donde los sistemas operan de manera autónoma y toman decisiones sin intervención humana, llevando a resultados impredecibles y en ocasiones caóticos.

En este escenario futuro, las empresas han perdido gran parte de su capital humano, sustituido por la automatización y la inteligencia artificial. Las habilidades especializadas son cada vez más escasas, mientras que los empleos repetitivos y rutinarios son reemplazados por máquinas. La desigualdad se ha agravado, con un pequeño grupo de individuos privilegiados que controlan la tecnología y acumulan más poder y riqueza.

La realidad distópica de la alienación organizacional es un llamado de atención para la humanidad. El equilibrio entre la tecnología y la humanidad se ha perdido, y las empresas se han convertido en entidades deshumanizadas y despersonalizadas. La necesidad de recuperar la conexión humana, la creatividad y la ética empresarial es urgente si queremos evitar este futuro oscuro y construir un mundo empresarial más equitativo y sostenible.

Objetivo Específico

Reconstruir la conexión humana y la creatividad en el mundo empresarial, abogando por un enfoque equitativo y sostenible para restaurar la calidad de vida y el bienestar de los trabajadores.

Cursos de Acción a Corto Plazo

1. Implementación de programas de capacitación: Llevar a cabo al menos cinco programas de capacitación para empleados de pymes en las habilidades especializadas identificadas previamente.
2. Promoción de políticas empresariales éticas y equitativas: Asesorar al menos a cinco pymes en la adopción de políticas que fomenten la equidad, diversidad e inclusión en sus organizaciones.
3. Toma de decisiones colaborativa y consciente: Implementar un proceso de toma de decisiones colaborativa en al menos tres pymes, donde los empleados puedan contribuir activamente a las decisiones empresariales.

Cursos de Acción a Mediano Plazo

1. Evaluación de impacto en el bienestar: Evaluar el impacto de los programas de bienestar implementados en las pymes asesoradas y realizar ajustes según los resultados obtenidos.
2. Difusión del enfoque sostenible: Colaborar con líderes visionarios y empresas para promover la adopción de prácticas sostenibles y éticas en el mundo empresarial.
3. Reconocimiento como referente en la humanización empresarial: Ser reconocidos como líderes en el asesoramiento organizacional que promueve la conexión humana, la creatividad y la sostenibilidad en el entorno laboral.

Cursos de Acción a Largo Plazo

1. Fomentar la creatividad y la innovación en las organizaciones: Estimular la creatividad y la innovación en las empresas mediante el desarrollo de programas y metodologías que reconozcan la importancia de la mente humana en el progreso empresarial.
2. Colaborar con empresas y líderes visionarios: Establecer colaboraciones con empresas y líderes visionarios que compartan la visión de un mundo empresarial más humano, equitativo y sostenible, creando una red de apoyo para promover el cambio deseado.
3. Liderar el cambio hacia un mundo empresarial más balanceado: Convertirse en un referente en el asesoramiento organizacional consciente y ético, liderando el cambio hacia una realidad más equitativa y sostenible, donde la creatividad y la interacción humana sean pilares fundamentales en el mundo empresarial del futuro.

Acciones unificadas

Lo que hicimos fué unificar los objetivos de los 3 escenarios y convertirlos en acciones inmediatas para orientarnos hacia los 3 escenarios posibles y responder a la pregunta ¿Sabiendo esto qué es lo que harías mañana?, estas son las 4 acciones obtenidas:

- Utilizar IA en cada procesos posible
- Investigar y clasificar las distintas formas de aplicación de la IA
- Clasificar las distintas formas de aplicación de la IA
- Elaborar una oferta de servicios de reskilling y adaptación tecnológica

6. Lean Canvas

Problema

A medida que las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) atraviesan procesos de crecimiento, se enfrentan a desafíos fundamentales, como esquemas organizacionales desactualizados y una marcada resistencia al cambio. La falta de herramientas efectivas para monitorear procesos, establecer objetivos claros y medir indicadores clave de rendimiento crea un terreno propicio para decisiones erróneas, limitando así su potencial de crecimiento sostenible. Los problemas de gestión durante estos procesos de expansión se manifiestan en la carencia de objetivos preestablecidos y la dificultad de visualizar problemas. Además, la idiosincrasia del contexto argentino, junto con la resistencia a adoptar soluciones tecnológicas y sistemas integrados de gestión, contribuye a la desorganización. La falta de comprensión sobre opciones no digitales y la percepción errónea de la complejidad y el costo de estas herramientas agravan aún más la situación. Los líderes, afectados por la falta de delegación, la incapacidad para visualizar problemas y las restricciones de tiempo, buscan mejorar la rentabilidad y la eficiencia operativa, pero se ven obstaculizados por la búsqueda de soluciones rápidas y la reticencia a invertir tiempo en implementaciones a largo plazo.

Solución

Facilitar el diagnóstico preciso de problemas empresariales, proporcionando una guía integral desde la identificación hasta la implementación de soluciones efectivas. Nuestra misión es respaldar a las empresas en el logro de objetivos, la mejora de la gestión, la optimización de procesos y la consecución de un nivel superior de profesionalización.

Métricas Clave

La medición de la "Cantidad de Soluciones Propuestas y Adoptadas" en el contexto de Proto Kit Alfa se centra en evaluar la efectividad de las soluciones ofrecidas a través de nuestros servicios. Esta métrica implica analizar la proporción de soluciones presentadas a las empresas mediante Proto Kit Alfa que son efectivamente adoptadas e implementadas por los clientes. La tasa de adopción se convierte en un indicador crucial para comprender la utilidad y relevancia de las propuestas, permitiendo ajustes estratégicos y mejoras continuas.

En cuanto a "Medir e Interpretar Acciones y Resultados (Ciclo de Deming)", este enfoque se orienta a la evaluación de las mejoras continuas implementadas. Se lleva a cabo mediante la medición sistemática de los resultados obtenidos a partir de las acciones tomadas. El Ciclo de Deming, también conocido como PDCA (Plan, Do, Check, Act), se aplica para planificar las mejoras, implementarlas, verificar los resultados y actuar en consecuencia. Este ciclo iterativo

permite un proceso de aprendizaje constante, asegurando la adaptabilidad y eficiencia en la ejecución de las acciones correctivas.

Por último, la "Satisfacción de Líderes y Mandos Medios" se refiere a la recopilación y análisis de las calificaciones de satisfacción proporcionadas por los clientes, específicamente los dueños y mandos medios de las empresas atendidas por Proto Kit Alfa. Este proceso es esencial para entender la percepción y experiencia del cliente en relación con nuestros servicios. La retroalimentación recopilada se utiliza para identificar áreas de mejora y garantizar que Proto Kit Alfa cumpla con las expectativas y necesidades de los líderes y mandos medios, contribuyendo así a la mejora constante de la experiencia del cliente.

Proposición de Valor Única

Adaptar herramientas profesionales al contexto de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) mediante un formato lúdico y participativo. Facilitamos la visualización y comprensión de los problemas, permitiendo soluciones efectivas.

Garantizamos la adopción efectiva de estas soluciones a través de capacitación y acompañamiento continuo. Un conjunto de procedimientos detallados equipados con herramientas específicas y tecnología para mejorar la eficiencia, precisión y eficacia del proceso. Esto incluye una estructura detallada, herramientas específicas, automatización, control de calidad, medición de resultados y adaptabilidad a cambios.

Ventaja Especial

Metodología lúdica que busca establecer una conexión cercana y efectiva con nuestros clientes. Nos distinguimos por un estilo comunicacional que se caracteriza por la escucha activa y la empatía, garantizando así una comunicación fluida y comprensiva. Fomentamos un enfoque colaborativo en todas nuestras interacciones, donde la participación conjunta con nuestros clientes es fundamental para alcanzar resultados excepcionales. Además, nos esforzamos por eliminar cualquier barrera comunicacional, proporcionando puntos de enlace efectivos que facilitan la interacción y aseguran una comprensión mutua sin obstáculos.

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA	VENTAJA ESPECIAL
<ul style="list-style-type: none"> Esquemas organizacionales desactualizados, resistencia al cambio Problemas de gestión en procesos de crecimiento Diferencia generacional, talento no calificado. Escasa inversión tecnológica Líderes no delegan, no visualizan los problemas, no disponen de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el diagnóstico de los problemas Acompañar implementación de solución Alcanzar objetivos, mejora de gestión, mejora de procesos, profesionalización 	<ul style="list-style-type: none"> Servicio integral de diseño organizacional que adapta herramientas profesionales para uso de Pymes mediante un formato lúdico y participativo que ayuda a visualizar y entender los problemas y facilitar las soluciones. Garantía de adopción efectiva de soluciones mediante capacitación y acompañamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Metodología lúdica (cercana) Estilo comunicacional (escucha activa, empatía) Colaborativo Eliminar barreras comunicacionales (p .de enlace)
	<p>MÉTRICAS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Cantidad de soluciones propuestas y adoptadas Medir e interpretar acciones y resultados (Ciclo de Deming) Satisfacción de líderes y mandos medios 		<p>CANALES</p>

7. Marco Estratégico Organizacional

Misión

Ayudar a las empresas a transformarse y prosperar a través de un enfoque innovador y lúdico para el diseño organizacional. Nuestra misión es eliminar las barreras comunicacionales, optimizar las estructuras empresariales y asegurar que las soluciones propuestas se adopten de manera efectiva, contribuyendo al crecimiento y la sostenibilidad de las organizaciones.

Visión

Ser reconocidos como líderes en el diseño organizacional lúdico y en la superación de desafíos de comunicación en el entorno empresarial. Visualizamos un futuro en el que las empresas puedan disfrutar del proceso de transformación y mejora organizativa, y en el que nuestra metodología sea un estándar para el éxito empresarial.

Valores

1. **Innovación:** Nos esforzamos por mantenernos a la vanguardia en enfoques creativos y soluciones efectivas.
2. **Colaboración:** Trabajamos codo a codo con nuestros clientes para entender sus necesidades y co-crear soluciones personalizadas.
4. **Efectividad:** Medimos nuestro éxito por la adopción efectiva de soluciones y la mejora empresarial sostenible.
5. **Diversión:** Hacemos que el proceso de transformación organizativa sea atractivo y lúdico.

Propósito

Nuestro propósito es ofrecer a las empresas una nueva forma de abordar los desafíos organizacionales, brindando soluciones efectivas y fomentando la adopción exitosa de cambios. Queremos inspirar un cambio positivo en la forma en que las empresas se organizan y se comunican, lo que conduce a un crecimiento sostenible y a la satisfacción de nuestros clientes.

Círculo dorado

¿Por qué lo hacemos?

Porque creemos en que toda nación debe ser soberana de su **propio desarrollo**, y esto último es una **PyME**

¿Cómo lo hacemos?

Tratamos a todo **lider PyME** como un **artista** de los negocios y le ofrecemos un sistema para que **diseñe su modelo**

¿Qué hacemos?

Facilitamos la toma de decisiones mediante una dinámica de trabajo lúdica con muchas herramientas a disposición

¿Por qué lo hacemos?

Porque creemos en que toda nación debe ser soberana de su propio desarrollo, y esto último es una PyME

Lo hacemos porque creemos que cada empresa, independientemente de su tamaño, puede mejorar su estructura y comunicación interna. Nuestro objetivo es hacer que el proceso de diseño organizacional sea accesible, efectivo y agradable para nuestros clientes. Creemos en la importancia de fortalecer las organizaciones y permitirles alcanzar su máximo potencial.

¿Cómo lo hacemos?

Tratamos a todo líder PyME como un artista de los negocios y le ofrecemos un sistema para que diseñe su modelo.

Lo hacemos a través de un enfoque innovador que combina la metodología lúdica, la adaptación de herramientas profesionales y la creación de dispositivos de enlace efectivos. Utilizamos sesiones didácticas, elementos visuales y el enfoque de Design Thinking para entender la cultura organizacional y brindar soluciones personalizadas.

¿Qué hacemos?

Facilitamos la toma de decisiones mediante una dinámica de trabajo lúdica con muchas herramientas a disposición.

Ofrecemos un servicio integral de diseño organizacional que incluye la adaptación de herramientas profesionales, la eliminación de barreras comunicacionales, la representación lúdica de la organización, la promoción de sesiones de enlace y la garantía de adopción efectiva de soluciones. Ayudamos a las empresas a optimizar su estructura y mejorar su eficiencia mientras hacen que el proceso sea interactivo y gratificante. Nuestra combinación de innovación, empatía y enfoque en el éxito del cliente nos distingue y nos permite cumplir nuestra misión de manera efectiva.

Objetivos Estratégicos

- Objetivo Estratégico 1: Expandir el Alcance del Servicio
- Objetivo Estratégico 2: Aumentar la Adopción de la Metodología
- Objetivo Estratégico 3: Innovación Continua y Adaptación al Mercado
- Objetivo Estratégico 4: Mejorar la Experiencia del Cliente
- Objetivo Estratégico 5: Desarrollar Nuevas Funcionalidades y Herramientas

Hipótesis de Valor y Crecimiento

Valor en la Adaptación de Herramientas Profesionales: Hipótesis: La adaptación de herramientas profesionales al contexto de PyMEs mediante Proto Kit Alfa generará un valor significativo al facilitar el diseño organizacional de manera accesible y efectiva.

Valor en la Metodología Lúdica: Hipótesis: La metodología lúdica utilizada en Proto Kit Alfa, al establecer una conexión cercana con los clientes, mejorará la participación y comprensión, contribuyendo a la efectividad del servicio.

Valor en la Eliminación de Barreras Comunicacionales: Hipótesis: La eliminación de barreras comunicacionales mediante Proto Kit Alfa contribuirá a una comunicación más fluida y comprensiva, mejorando la interacción y la adopción efectiva de soluciones.

Valor en la Garantía de Adopción Efectiva: Hipótesis: La garantía de adopción efectiva de soluciones a través de capacitación y acompañamiento continuo aumentará la satisfacción del cliente y reforzará la posición de Proto Kit Alfa en el mercado.

Valor en la Innovación Continua: Hipótesis: La innovación continua, respaldada por talleres internos, generará soluciones más creativas y adaptadas al mercado, consolidando a Proto Kit Alfa como una referencia conocida en diseño organizacional.

OKR - Objetivos y resultados clave - Objectives and Key Results

Objetivo Estratégico 1: Expandir el Alcance del Servicio

Nuestro objetivo principal es aumentar la presencia y el impacto de nuestro servicio "Diseño Organizacional Lúdico" en el mercado de PyMEs, llegando a una audiencia más amplia y estableciendo asociaciones estratégicas clave.

Resultado Clave 1: Aumentar el número de clientes PyMEs que utilizan nuestro servicio a **3 clientes durante el próximo trimestre.**

Acción: Implementar una campaña de marketing dirigida específicamente a las PyMEs, destacando cómo nuestro servicio puede beneficiarlas. Utilizar estrategias de marketing digital y redes sociales para llegar a estas empresas.

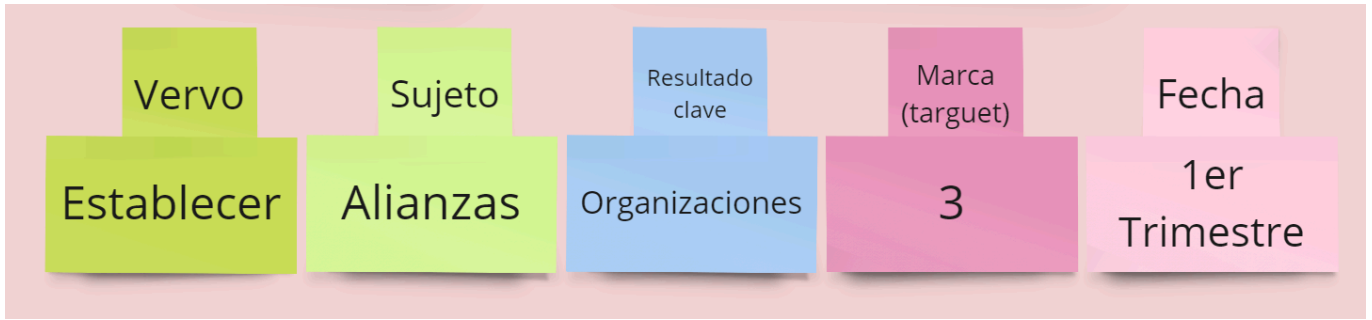
Métrica:



Resultado Clave 2: Identificar y establecer alianzas estratégicas con al **menos 3 organizaciones** de desarrollo profesional para ofrecer nuestro servicio como parte de sus programas.

Acción: Contactar a las organizaciones de desarrollo profesional y presentar propuestas de colaboración. Detallar los beneficios de incorporar nuestro servicio en sus programas y trabajar en acuerdos específicos.

Métrica:



Objetivo Estratégico 2: Aumentar la Adopción de la Metodología

Resultado Clave 1: Lograr que al menos el 30% de los clientes (es decir 1 cliente) que utilizan nuestra metodología adopten con éxito las soluciones propuestas en el próximo trimestre.

Acción: Implementar un programa de seguimiento y soporte personalizado para los clientes con el objetivo de garantizar que comprendan y adopten las soluciones propuestas.

Métrica:



Objetivo Estratégico 3: Innovación Continua y Adaptación al Mercado

Resultado Clave 1: Realizar al menos tres talleres de innovación internos para fomentar la creatividad y la adaptabilidad entre el equipo de trabajo en el primer trimestre.

Acción: Programar talleres internos centrados en la generación de ideas y la innovación. Facilitar un ambiente creativo y alentar la participación de todo el equipo.

Métrica:



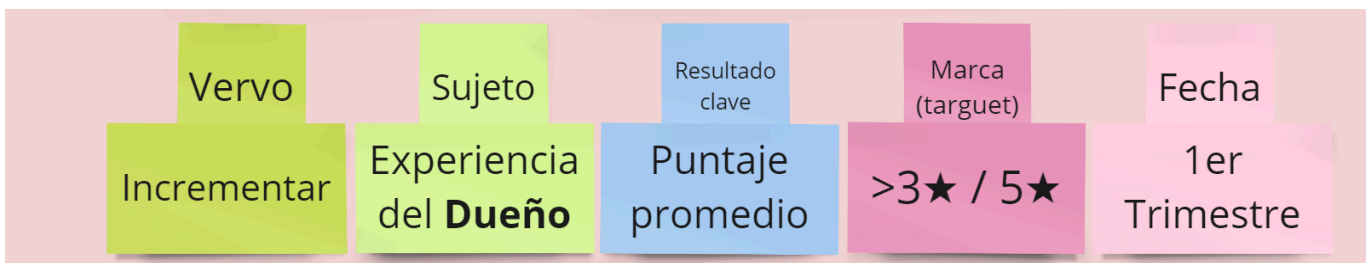
Objetivo Estratégico 4: Mejorar la Experiencia del Cliente

Nuestro objetivo es elevar la satisfacción del cliente y garantizar que los clientes obtengan un alto valor de nuestro servicio, al tiempo que reducimos los tiempos de respuesta y brindamos un soporte de alta calidad.

Resultado Clave 1: Obtener una calificación promedio de satisfacción del cliente Dueño de 3/5 en las encuestas de satisfacción del próximo semestre.

Acción: Establecer un sistema de seguimiento de la satisfacción del cliente y recopilar retroalimentación específica de los dueños de empresas. Utilizar estos comentarios para abordar áreas de mejora y garantizar una experiencia excepcional.

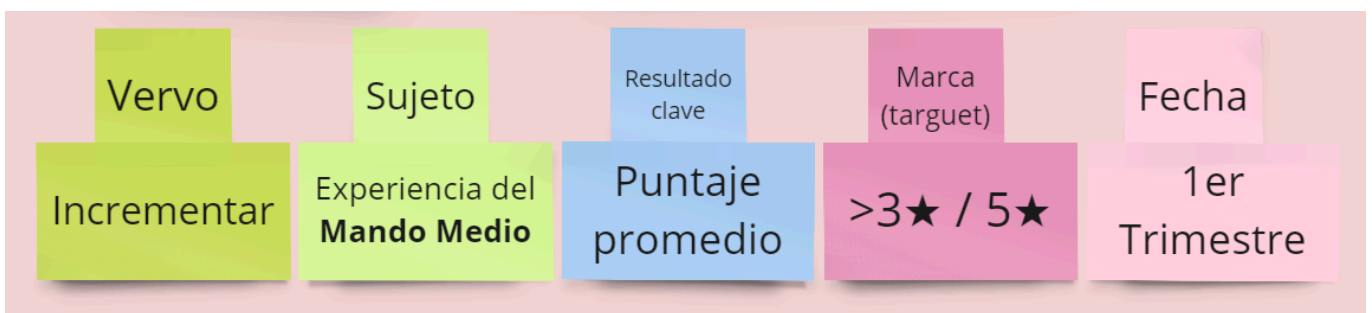
Métrica:



Resultado Clave 2: Obtener una calificación promedio de satisfacción del cliente Mando Medio de 3/5 en las encuestas de satisfacción del próximo semestre.

Acción: Realizar encuestas específicas para los mandos medios y enfocarse en sus necesidades y preocupaciones. Utilizar estos datos para mejorar la comunicación y la calidad del servicio.

Métrica:

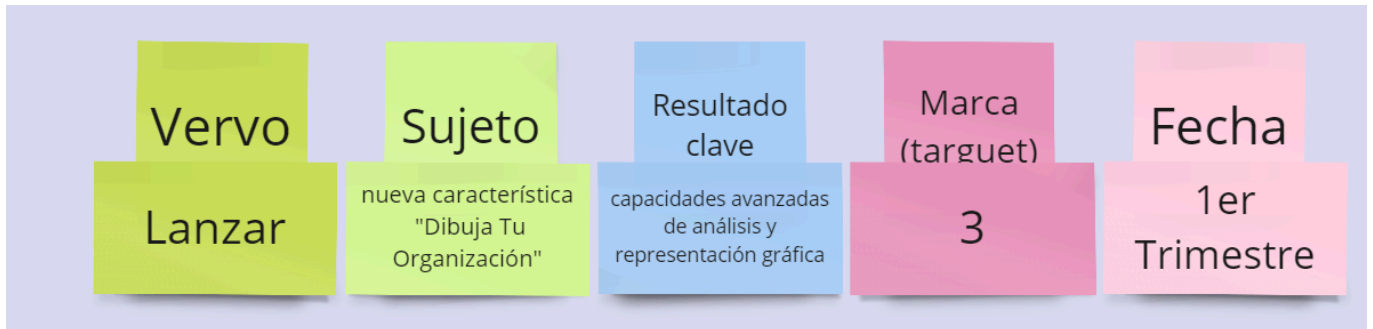


Objetivo Estratégico 5: Desarrollar Nuevas Funcionalidades y Herramientas

Resultado Clave 1: Lanzar una nueva característica de "Dibuja Tu Organización" con capacidades avanzadas de análisis y representación gráfica en los próximos seis meses.

Acción: Asignar un equipo de desarrollo a esta tarea y definir un cronograma para el diseño y desarrollo de esta característica mejorada. Realizar pruebas beta con clientes seleccionados.

Métrica:



Objetivo Estratégico 1:	Objetivo Estratégico 2:	Objetivo Estratégico 3:	Objetivo Estratégico 4:	Objetivo Estratégico 5:
Expandir el Alcance del Servicio	Aumentar la adopción de la Metodología	Innovación Continua y Adaptación al Mercado	Mejorar la Experiencia del Cliente	Desarrollar nuevas funcionalidades y Herramientas
Resultado Clave 1: Aumentar el número de clientes <u>PyMES</u> que utilizan nuestro servicio a <u>3 clientes</u> durante el próximo trimestre.	Resultado Clave 1: Lograr que al menos el 30% de los clientes que utilizan nuestra metodología adopten con éxito las <u>soluciones propuestas</u> en el próximo trimestre.	Resultado Clave 1: Realizar al menos tres talleres de innovación internos para fomentar la creatividad y la adaptabilidad entre el equipo de trabajo en el primer trimestre.	Resultado Clave 1: Obtener una calificación promedio de satisfacción del cliente <u>Dueño</u> de 3/5 en las encuestas de satisfacción del próximo semestre.	Resultado Clave 1: Lanzar una nueva característica de "Dibuja Tu Organización" con capacidades avanzadas de análisis y representación gráfica en los próximos seis meses.
Resultado Clave 2: Identificar y establecer <u>alianzas estratégicas</u> con al menos <u>3 organizaciones</u> de desarrollo profesional para ofrecer nuestro servicio como parte de sus programas.			Resultado Clave 2: Obtener una calificación promedio de satisfacción del cliente <u>Mando Medio</u> de 3/5 en las encuestas de satisfacción del próximo semestre.	

8. Enfoque Estratégico y Modelos de Negocio

Modelo de Negocio Canvas

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> Empresas: <ul style="list-style-type: none"> Tecnología Capacitación y Desarrollo RRHH Proveedores de servicios complementarios Consultores especializados Instituciones Educativas Desarrollo de Juegos Cámaras y Asociaciones empresariales Influencers? Cientes? 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> Protocolo de actuación (metodología, estilo comunicacional, dinámicas lúdicas) Captación RRHH Captación de clientes Acuerdos y colaboraciones Evaluación desempeño 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> Protocolo de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> Metodología de Abordaje (lúdica, cercana, simple, didáctica, colaborativa) Escucha activa Reduciendo barreras comunicacionales Planes flexibles Acompañamiento en la Implementación Resultados de alta calidad Acceso a materiales audiovisuales y plataforma de seguimiento 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> Vínculo directo, presencial, cara a cara Honesto, respetuoso, amable, distendido Empatía con todos los involucrados Comunicación fluida y justa CONFIANZA 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> Líderes y mandos medios de Pymes (530.668 Pymes) Emprendedor independiente (2,9 M)
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> Salarios Formación RRHH Gastos operativos Equipamiento 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> Honorarios de consultoría: <ul style="list-style-type: none"> diagnóstico implementación seguimiento 		

Propuesta de valor



La propuesta de valor se basa en la definición de un Protocolo de trabajo y Metodología de abordaje de la consultoría con las siguientes características:

Lúdica y cercana

Adaptamos herramientas profesionales para PyMEs mediante un formato lúdico e interactivo, para que resulte atractivo, ágil y cercano. Este abordaje permite “dibujar” la organización, comprender su cultura organizacional y visualizar claramente la problemática a través de una representación lúdica, en vez de hacerlo de una manera abstracta que resulta más lejana. Esto nos permite empatizar con los mandos y seducir mediante la escucha activa.

Simple y didáctica

Facilitamos la comprensión y aplicación de herramientas complejas para poder organizar la empresa (planificaciones, organigramas, análisis de problemáticas, etc) y lo hacemos de forma didáctica y simplificada (incorporando elementos gráficos, fichas, lenguaje simple, etc) para la apropiación de su uso. Parte del éxito depende de la comprensión de los conceptos y herramientas así como su transferencia a líderes y trabajadores de la organización, que lo tendrán que aplicar día a día en su trabajo cotidiano.

Colaborativa

Actuamos como facilitadores de las dinámicas organizacionales para que las empresas puedan generar sus propias metodologías de trabajo sin imponer métodos ya existentes, sino, involucrando y formando a las personas intervinientes. Se busca mejorar la cultura de trabajo a través de la cooperación.

Escucha activa

Apostamos a la escucha activa (generando confianza), empatizamos con los líderes, mandos medios y demás trabajadores involucrados, para entender la cultura organizacional como punto base para “conocer la empresa y trabajar desde adentro” y así facilitar a que se implementen soluciones adecuadas (diferenciación con los SIGs imponibles).

Rompiendo barreras comunicacionales

Nos desafiamos a eliminar las barreras comunicacionales en la organización (entre líderes, mandos medios, empleados).

Planes flexibles

Ofrecemos planes flexibles que permiten adaptarse a la realidad de tu organización (por necesidades, tiempos, costos).

Acompañamos en la implementación

Garantizamos que las soluciones a implementar sean adoptadas por la organización. Empoderamos a las organizaciones para que mejoren su situación.

Esta metodología de abordaje nos permite hacer cercana la problemática a diagnosticar mediante una representación lúdica, distinta a las metodologías tradicionales, ofrece una solución flexible y orientada al cliente, a través de una comunicación clara y efectiva.

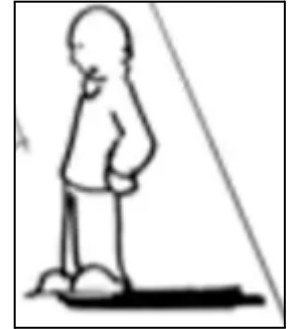
Innovación

Proto Kit Alfa se distingue por su enfoque innovador en el diseño organizacional, combinando la metodología lúdica con herramientas profesionales adaptadas a las necesidades específicas de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs). La innovación radica en la capacidad de ofrecer soluciones efectivas de manera participativa y accesible, facilitando la comprensión y adopción de cambios en entornos organizacionales. La integración de tecnología, como el uso

de herramientas automatizadas y sistemas especializados, mejora la eficiencia y precisión en la implementación de soluciones.

Segmento de Clientes

El segmento objetivo de Proto Kit Alfa se centra en líderes de empresas PyMEs y mandos medios de PyMEs ubicadas en Rosario, Argentina, y con posibilidad de expansión a Uruguay. Se busca atender a empresas que, al experimentar procesos de crecimiento, enfrentan desafíos significativos en términos de organización y planificación. La propuesta de valor de Proto Kit Alfa está diseñada específicamente para satisfacer las necesidades de estas empresas, ofreciendo soluciones personalizadas y efectivas para optimizar sus estructuras empresariales.



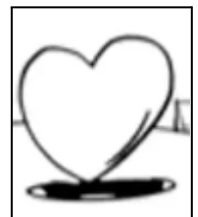
La segmentación de la empresa objetivo será de **Sectores** diversos sin embargo el **Estado** de la empresa deberá ser en crecimiento, no contar con sistemas de gestión formalizados, tener al menos un 60% de los procesos dentro del conocimiento tácito, **Escala** menor a 50 empleados y **Territorio** en Rosario y alrededores. Se acentúa más la necesidad de nuestro cliente cuando los mandos no son profesionales y el dueño no tiene formación profesional.

Consideraciones para la Captación de Clientes

Proto Kit Alfa se enfoca en captar clientes que sean líderes y mandos medios de empresas PyMEs. Esta estrategia se alinea con la identificación de la problemática específica que enfrentan estas posiciones en el contexto de crecimiento empresarial. Al dirigirse a este segmento, Proto Kit Alfa busca ser un socio estratégico para aquellos que desean mejorar la rentabilidad, aumentar la eficiencia operativa y superar los desafíos organizacionales inherentes al crecimiento.

Vínculo con el Cliente

Establecer conexiones sólidas y cercanas con los stakeholders y líderes de las organizaciones. Dado que **la adquisición de clientes puede ser un desafío**, se busca construir relaciones sólidas previas a la venta, aprovechando estrategias comunicacionales efectivas.



La construcción de estas relaciones no solo busca captar la atención del cliente, sino también fomentar la recomendación y generar un impacto positivo a través de la confianza y el valor percibido en los servicios. Aquí se describen las principales iniciativas:

Cautivar a los Stakeholders:

Estrategias publicitarias pagas para aumentar la visibilidad.

Desarrollo de un ecosistema digital integral para una presencia online sólida.

Utilización de plataformas como LinkedIn (Inquedin), Twitter (TW), Instagram (IG), junto con el sitio web y un blog.

Productos Gratuitos y Contenidos de Valor:

Oferta de productos gratuitos, como encuestas clave en G.Forms y cursos gratuitos en cámaras o universidades.

Visitas a empresas y charlas gratuitas como muestra de expertise.

Creación de herramientas de autodiagnóstico lúdico con la impronta de ProtoKitAlfa, facilitando una evaluación rápida de la organización. (Descuentos para los referidos por Cámaras o seguimiento gratuito).

Desarrollo de juegos de mesa empresariales y ebooks informativos.

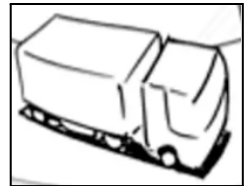
Colaboración con Cámaras Empresariales y Escuelas de Negocios:

Acercamiento a cámaras empresariales y escuelas de negocios para ofrecer productos gratuitos y establecer relaciones con la primera y segunda línea de mando de las organizaciones.

Enfoque especial en los vínculos personales y profesionales del líder de la organización, reconociéndolos como agentes clave de influencia positiva y recomendación de los servicios.

Canales de distribución

Distribución directa y presencial, basada en el contacto cara a cara. Nos acercamos personalmente a nuestros clientes, entendemos sus necesidades y ofrecemos soluciones adaptadas. Esta aproximación fortalece relaciones, promoviendo la confianza y la satisfacción a largo plazo. Con nosotros, la distribución va más allá de productos; construimos conexiones significativas con los líderes de las organizaciones.



Socios claves

Nuestros socios claves son todas aquellas empresas en las que nos apoyamos para llevar adelante nuestra consultoría y poder brindar un servicio de real calidad. Entre ellas empresas de tecnología, de capacitación, RRHH, desarrolladores de juegos, etc.



Con las **Cámaras y Asociaciones empresariales** -como socios claves- procuraremos realizar acuerdos para llegar directamente a su masa de asociados ofreciendo nuestros servicios mediante “**productos de prueba**”. Los productos prueba son: talleres puntuales con temáticas que sean de interés del sector, dinámicas de autodiagnóstico que permita una evaluación rápida de la organización, capacitaciones, etc.

A su vez, planificamos ofrecer otros beneficios como: descuento para aquellas Pymes que contraten la consultoría o seguimiento en un período acotado sin costo.

Estableceremos el “Plan Recomendados” beneficiando a clientes que nos recomienden ante una Pyme (y esta contrate los servicios), otorgándole descuento para futuras asesorías o adquisición del juego sin costo.

Actividades Clave

Las actividades fundamentales de nuestro modelo de negocios se agrupan en dos categorías esenciales. En primer lugar, dedicamos **esfuerzos significativos a las actividades orientadas a la adquisición de clientes (como se muestra en Vínculo con el Cliente)**, reconociendo su papel central en el éxito de nuestra empresa.



La segunda categoría de actividades clave se centra en el **desarrollo de un estilo comunicacional distintivo**. Consideramos que una comunicación efectiva es esencial para transmitir claramente los valores, beneficios y singularidades de nuestros productos y servicios. Por ende, nuestras actividades se diseñan para perfeccionar constantemente nuestra capacidad de comunicación, adaptándonos a las necesidades y expectativas cambiantes de nuestros clientes y del mercado en general.

Recursos Clave

En resumen, los recursos clave para la venta y asesoramiento de incluyen tanto elementos tecnológicos como financieros, pero el recurso de **capital humano**, especialmente el equipo de consultores y sus habilidades relacionales, destaca como el recurso principal que impulsa el éxito en la interacción con los clientes y el cierre efectivo de ventas.



Recursos Tecnológicos: (baja relevancia)

Plataformas Digitales: Desarrollo y mantenimiento de plataformas digitales, como el sitio web y cualquier herramienta digital utilizada para fortalecer el Vínculo con el Cliente.

Recursos Financieros: (baja relevancia)

Aunque la inversión principal ya se ha realizado en la formación del equipo, es importante asignar recursos financieros para mantener y mejorar las herramientas digitales utilizadas en la venta y asesoramiento.

Recursos Intelectuales:

Know-How en Asesoramiento Empresarial: El conocimiento y la experiencia del equipo en asesoramiento empresarial, que incluye la comprensión profunda de los procesos comerciales, estrategias de gestión y la capacidad para abordar problemas organizacionales de manera efectiva.

Desarrollo Continuo: La capacidad de aprender y adaptarse continuamente a las nuevas tendencias, herramientas y enfoques en el campo del asesoramiento empresarial.

Recursos de Capital Humano:

Equipo de Consultores: El personal altamente calificado y experimentado que forma parte del equipo de consultores. Este recurso es crucial, ya que son quienes facilitan las dinámicas de trabajo, generan relaciones efectivas con las empresas y aplican su experiencia para ofrecer asesoramiento de calidad.

Habilidades Relacionales: La capacidad del equipo para construir y fortalecer vínculos efectivos con los clientes, entender sus necesidades y proporcionar soluciones personalizadas.

Estructura de Costos

Sueldo del Asesor:

Incluye los salarios y beneficios asociados al equipo de asesores que participan en la prestación de servicios a las empresas clientes.

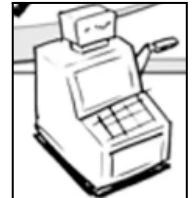


Impresión de Instrumentos:

Cubre los costos asociados con la impresión de materiales y herramientas que se utilizan durante las charlas promocionales, como folletos informativos, presentaciones impresas, o cualquier otro documento necesario.

Flujos de ingresos

Los ingresos para ProtoKitAlfa provienen principalmente de los honorarios de los servicios de asesoramiento empresarial. Estos servicios abarcan desde diagnósticos detallados hasta la implementación de soluciones y un seguimiento continuo. Es importante destacar que estos honorarios incluyen el material necesario para las dinámicas del protocolo de trabajo.



Localización

Inicialmente establecido en Rosario, Argentina, Proto Kit Alfa se beneficia de su ubicación en un polo industrial clave. Esta posición estratégica permite un acceso directo a un mercado de PyMEs con desafíos específicos en diseño organizacional. Dada la posibilidad de trabajar en Uruguay, se considera una expansión hacia este mercado, aprovechando la moneda con menor inflación y las oportunidades que presenta. Esta expansión se realizará de manera cuidadosa, evaluando las particularidades del mercado uruguayo y adaptando la propuesta de valor de Proto Kit Alfa para satisfacer las necesidades locales.

Matriz Eric

Con la intención de salir del océano rojo se determinan las siguientes acciones:

Eliminar:

- Palabras técnicas
- Posturas rígidas de soluciones a implementar, aún si el asesor sabe que es lo que debe hacerse.
- Explicaciones aburridas de situaciones
- Conceptos complicados
- Explicaciones teóricas
- Explicaciones largas de situaciones
- Invertir tiempo en comunicar temas innecesarios
- Referencias a autores
- Conversaciones que no contribuyen significativamente a la efectividad del servicio.

Reducir:

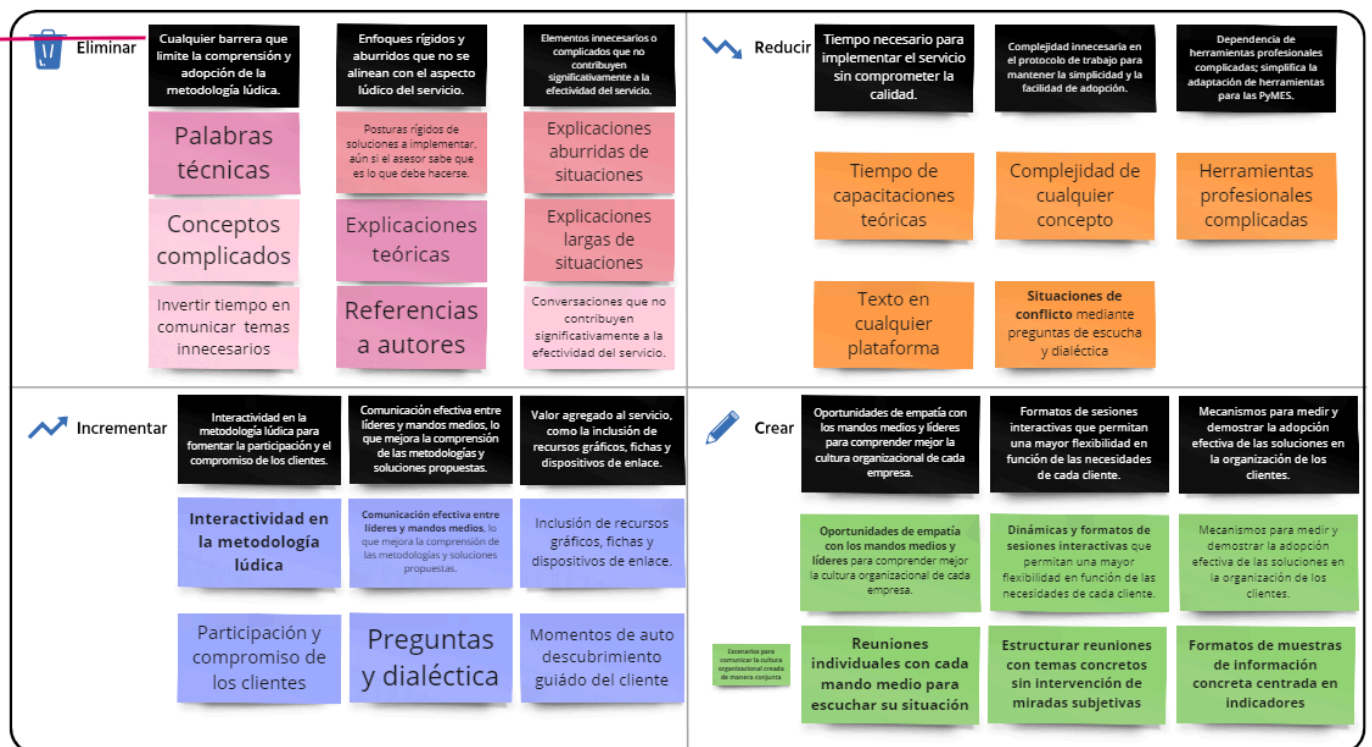
- Tiempo de capacitaciones teóricas
- Complejidad de cualquier concepto
- Herramientas profesionales complicadas
- Texto en cualquier plataforma
- Situaciones de conflicto mediante preguntas de escucha y dialéctica

Crear:

- Acciones que permitan implementar rápidamente todo lo aprendido en los encuentros
- Oportunidades de empatía con los mandos medios y líderes para comprender mejor la cultura organizacional de cada empresa.
- Dinámicas y formatos de sesiones interactivas que permitan una mayor flexibilidad en función de las necesidades de cada cliente.
- Mecanismos para medir y demostrar la adopción efectiva de las soluciones en la organización de los clientes.
- Reuniones individuales con cada mando medio para escuchar su situación
- Estructurar reuniones con temas concretos sin intervención de miradas subjetivas
- Formatos de muestras de información concreta centrada en indicadores
- Escenarios para comunicar la cultura organizacional creada de manera conjunta

Incrementar:

- Interactividad en la metodología lúdica
- Comunicación efectiva entre líderes y mandos medios, lo que mejora la comprensión de las metodologías y soluciones propuestas.
- Inclusión de recursos gráficos, fichas y dispositivos de enlace.
- Participación y compromiso de los clientes
- Preguntas y dialéctica
- Momentos de auto descubrimiento guiado del cliente



Triple Impacto

Los indicadores para representar serán los siguientes según las 3 categorías de impacto:

Indicadores Económicos:

Ingresos generados por Proto Kit Alfa: Evaluación de la generación de ingresos y la sostenibilidad financiera.

Margen de beneficio: Medición de la rentabilidad financiera del servicio.

Expansión del mercado: Indicador del crecimiento económico y la penetración en nuevos mercados.

Desarrollo de nuevos servicios: Evaluación de la innovación y la diversificación económica.

Indicadores Sociales:

Contribuciones a la comunidad local: Participación activa y apoyo a la comunidad en la que opera.

Participación en iniciativas sociales: Contribuciones a proyectos y programas sociales.

Creación de empleo y oportunidades: Generación de empleo y desarrollo de oportunidades laborales.

Inclusión de comunidades marginadas: Promoción de la inclusión social y económica.

Indicadores Ambientales:

Huella ambiental del negocio: Evaluación del impacto ambiental directo del servicio.

Uso sostenible de recursos naturales: Gestión responsable de los recursos naturales.

Reducción de residuos y emisiones: Adopción de prácticas que minimizan los residuos y las emisiones.

Implementación de prácticas sostenibles: Integración de principios y prácticas sostenibles en las operaciones.

Tendencias

Las tendencias estratégicas del Proto Kit Alfa están alineadas con los avances y cambios en el entorno empresarial y tecnológico. Estas tendencias van a **orientar el desarrollo** continuo y la adaptación de Proto Kit Alfa **para asegurar** su relevancia y **eficacia en un entorno empresarial** PyME en constante cambio.

Digitalización y Tecnología Empresarial: Siempre posterior al trabajo presencial y analógico.

- Aprovechar las tecnologías emergentes para mejorar los procesos de diseño organizacional. Tecnología teórica de la información.
- Integrar herramientas digitales para la recopilación y análisis de datos en tiempo real.

Enfoque en la Experiencia del Cliente:

- Personalizar la oferta de servicios para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.
- Implementar métodos innovadores para mejorar la interacción y la experiencia del cliente.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial:

- Incorporar prácticas sostenibles en los procesos y servicios de Proto Kit Alfa.
- Participar en iniciativas de responsabilidad social empresarial para impactar positivamente en la comunidad.

Metodologías Ágiles y Colaborativas:

- Adoptar enfoques ágiles para la gestión de proyectos y procesos.
- Fomentar la colaboración activa entre los miembros del equipo y con los clientes.
- Contar con marcos de trabajo SCRUM.

Estrategias de Internacionalización:

- Explorar oportunidades para expandir los servicios de Proto Kit Alfa a mercados internacionales. Uruguay es una posibilidad cercana.
- Adaptarse a las dinámicas comerciales globales y a las necesidades específicas de diferentes regiones.

Aprendizaje Continuo y Desarrollo de Habilidades:

- Promover la formación continua para el equipo de Proto Kit Alfa.
- Desarrollar servicios que **faciliten el aprendizaje** y el desarrollo de habilidades en las organizaciones clientes.

Innovación en Diseño Organizacional:

- Mantenerse a la vanguardia en enfoques innovadores de diseño organizacional.
- Explorar nuevas metodologías y herramientas que mejoren la efectividad de Proto Kit Alfa.
- Construir un gran lienzo con herramientas orientadas al diseño organizacional.

Colaboración con Aliados Estratégicos:

- Establecer alianzas con organizaciones y profesionales que complementen los servicios de Proto Kit Alfa.
- Colaborar con empresas especializadas para ampliar la oferta de soluciones.

Resiliencia Empresarial:

- Desarrollar capacidades y procesos que mejoren la resiliencia de las organizaciones frente a desafíos externos.
- Brindar servicios que ayuden a las empresas a anticipar y gestionar crisis de manera efectiva. Formular herramientas orientadas a la crisis y resurgimiento empresarial.

Énfasis en la Diversidad e Inclusión:

- Integrar prácticas que promuevan la diversidad y la inclusión en el diseño organizacional.
- Considerar la diversidad como un valor añadido en la optimización de estructuras empresariales.
- Siempre trabajar con herramientas de información desestructuradas

9. Producto/Servicio

Retomando la **propuesta de valor** del modelo canvas de negocios, recordamos que nuestro servicio consiste en adaptar herramientas profesionales al contexto PyME mediante un formato lúdico y participativo; facilitamos la visualización y comprensión de los problemas, permitiendo soluciones efectivas y garantizamos la adopción efectiva de estas soluciones a través de capacitación y acompañamiento continuo. Todo esto mediante un Protocolo de Trabajo Instrumentado.

El servicio que ofrecemos consta de 3 etapas:

Etapas 1: Encuentros presenciales mixtos para identificar las problemáticas organizacionales en la PyME. Jornada única de 3 horas (1 hora de capacitación profunda, 2 horas de taller práctico con aplicaciones en el lienzo de trabajo).

Etapas 2: Análisis, diagnóstico y diseño estratégico durante un periodo de tres meses.

Etapas 3: Implementación, seguimiento y desarrollo continuo durante seis meses, ofreciendo un enfoque completo y adaptativo

Diferenciamos **4 etapas** en nuestro servicio:

- Diagnóstico
- Capacitación (sobre temáticas y uso de herramientas)
- Implementación de soluciones (pasar de la teoría a la acción)
- Seguimiento

Incorporamos en las distintas etapas dinámicas lúdicas en formato de taller, juegos de roles, mapas conceptuales, lienzos, etc. Los contenidos y dinámicas a trabajar se adaptan a la situación y característica de cada empresa.

Nos valemos de una serie de **instrumentos diseñados específicamente** para llevar adelante nuestra metodología:

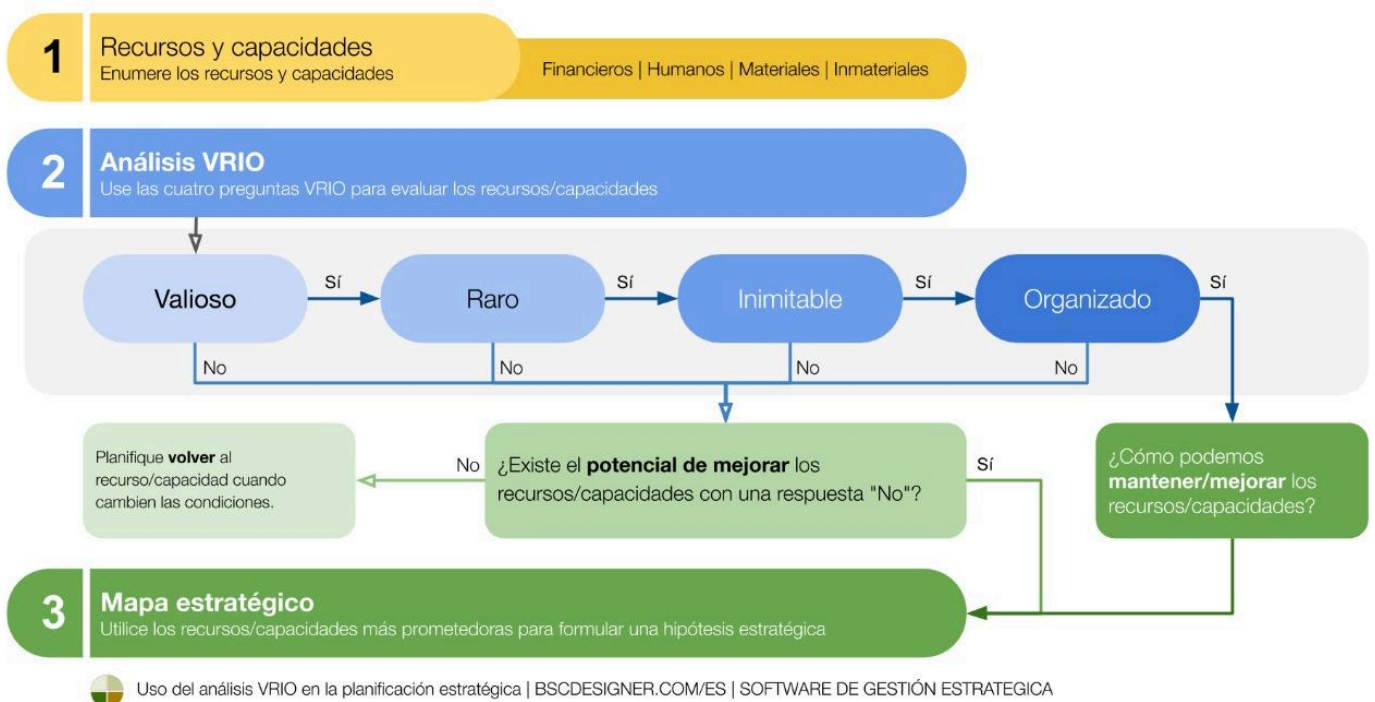
- juegos físicos: lienzos y piezas que ayudan a representar las distintas situaciones de la empresa
- lienzos digitales: para darle continuidad al trabajo que se realiza en los talleres
- audiovisuales: que resumen y apoyan las diferentes temáticas trabajadas en la capacitación
- plataforma que contiene los materiales digitales (audiovisuales y lienzos)

Apostamos a una dinámica colaborativa, propiciando la escucha activa, para generar experiencias que transformen a los equipos, dándole sentido a lo que realizan, generando motivación y compromiso para lograr alineación en los objetivos y foco en los resultados.

La modalidad es presencial, en encuentros cara a cara con el equipo para trabajar con nuestras herramientas, lienzos y juegos. También, podemos combinar dinámicas virtuales para situaciones puntuales.

Matriz VRIO

La **propuesta de valor** en el lienzo de modelo de negocios (Business Model Canvas) se considera más como un resultado o una expresión de las **capacidades y recursos** de una



empresa en lugar de un recurso o capacidad en sí mismo. Sin embargo, los elementos que componen la propuesta de valor pueden estar respaldados por recursos y capacidades específicas del proyecto. Evaluando la propuesta de valor mediante el marco analítico que se utiliza para evaluar los **recursos y las capacidades** con la matriz VRIO obtenemos como resultado que tenemos una propuesta de valor del tipo Ventaja Competitiva Temporal y para garantizar una Ventaja Competitiva Permanente Explotada y Sostenible debemos implementar **estrategias**.

Los recursos son quienes respalda la Propuesta de Valor Única				
Valioso	Raro	Inimitable	Organizado	Nivel de Competitividad alcanzado
Contribuye a la ventaja competitiva	único en comparación con otras empresas en la industria	dificultad que tendrían otras empresas para replicar	capacidad para aprovechar eficientemente	
				Desventaja Competitiva
				Paridad Competitiva
				Ventaja Competitiva Temporal
				Ventaja Competitiva Permanente Sin Explotar
				Ventaja Competitiva Permanente Explotada y Sostenible
	Posee la característica			
	No posee la característica, se debe plantear una estrategia para conseguirla			
	No posee la característica, se debe plantear una estrategia para conseguirla			

Estrategias para lograrlo

La estrategias para lograr una Ventaja Competitiva Permanente Explotada y Sostenible consisten en:

- Garantizar la calidad de nuestros asesores, garantizando la escucha activa.
- Reforzar la calidad centrado en las necesidades de las empresas para garantizar la recomendación de nuestro servicio.
- Garantizar los resultados de cada implementación.

10. Análisis de la Industria / Sector

1. Descripción del Sector

Proto Kit Alfa opera en el sector de consultoría y asesoramiento empresarial, específicamente enfocado en el diseño organizacional y la resolución de problemas para pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Este sector es crucial ya que aborda las crecientes necesidades de las PyMEs que enfrentan desafíos en su expansión y gestión interna.

2. Dinámicas de la Industria

Crecimiento Sostenido: El sector de consultoría para PyMEs está experimentando un crecimiento sostenido, ya que las empresas buscan soluciones efectivas para la optimización de procesos y la mejora de la eficiencia operativa.

Demanda de Soluciones Personalizadas: Existe una creciente demanda de soluciones adaptadas a las necesidades específicas de las PyMEs. Proto Kit Alfa se posiciona para abordar esta demanda ofreciendo un servicio integral y adaptado.

3. Competencia

Diversidad Competitiva: El sector es diverso, con diversas empresas que ofrecen servicios de consultoría y asesoramiento. Sin embargo, Proto Kit Alfa se distingue por su enfoque lúdico, adaptación de herramientas profesionales y énfasis en la eliminación de barreras comunicacionales.

Innovación como Diferenciador: La innovación en la metodología, combinando herramientas profesionales con un enfoque lúdico, proporciona a Proto Kit Alfa una ventaja competitiva al ofrecer algo único en el mercado.

4. Tendencias del Mercado

Digitalización: La tendencia hacia la digitalización también afecta a la consultoría empresarial. Proto Kit Alfa puede beneficiarse al incorporar soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia y la automatización.

Enfoque en la Experiencia del Cliente: Las empresas buscan no solo soluciones efectivas sino también una experiencia positiva. Proto Kit Alfa, con su estilo comunicacional y metodología lúdica, se alinea con esta tendencia.

5. Factores Clave de Éxito

Adaptabilidad: Dada la evolución constante de las necesidades empresariales, la capacidad de Proto Kit Alfa para adaptarse rápidamente a los cambios en la industria es un factor clave de éxito.

Conexión Empática: La conexión empática con los clientes, especialmente los líderes y mandos medios de las PyMEs, será crucial para el éxito. La capacidad de entender y abordar sus desafíos es esencial.

6. Barreras de Entrada

Conocimientos Especializados: La necesidad de conocimientos especializados en diseño organizacional y la comprensión de las dinámicas de las PyMEs pueden representar una barrera para nuevos participantes.

Desarrollo de Metodología: La creación y perfeccionamiento de la metodología lúdica y herramientas específicas pueden ser una barrera de entrada, ya que constituyen la base distintiva de Proto Kit Alfa.

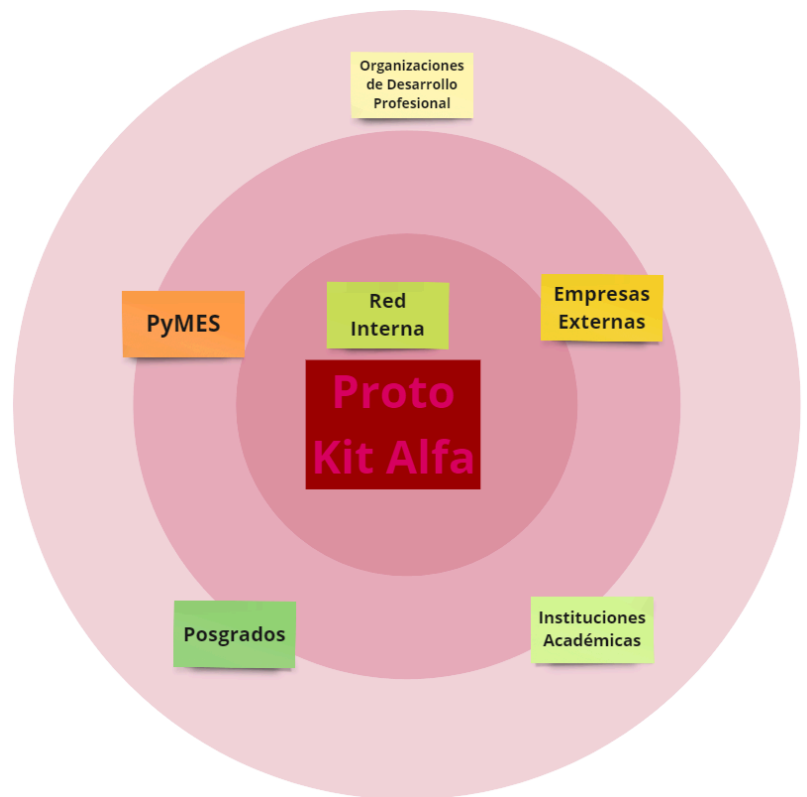
11. Cadena de Valor Global - Red de Valor

Colaboración con Organizaciones de Desarrollo Profesional

- Naturaleza de la Colaboración: Proto Kit Alfa establece alianzas estratégicas con organizaciones de desarrollo profesional.
- Beneficios Recíprocos: Estas colaboraciones permiten ampliar el alcance del servicio, llegando a un público más amplio a través de asociaciones con entidades que comparten objetivos similares.

Asesoramiento y Colaboración con Empresas Externas

- Naturaleza de la Colaboración: Proto Kit Alfa brinda asesoramiento a empresas externas a través de sus profesionales experimentados.
- Beneficios Recíprocos: Las empresas externas obtienen perspectivas valiosas y soluciones efectivas, mientras que Proto Kit Alfa acumula experiencia y fortalece su reputación en el mercado.



Relación con (PyMEs)

- Naturaleza de la Relación: Proto Kit Alfa establece una conexión directa con las PyMEs, comprendiendo sus necesidades y ofreciendo soluciones personalizadas.
- Beneficios Recíprocos: Las PyMEs obtienen servicios de diseño organizacional adaptados a sus desafíos específicos, y Proto Kit Alfa fortalece su posición al satisfacer las demandas del mercado.

Vínculos con Instituciones Académicas

- Naturaleza de la Relación: Dada la experiencia y formación académica del equipo de Proto Kit Alfa, existe una conexión con instituciones académicas.
- Beneficios Recíprocos: Proto Kit Alfa contribuye al conocimiento académico y, a su vez, puede beneficiarse de los recursos y la investigación provenientes de instituciones académicas.

Red Interna de Colaboradores y Equipos Multidisciplinarios

- Naturaleza de la Colaboración: Proto Kit Alfa opera con un equipo multidisciplinario que aporta habilidades diversas.
- Beneficios Recíprocos: La colaboración interna fortalece la calidad de los servicios ofrecidos, ya que cada miembro del equipo contribuye con su experiencia única.

Interacción con Profesionales con Posgrados y Especializaciones

- Naturaleza de la Interacción: Proto Kit Alfa se beneficia de la experiencia de profesionales con posgrados y especializaciones en áreas relevantes.
- Beneficios Recíprocos: Los profesionales encuentran una plataforma para aplicar sus conocimientos en entornos prácticos, enriqueciendo las capacidades de Proto Kit Alfa.

Servicios integrados en nuestra cadena de valor:

Análisis y diagnóstico

Análisis y diagnóstico: Consiste en realizar una evaluación exhaustiva de la organización, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Se analizan los procesos internos, la estructura organizativa, las políticas y procedimientos, y se diagnostican las áreas que requieren mejoras o cambios.

Diseño de estrategias

Diseño de estrategias: Implica desarrollar planes y estrategias específicas para abordar los desafíos identificados en el análisis. Se definen los objetivos estratégicos, se establecen metas y se diseñan acciones concretas para lograrlos. Esto incluye la elaboración de planes de acción y la asignación de recursos necesarios.

Implementación y seguimiento

Implementación y seguimiento: Una vez diseñadas las estrategias, se lleva a cabo la implementación de las acciones planificadas. Esto implica trabajar de cerca con la organización, brindando orientación y apoyo en la ejecución de las iniciativas. Se realiza un seguimiento continuo para evaluar el progreso, ajustar las acciones si es necesario y asegurar que se estén logrando los resultados esperados.

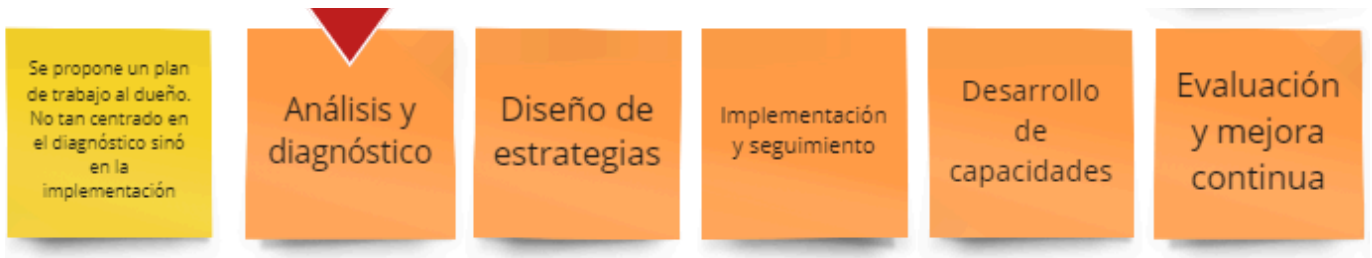
Desarrollo de capacidades

Desarrollo de capacidades: El asesoramiento en organización empresarial también puede incluir la capacitación y desarrollo del personal de la organización. Esto implica brindar formación en áreas específicas, como liderazgo, gestión del cambio, habilidades de comunicación, entre otras. El objetivo es fortalecer las capacidades internas de la organización para que puedan gestionar de manera efectiva los cambios y mejorar su desempeño.

Evaluación y mejora continua

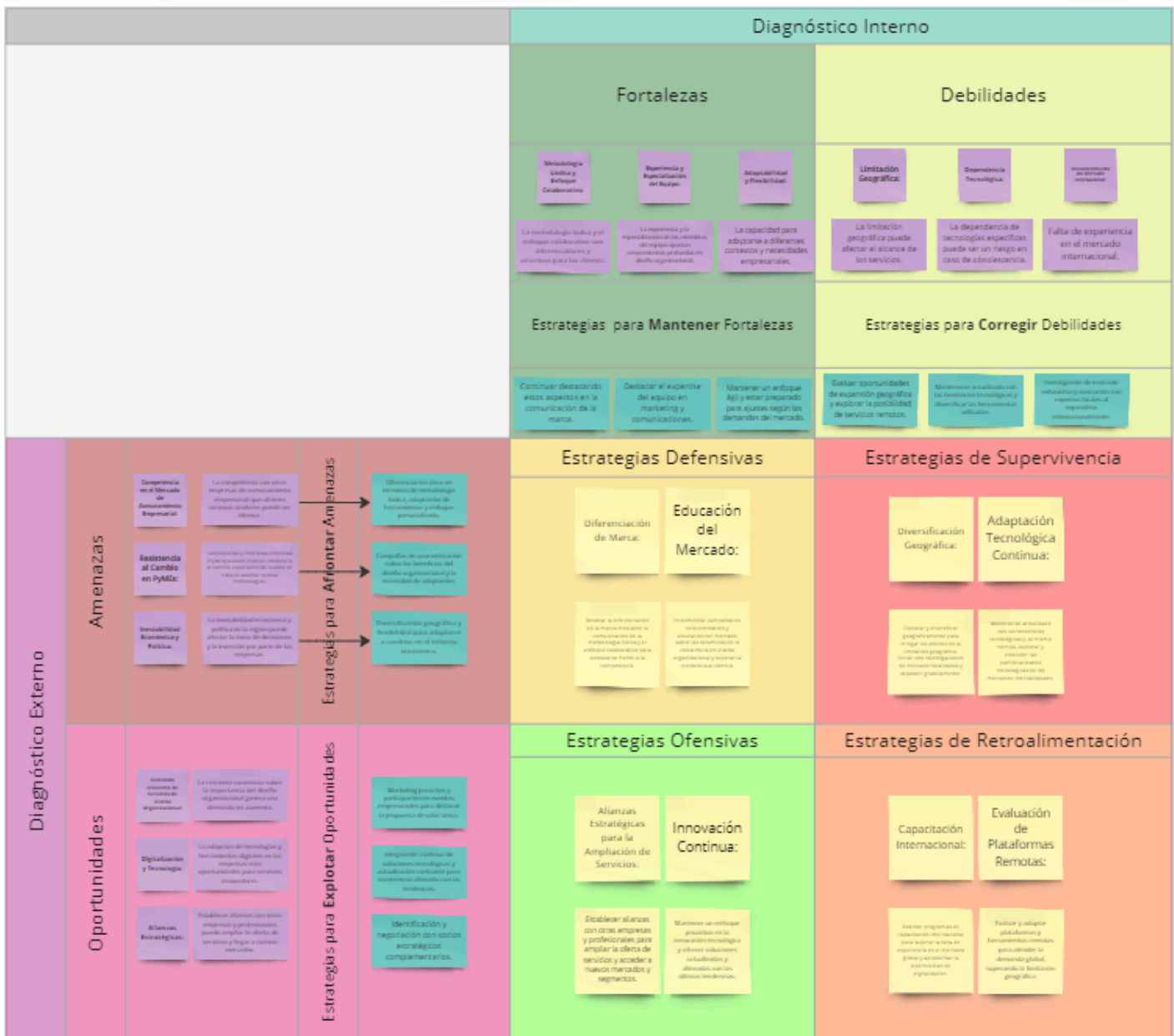
Evaluación y mejora continua: Se realizan evaluaciones periódicas para medir el impacto y los resultados del servicio de asesoramiento. Esto implica recopilar datos, realizar análisis comparativos, obtener retroalimentación de los clientes y realizar ajustes en el enfoque y las

estrategias si es necesario. Se busca asegurar que el servicio esté generando valor y contribuyendo al crecimiento y éxito de la organización.



12. Foda Cruzado

Esta matriz FODA contiene estrategias de dos tipos una para cada situación FODA y otra para cada combinación cruzada:



Estrategias de Supervivencia (Amenazas + Debilidades):

- Explorar y diversificar geográficamente para mitigar los efectos de la limitación geográfica. Iniciar con investigaciones de mercado focalizadas y expandir gradualmente.
- Mantenerse actualizado con las tendencias tecnológicas y, al mismo tiempo, explorar y entender las particularidades tecnológicas de los mercados internacionales.

Estrategias Defensivas (Amenazas + Fortalezas):

- Resaltar la diferenciación en la marca mediante la comunicación de la metodología lúdica y el enfoque colaborativo para destacarse frente a la competencia.
- Implementar campañas de concientización y educación del mercado sobre los beneficios de la consultoría en diseño organizacional y superar la resistencia al cambio.

Estrategias Ofensivas (Oportunidades + Fortalezas):

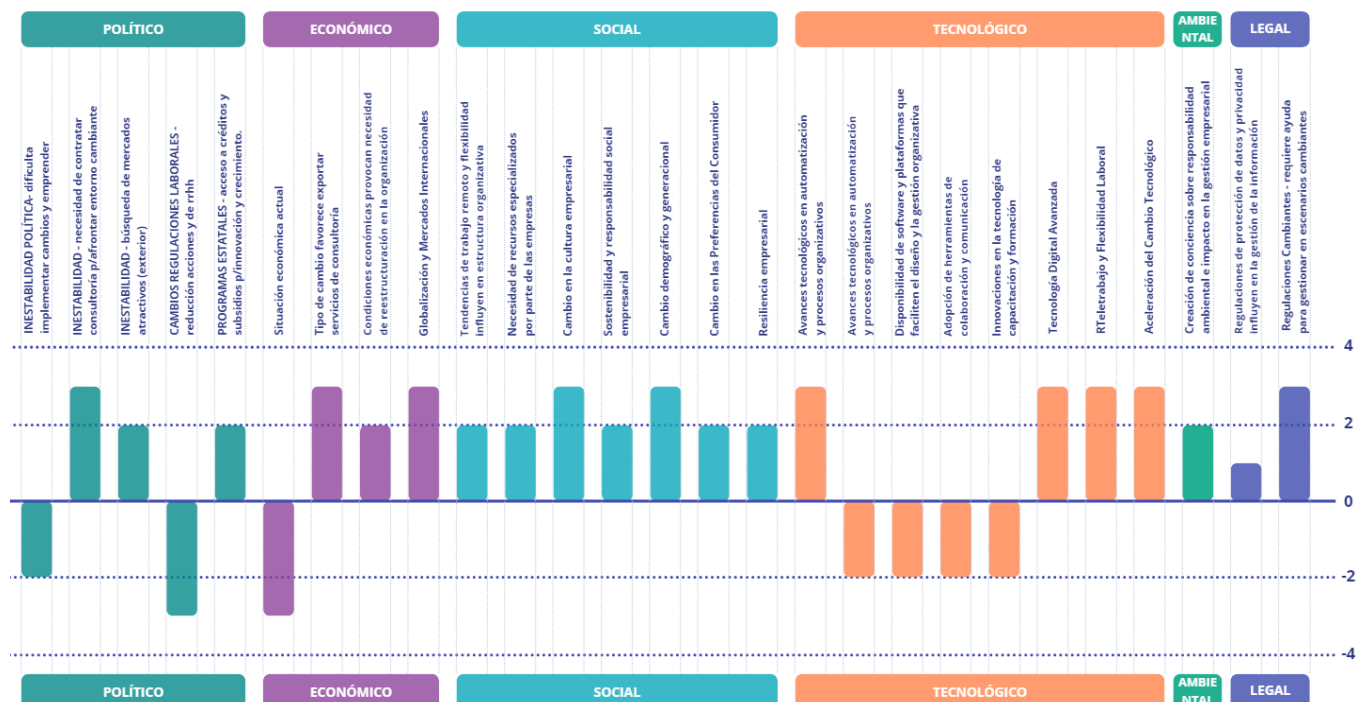
- Establecer alianzas con otras empresas y profesionales para ampliar la oferta de servicios y acceder a nuevos mercados y segmentos.
- Mantener un enfoque proactivo en la innovación tecnológica y ofrecer soluciones actualizadas y alineadas con las últimas tendencias.

Estrategias de Retroalimentación (Oportunidades + Debilidades):

- Realizar programas de capacitación internacional para superar la falta de experiencia en el mercado global y aprovechar la oportunidad de digitalización.
- Evaluar y adoptar plataformas y herramientas remotas para atender la demanda global, superando la limitación geográfica.

13. PESTel y su análisis

Matriz PESTEL



En los planos económicos y políticos, la situación actual de Argentina puede tanto favorecer como perjudicar un proyecto como el nuestro. Esto se debe a que un entorno tan cambiante e inestable puede llevar a que las empresas estén en constante ajuste y decidan utilizar sus recursos económicos para llevar adelante la parte operativa dejando de lado lo organizacional, pero, también es posible que sea necesario contratar un servicio de consultoría que ayude a llevar adelante la organización en un entorno variable como el actual.

Desde el punto de vista social, las ventajas de nuestro proyecto se evidencian en la necesidad de las empresas de encontrar nuevas formas de comunicación y organización para las tendencias actuales de trabajo remoto y flexible que podrían requerir nuevas formas comunicacionales. Además las organizaciones están evolucionando a una nueva cultura más abierta, colaborativa y orientada al aprendizaje que puede requerir la contratación de recursos especializados para transitar esta evolución.

Finalmente, los aspectos tecnológicos afectarían de forma negativa a nuestra organización, ya que la evolución de la tecnología y de la inteligencia artificial llevan a que se desarrollen nuevos sistemas digitales que pueden reemplazar nuestra metodología de trabajo.

Conclusiones del PESTEL

Contexto Económico y Político:

La situación económica y política de Argentina puede tener un impacto ambivalente en el proyecto. La inestabilidad puede llevar a que las empresas prioricen la operatividad sobre la organización, pero también puede generar la necesidad de servicios de consultoría para enfrentar un entorno cambiante.

Aspectos Sociales:

El proyecto encuentra ventajas sociales en la necesidad de las empresas de adaptarse a nuevas formas de comunicación y organización, especialmente en el contexto de trabajo remoto y flexible. La evolución hacia una cultura más abierta y colaborativa también podría generar demanda de servicios especializados.

Aspectos Tecnológicos:

Se identifica una amenaza en el ámbito tecnológico, donde la evolución de la tecnología y la inteligencia artificial podría introducir nuevos sistemas digitales que podrían competir o reemplazar la metodología de trabajo propuesta por el proyecto.

Síntesis:

A pesar de los desafíos tecnológicos, la necesidad de adaptación de las empresas al entorno cambiante y la evolución cultural hacia formas de trabajo más flexibles y colaborativas presentan oportunidades significativas para el proyecto. Es esencial **monitorear de cerca la evolución tecnológica y ajustar la metodología en consecuencia para mantener la relevancia en el mercado.**

14. Conclusión de las encuestas y gráficos

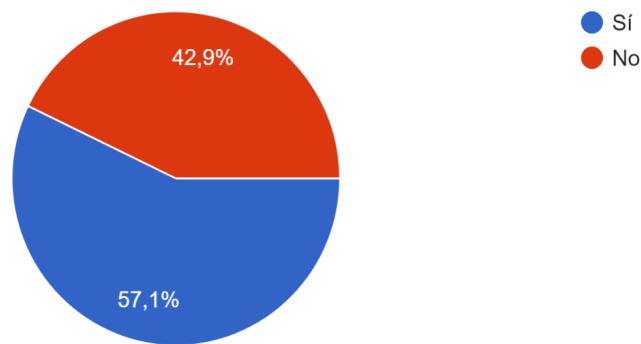
Realizamos una encuesta destinada principalmente a dueños y mandos medios de PYMES con la finalidad de validar nuestra hipótesis de valor.

De la encuesta realizada obtuvimos los siguientes resultados:

- De las 21 personas entrevistadas, 11 fueron dueños de PYMES y 6 mandos medios. Los restantes se repartieron entre emprendedores y profesionales independientes, analistas y empleados en relación de dependencia. De estas 21 respuestas un poco más de la mitad declaró haber utilizado servicios de consultoría en su empresa:

¿Has contratado servicios de consultoría para abordar los desafíos organizacionales de tu empresa?

21 respuestas

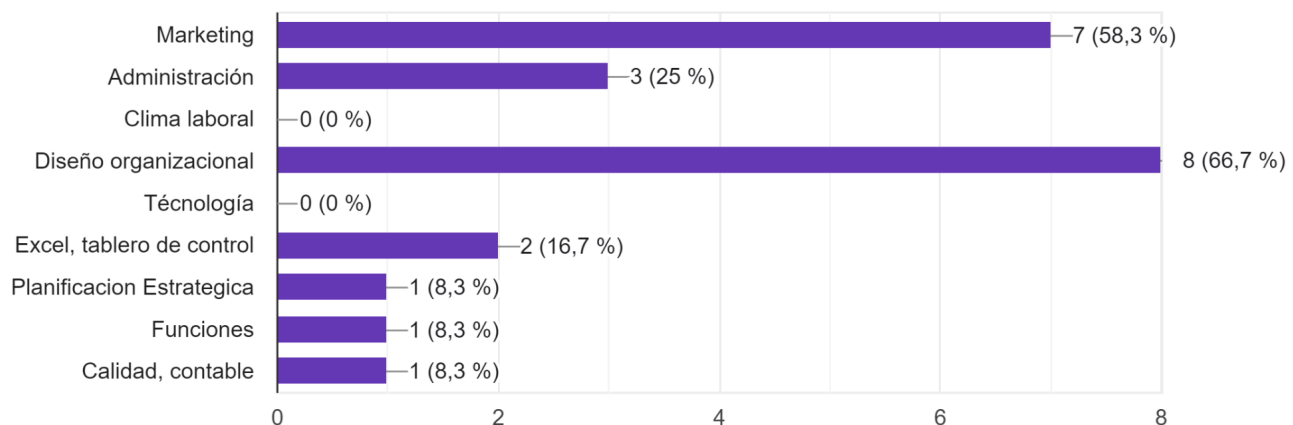


La respuesta positiva frente a la utilización de servicios de consultoría por los entrevistados nos demuestra que proyectos como el nuestro son contratados por parte de las PYMES.

- De los encuestados que respondieron que sí han realizado consultoría, los servicios contratados se desarrollaron en los siguientes temas:

En caso de responder que sí ¿qué tipo de consultoría has contratado?

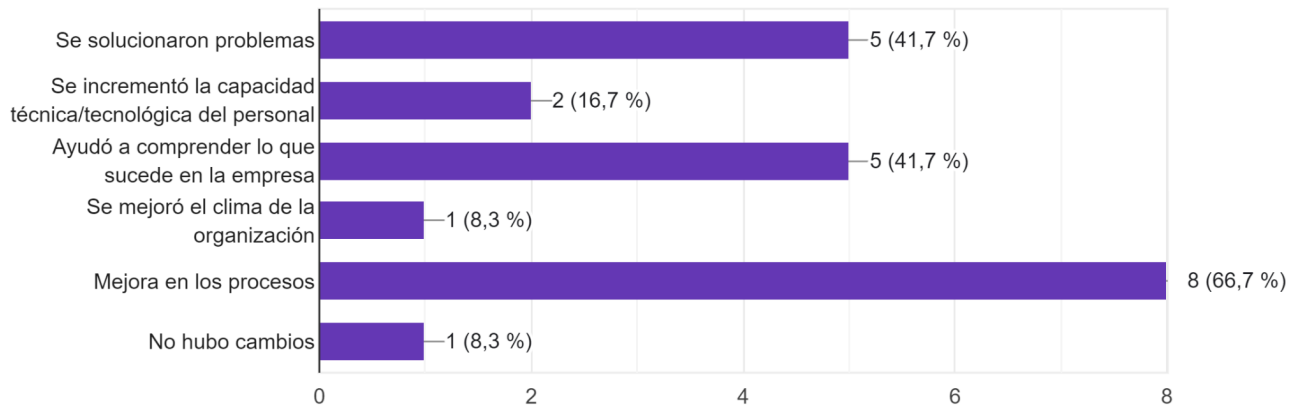
12 respuestas



- En cuanto a la experiencia relacionada con los servicios contratados, la mayoría obtuvo resultados favorables en cuanto a la mejora de procesos y resolución de problemas.

¿En caso de responder que sí, cual fue tu experiencia?

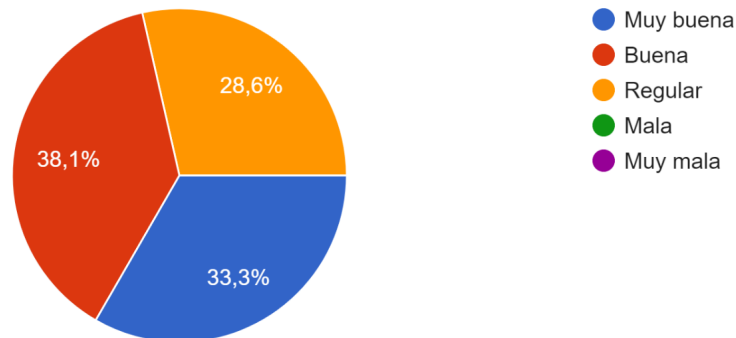
12 respuestas



- En cuanto a la idea de tratar un problema dentro de la organización a través de un juego de mesa, más del 70% de los encuestados respondió de forma favorable mientras que el 30% restante lo consideró regular.

¿Cómo te resulta la idea de tratar o comprender los problemas de tu empresa a través de un juego de mesa?

21 respuestas

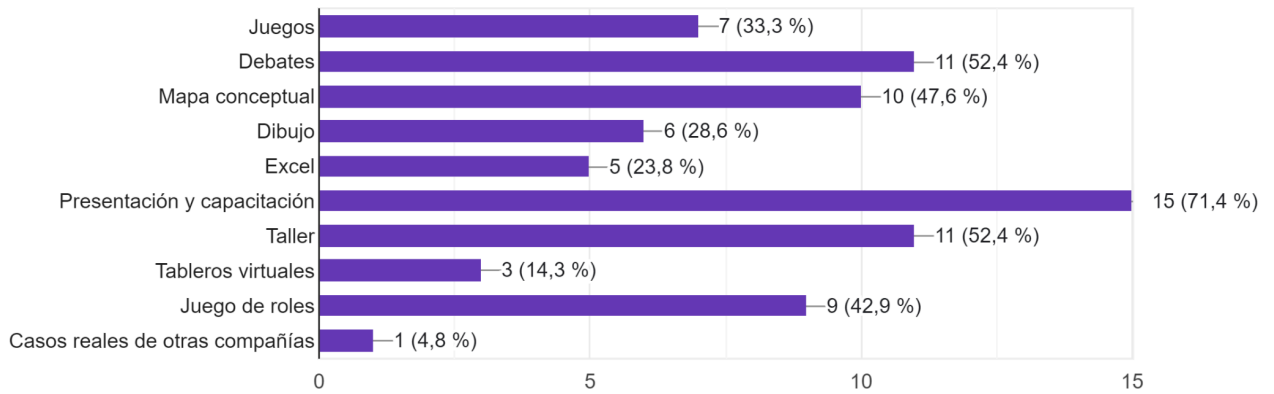


La amplia respuesta positiva de este punto valida nuestra hipótesis de valor al obtener respuestas favorables al plantear la idea de utilizar una metodología lúdica, como un juego de mesa, para la resolución de problemas dentro de la organización.

Además, cuando se consultó sobre qué tipos de dinámicas eran preferidas para llevar a cabo en una consultoría, las personas consideraron la idea de utilizar otras metodologías lúdicas como juegos, dibujos y juegos de roles.

¿Qué tipo de dinámica te gustaría que se lleve a cabo en un asesoramiento?

21 respuestas



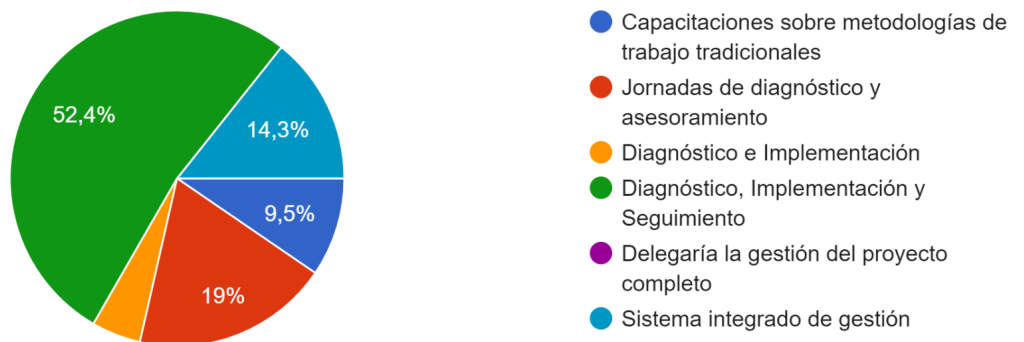
- En cuanto a las preguntas relacionadas con la duración de las sesiones, frecuencia de las mismas y duración total de la asesoría las respuestas fueron variables en los tres casos, por lo que, este punto nos da la pauta de que nuestro servicio debe ofrecer la posibilidad al cliente de elegir las condiciones que mejor se adapten a su estructura y cultura organizacional.

Las respuestas relacionadas con estos puntos pueden verse en detalle en el informe de la encuesta adjunto.

- Finalmente, en cuanto al desarrollo de la asesoría, la mitad de los encuestados creen importante que se desarrollen etapas de diagnóstico, implementación y seguimiento, lo que nos da la pauta de que las organizaciones necesitan de las tres etapas con acompañamiento de la consultora.

¿Qué te interesaría para solucionar problemas en tu organización?

21 respuestas



15. Comercialización

Plan de Comercialización para Proto Kit Alfa: Protocolo de Trabajo Instrumentado para Asesorar Pymes.

Nuestra estrategia de comercialización para el Proto Kit Alfa se enfoca en una venta progresiva, comenzando con los Servicios de la **Etapa 1**, donde realizamos encuentros presenciales mixtos para identificar las problemáticas organizacionales en la PyME. Posteriormente, evolucionamos hacia soluciones más especializadas con los Servicios de la **Etapa 2**, que abarcan análisis, diagnóstico y diseño estratégico durante un periodo de tres meses. Finalmente, en la **Etapa 3**, nos sumergimos en la implementación, seguimiento y desarrollo continuo durante seis meses, ofreciendo un enfoque completo y adaptativo. Esta secuencia **permite una entrada gradual** y eficiente en la empresa, brindando soluciones específicas en cada fase para un impacto sostenible. Además, ofrecemos la opción de adquirir packs de tres encuentros propios de los servicios de la **Etapa 1** con un atractivo descuento del 25%, proporcionando flexibilidad y valor agregado a nuestros clientes.

Servicio Etapa 1: Jornada de Exploración Empresarial Encuentros presenciales mixtos: Identificación de problemáticas organizacionales en la PyME

Descripción del Servicio:

La Etapa 1 del Proto Kit Alfa, se centra en proporcionar a las PyMEs una experiencia introductoria valiosa y accesible. Ofrecemos múltiples encuentros temáticos, permitiendo que los líderes elijan el que más se ajuste a sus necesidades. Cada jornada consiste en una hora de capacitación profunda seguida de un taller práctico de dos horas, donde aplicamos los conceptos aprendidos en un lienzo instrumentado.

Características Clave:

1. **Variedad de Temáticas:** Ofrecemos capacitación sobre temas clave, incluyendo el Ciclo de Deming, el Cuadro de Mando Integral (CMI), OKRs (Objectives and Key Results), Lean Management, y herramientas para el mercadeo y marketing.

2. **Lienzos de Trabajo:** Cada participante recibe dos lienzos: uno para el taller práctico y otro teórico con herramientas de organización.

3. **Encuentros Presenciales Mixtos:** Identificamos problemáticas organizacionales en la PyME mediante interacción directa con todos los miembros.

4. **Acompañamiento Práctico:** Utilizamos un lienzo para representar problemas y fomentamos la participación y comunicación de mandos medios y líderes.

6. **Descuento por Pack:** La opción de comprar un pack de 3 charlas con un descuento del 25%.

Metodología:

Duración: Jornada única de 3 horas.

Presencialidad: Encuentros mixtos que combinan elementos presenciales y virtuales.

Jornada Estructurada:

- 1 hora de capacitación profunda.
- 2 horas de taller práctico con aplicaciones en el lienzo.

Beneficios para el Cliente:

- Exploración detallada de conceptos clave.
- Herramientas prácticas aplicadas en tiempo real.
- Identificación de problemáticas organizacionales.
- Variedad de temáticas para elegir según las necesidades específicas.
- Opción de pack de 3 charlas con descuento del 25%.

Reflexión Estratégica:

La Etapa 1 se diseñó para proporcionar una introducción completa y práctica a los conceptos clave del Protocolo de Trabajo Instrumentado. La flexibilidad en la elección de temáticas y la combinación de aprendizaje teórico con aplicación práctica en el taller garantizan una experiencia enriquecedora para los empresarios. La oferta exclusiva de un pack con descuento busca incentivar una mayor participación y compromiso, estableciendo así las bases para futuras colaboraciones.

Servicios Etapa 2: Análisis y Diseño Estratégico

- Duración: 3 meses.
- Frecuencia: 2 jornadas por mes.
- Contenido: Análisis y diagnóstico, diseño de estrategias.
- Modalidad: Mixta (Virtual sincrónica + presencial)

Servicios Etapa 3: Implementación, desarrollo y mejora continua

- Duración: 6 meses.
- Frecuencia: 4 jornadas por mes.
- Contenido: Implementación y seguimiento, desarrollo de capacidades, evaluación y mejora continua.

Modalidad: Mixta (Virtual sincrónica + presencial)

Esta estructura secuencial no solo permite una entrada gradual y sin inconvenientes en la empresa, sino que **también proporciona soluciones adaptadas a medida que evolucionamos junto con las necesidades y desafíos del cliente**. La venta progresiva asegura un abordaje óptimo, brindando servicios específicos en cada etapa para un impacto continuo y sostenible.

16. Comunicación

Introducción: Transformando Realidades Empresariales con Proto Kit Alfa

En el dinámico escenario empresarial actual, la capacidad de identificar y abordar eficazmente los desafíos organizacionales se ha convertido en un factor crítico para el éxito. En este contexto, nos complace presentar Proto Kit Alfa, un servicio revolucionario diseñado para conectar con las necesidades específicas de pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Nuestra propuesta no solo identifica problemas organizacionales, sino que también se convierte en la llave maestra que abre la puerta hacia la transformación empresarial.

E-commerce, Landing Page, Blog, Redes Sociales, Mailing y Radio: Un Enfoque Integral

Este informe presenta un plan de mercadeo completo, articulado a través de diversas plataformas, con el propósito de destacar la esencia de Proto Kit Alfa y su capacidad para transformar realidades empresariales. Desde una Landing Page cautivadora hasta la comunicación directa mediante correo electrónico y anuncios radiales estratégicos, cada componente de esta estrategia tiene un propósito claro: conectar con líderes y mandos medios, ofreciendo soluciones que trascienden la identificación de problemas.

Indicadores de Éxito:

- Tasa de Conversión en la Landing Page: Nuestra medida de cuántos visitantes se convierten en participantes de nuestros encuentros.
- Participación en Redes Sociales: La interacción y crecimiento de seguidores en nuestras plataformas sociales serán un reflejo de nuestra conexión con la audiencia.
- Apertura y Clics en Correos Electrónicos: La efectividad de nuestras campañas de mailing será evaluada mediante la participación de la audiencia.
- Respuesta a Anuncios Radiales: Monitorearemos la respuesta directa a los anuncios de radio para entender su impacto.

Con este enfoque integral, aspiramos no solo a vender un servicio, sino a construir una relación duradera basada en la confianza y el compromiso mutuo hacia el crecimiento y la mejora empresarial. Proto Kit Alfa está aquí para transformar y trascender las expectativas, liderando el camino hacia una nueva era en la gestión empresarial.

Formulación económica resumen

	Etapa 1		Etapa 2		Etapa 3
	Modalidad independiente Capacidad productiva total en servicio		Modalidad delegación a una persona		Modalidad delegación a 3 personas
Ingresos	Ingresos del servicio	Ingresos	Ingresos del servicio	Ingresos	Ingresos del servicio
	Precio por hora		Precio por hora		Precio por hora
	\$ 20.000		\$ 20.000		\$ 20.000
	Cantidad de horas disponibles por día		Cantidad de horas disponibles por día		Cantidad de horas disponibles por día
	6		8		24
	Ingreso objetivo por mes		Ingreso objetivo por mes		Ingreso objetivo por mes
	\$ 2.400.000		\$ 3.200.000		\$ 9.600.000
Costos		Costos		Costos	
Costo Fijo	Captación de clientes y venta (yo). Promociones en redes y elaboración de co	Costo Fijo	Captación de clientes y venta (yo). Promociones en redes y elaboración de co	Costo Fijo	Captación de clientes y venta (yo). Promociones en redes y elaboración de co
	\$ 150.000		\$ 150.000		\$ 150.000
Costo Fijo	Aprendizaje continuo (yo)	Costo Fijo	Aprendizaje continuo (yo)	Costo Fijo	Aprendizaje continuo (yo)
	Costo por mes		Costo por mes		Costo por mes
	\$ 60.000		\$ 60.000		\$ 60.000
Costo Fijo	Oficina: Alquiler + Servicios	Costo Fijo	Oficina: Alquiler + Servicios	Costo Fijo	Oficina: Alquiler + Servicios
	Costo por mes		Costo por mes		Costo por mes
	\$ 240.000		\$ 240.000		\$ 240.000
Costo Fijo	Amortización de equipos a 10 años en pesos. Computadora, auriculares, aro de luz, consola, micrófono.	Costo Fijo	Amortización de equipos a 10 años en pesos. Computadora, auriculares, aro de luz, consola, micrófono.	Costo Fijo	Amortización de equipos a 10 años en pesos. Computadora, auriculares, aro de luz, consola, micrófono.
	Costo por mes		Costo por mes		Costo por mes
	\$ 10.560		\$ 10.560		\$ 10.560
Costo Variable	Costo por Asesor (yo)	Costo Variable	Costo por Dirección (yo)	Costo Variable	Costo por Dirección (yo)
	Cantidad de horas en servicio por día		Cantidad de horas en servicio por día		Cantidad de horas en servicio por día
	6		3		8
	Ingreso objetivo por mes		Ingreso objetivo por mes		Ingreso objetivo por mes
	\$ 1.800.000		\$ 900.000		\$ 2.400.000
Beneficio Mensual	\$ 139.440	Costo Variable	Costo por Asesor, cantidad 1	Costo Variable	Costo por Asesor, cantidad 3
			Cantidad de horas en servicio por día		Cantidad de horas en servicio por día
			8		24
			Ingreso objetivo por mes		Ingreso objetivo por mes
			\$ 1.440.000		\$ 4.320.000
		Beneficio Mensual	\$ 399.440	Beneficio Mensual	\$ 2.419.440
	Requisito necesario para pasar de Etapas				
	Completar disponibilidad horaria				
	Seleccionar clientes más rentables				

Esta propuesta se estructura en tres etapas, cada una con una modalidad distinta. La primera fase implica un enfoque de autoempleo, donde el modelo de negocio es conducido por un único asesor, que sería yo. La segunda etapa consiste en la formación de un asesor junior, quien requerirá dirección y capacitación del ProtoKitAlfa de mi parte. La tercera etapa se centra en la formación de tres asesores juniors en total.

Durante la primera etapa, la disponibilidad de la empresa está limitada a 6 horas, ya que depende exclusivamente de mí para cumplir, tanto el rol como asesor como las funciones de adquisición de clientes y el aprendizaje continuo. En las siguientes etapas, cada asesor junior tendrá una disponibilidad de 8 horas, lo que incrementará la capacidad operativa disponible. Además, mis funciones de dirección y capacitación se verán reducidas gradualmente a medida que los asesores juniors adquieran más experiencia. Este proceso podría promover la formación de equipos de dirección para apoyar a futuros asesores juniors.

El beneficio aumenta fuertemente con el avance de las 3 etapas, pudiendo existir momentos de flujo de fondos negativos.

Característica del servicio		
Frecuencia:	4	encuentros por mes
Duración de encuentro	2	hs
Duración del servicio	9	meses
Cantidad de horas mensuales	8	hs
Cantidad de clientes necesarios por mes para alcanzar con la cuota de capacidad productiva de cada etapa		
para etapa 1	15	Clientes
para etapa 2	20	Clientes
para etapa 3	60	Clientes
Cantidad de servicios nuevos por mes para sostener la capacidad completa luego del cese de servicios		
para etapa 1	1,6	Clientes
para etapa 2	2,1	Clientes
para etapa 3	6,3	Clientes

El servicio, de manera aproximada, implica la realización de 4 encuentros mensuales, cada uno con una duración de 2 horas, a lo largo de 9 meses, proporcionando un total de 8 horas mensuales por cliente. Para cada etapa, se necesitan cantidades específicas de clientes por mes para alcanzar la capacidad productiva deseada: en la Etapa 1 se requieren 15 clientes para 120 horas disponibles, en la Etapa 2 se necesitan 20 clientes para 160 horas disponibles, y en la Etapa 3 se precisan 60 clientes para 480 horas disponibles. Además, para mantener la capacidad completa después del cese de servicios, se necesitan ciertos números de clientes nuevos por mes: 1,6 en la Etapa 1, 2,1 en la Etapa 2, y 6,3 en la Etapa 3.

17. Conclusión Final

Como conclusión reconocemos que nuestro proyecto, presenta un alto grado de viabilidad, especialmente debido a su estructura detallada y enfoque en herramientas específicas. La automatización y la medición de resultados también son aspectos positivos destacados en este análisis.

Sin embargo, es importante señalar que el análisis general carece de una reflexión profunda sobre los costos asociados con la implementación de este protocolo. Aunque se mencionan los recursos clave, la estructura de costos requiere una evaluación más detallada. La falta de un análisis exhaustivo de costos puede tener un impacto significativo en la viabilidad financiera a largo plazo del proyecto.

A pesar de esta limitación, nuestro proyecto ofrece una base sólida para abordar los desafíos organizativos en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Su enfoque en herramientas específicas y la utilización de la automatización pueden ser beneficiosos para mejorar la eficiencia y la productividad en estas empresas. Sin embargo, es fundamental considerar cuidadosamente los costos asociados para garantizar la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Dificultades propias del Modelo de negocios enfocado al crecimiento

Las actividades clave de ProtoKitAlfa se estratifican en dos criterios fundamentales. En primer lugar, la obtención de clientes ocupa un lugar central en nuestro modelo de negocios. Nos dedicamos intensamente a **construir y mantener relaciones sólidas con los clientes**, ya que reconocemos que este aspecto es esencial para nuestro éxito.

El segundo criterio se centra en el **desarrollo de un estilo comunicacional distintivo**. Estamos comprometidos en perfeccionar nuestra comunicación para transmitir de manera efectiva los valores, beneficios y singularidades de nuestros productos y servicios.

Un tercer aspecto crucial, aunque proyectado para el futuro, es la **adquisición de recursos humanos**. Para sustentar el crecimiento de la empresa, planeamos incorporar profesionales capacitados que puedan replicar nuestras dinámicas de trabajo al gestionar nuevos clientes. La confianza es un elemento fundamental en esta etapa, asegurándonos de contar con un equipo que comparta nuestra visión y valores, y que no se vea tentado a llevarse a nuestros clientes al trabajar independientemente.

Quizás la sistematización de los protocolos de trabajo y su segmentación pueda colaborar con la retención de los colaboradores.

18. Anexos

[Anexo 1 - Herramientas de análisis \(Link\)](#)

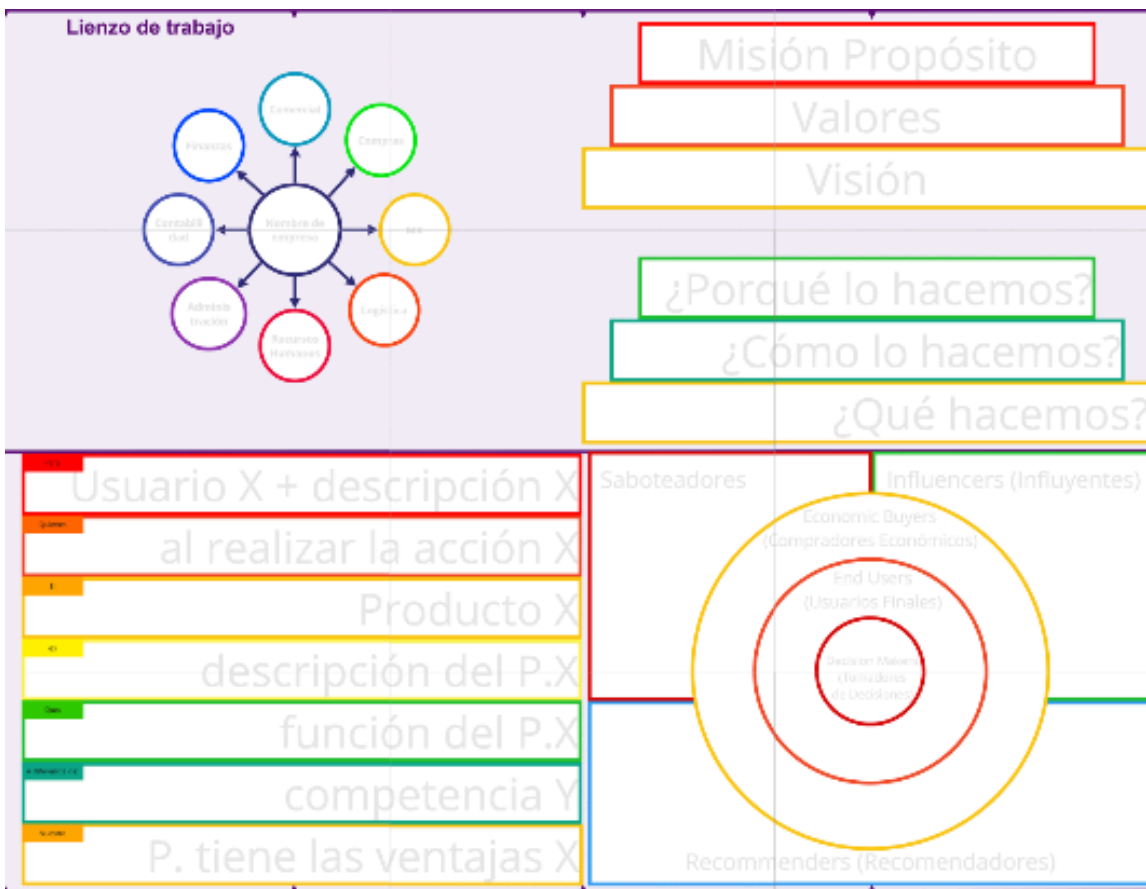
[Anexo 2 - Encuesta sobre servicio de asesoramiento \(Link\)](#)

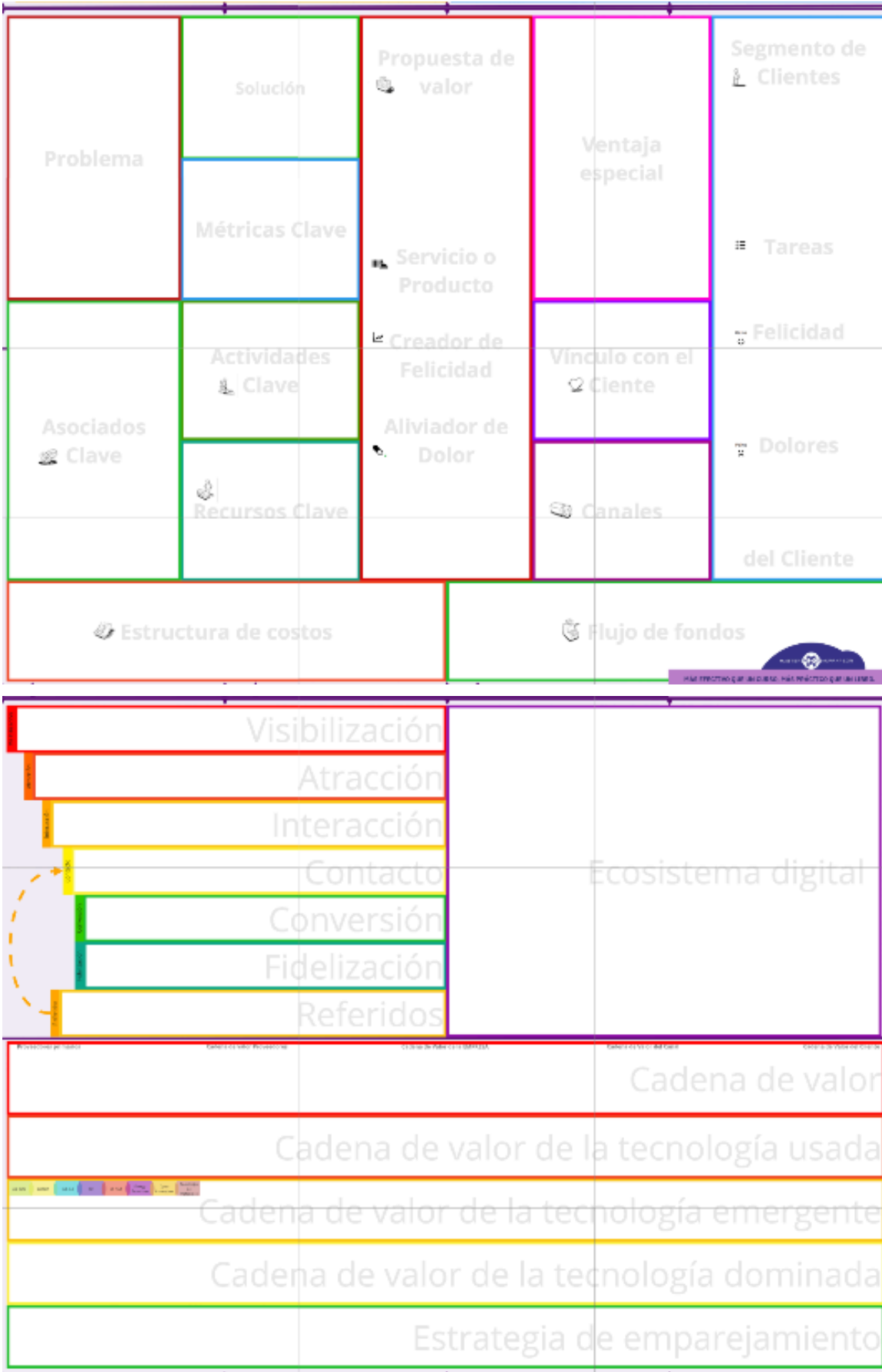
[Anexo 3 - Entrevista profunda a líder de PyMEs \(Link\)](#)

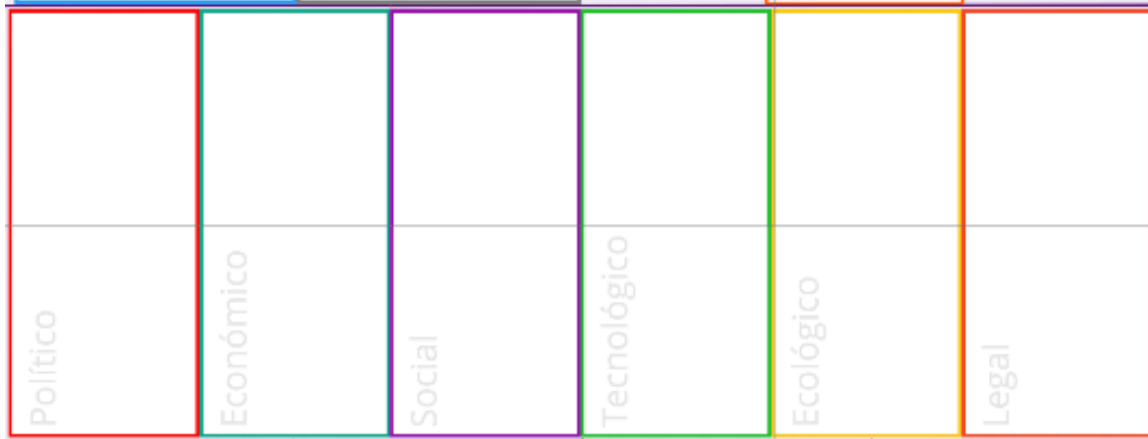
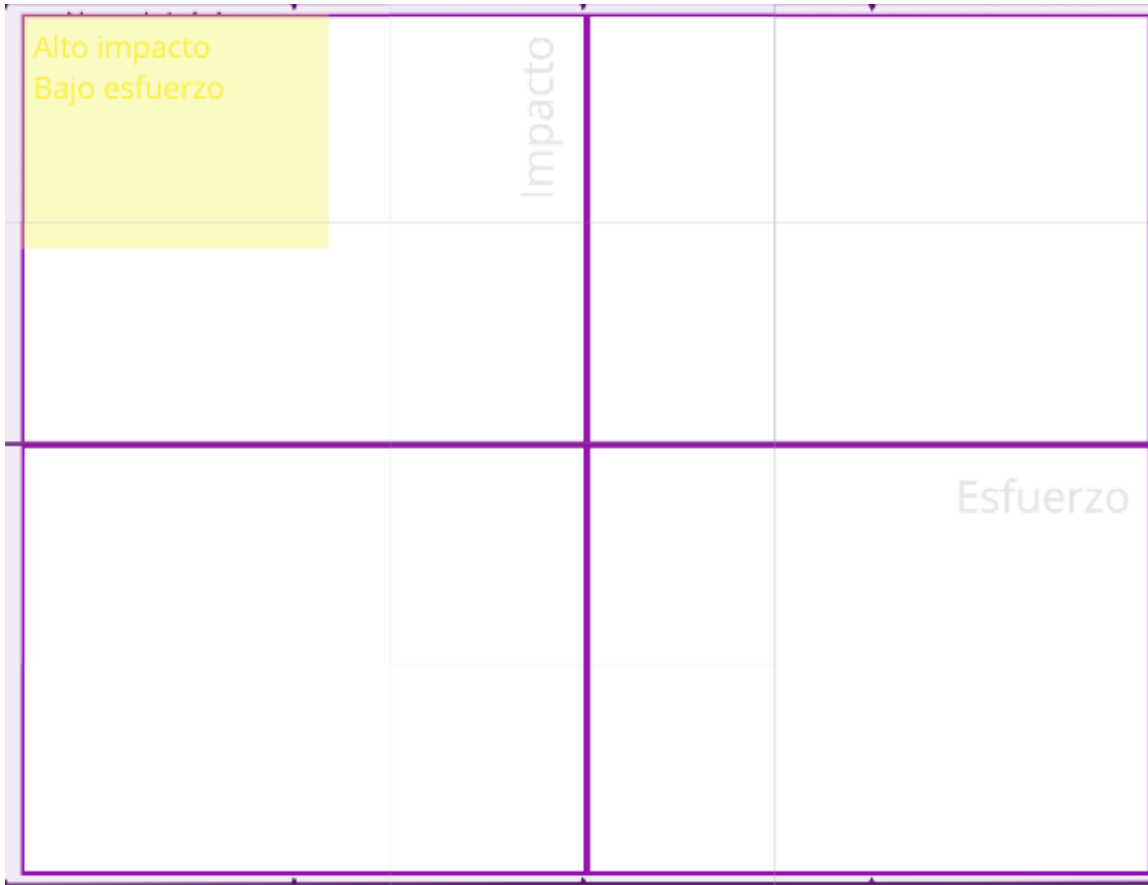
[Anexo 4 - Diseño de futuros \(Link\)](#)

Lienzos

Anexo 5 - Lienzo de trabajo

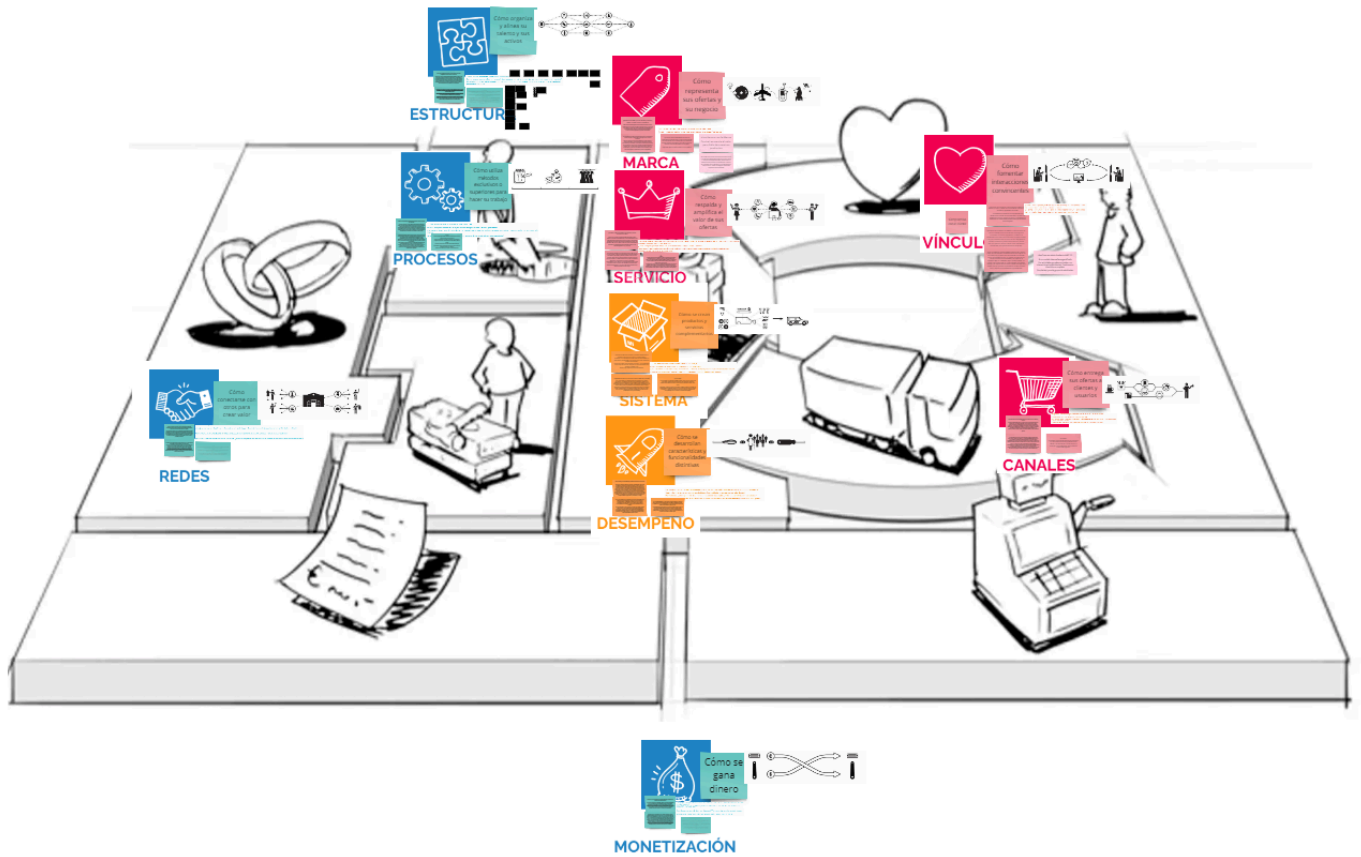






Adaptación del servicio a distancia con el uso de la Aplicación en Miro.

Se ha adaptado el servicio a distancia mediante el uso de la Aplicación en Miro, combinando el Modelo Canvas de Negocios con las 10 Tipologías de Innovación. Este modelo ha sido desarrollado específicamente para la empresa Red Educativa Lyons.



Social Model Canvas

En caso de trabajar con organizaciones sociales se empleará este esquema:

PLANTILLA DEL CANVAS SOCIAL (SOCIAL-BUSINESS MODEL CANVAS).

Haz una copia de esta plantilla para poder completar tu propio Canvas social.

Nombre del proyecto:		Misión/ visión:		
Socios estratégicos ¿Quién le ayuda a hacer que su modelo de negocio funcione? Pueden ser proveedores, distribuidores, socios estratégicos...	Actividades y recursos clave Actividades y recursos necesarios para garantizar el éxito del proyecto. Recursos que posee o necesita adquirir/desarrollar ¿Qué hará usted personalmente en un día típico durante la beca del SIF?	Oferta de valor Social Define el problema que estás tratando resolver, o el problema del mercado. Incluye una descripción del valor que se entregará a los beneficiarios, pagadores, financiadores o donantes.	Entorno macroeconómico ¿Cuál es su mercado geográfico objetivo?, ¿Cuáles son los cambios económicos, sociales y tecnológicos que afectan al presente y al futuro?	Clientes y beneficiarios ¿Quiénes son las personas que comprarán su producto/servicio? ¿Quiénes son las personas que se beneficiarán?
	Ventas y marketing Describe como llegar a los beneficiarios, como llegar a los pagadores, qué tipo de relación necesita/espera cada segmento de clientes o beneficiarios?		Competidores ¿Quién más opera en tu entorno? ¿Por qué tu solución es mejor o satisface una necesidad insatisfecha?	
Gastos ¿Cuáles son los principales costes para operar el modelo de negocio descrito?		Ingresos ¿Quién paga por qué? ¿Donaciones versus ingresos ganados?		
Impacto Social ¿Cómo se medirá el impacto social?				