

el programa

M@rcando

Propuesta Base

20 de Febrero 2000

M@rcando , Madrid, Barcelona, teléfono 607793959 email: orienta@jet.es

Introducción

El sector de los salones de peluquería, belleza y estética esta inmerso en un proceso de adaptación a las nuevas situaciones del mercado.

La demanda de servicios es cada vez mas amplia, los Clientes sean de cualquier género asocian cada vez mas la belleza, la higiene corporal con la salud, su autoimagen, su autoestima y, por tanto, como algo que contribuye a “sus logros” personales y profesionales.

La Calidad ya no consiste solo en “hacerlo bien”, incluye “quedar gratamente sorprendido”, en aquellos valores diferenciales que las personas que le han atendido le hayan podido “entregar” durante el transcurso del “servicio”.

El diseño del centro, los materiales, los productos que se aplican, son muy importantes, pero cada vez su calidad y vistosidad esta mas generalizada, el valor se centra en la calidad de las personas.

Existe una línea de actuación exclusivamente basada en el “reclamo del atractivo del precio”, se mantiene otra línea basada en “la técnica y los sistemas”, se mantiene la línea, sostenida en el glamour y la notoriedad del que lidera.

El Mercado plantea innumerables oportunidades para aquellos que la innovación y el cambio están asociados con el crecimiento y el desarrollo, no con las amenazas.

La claridad en La Visión del que dirige, la iniciativa y colaboración del personal así como la cohesión del trabajo en equipo son retos claros que hoy tienen aquellos que se responsabilizan de este tipo de negocios.

La actitud positiva, el bien hacer, la transmisión de ilusión, el asesoramiento, la innovación tecnológica, la frecuencia de servicio con independencia de la asistencia al centro son productos “reales” que el cliente quiere obtener.

Todo esto e innumerables aspectos mas aconsejan la realización de un trabajo “ordenado y sostenido” sobre el conjunto del equipo humano, verdadero valor diferencial en un negocio de estas características

•
•
•
•
•
•
•

Con estas condiciones y,

Aplicando la metodología que se viene llevando a cabo en organizaciones de los mas variados sectores y similares, consideramos que:

El desarrollo de los individuos, que forman parte de la organización, en todos los niveles

La participación del personal en el desarrollo de las claves del negocio actual y de los proyectos inmediatos

Pueden ampliarse sustancialmente y focalizarse en los aspectos clave para la consolidación y crecimiento, planificado por la dirección, con total seguridad

Con estos objetivos ha nacido el programa [M@rcando](#) enfocado a la Dirección y al conjunto de personas que, en las diversas funciones, “entregan los productos y servicios” al Cliente



El programa M@rcando El soporte y las bases

El programa M@rcando está soportado por una organización de profesionales con gran experiencia en Consultoría, Marketing, Educación y Nuevas Tecnologías, organización que actúa con las personas y organizaciones en tres ámbitos:

- La actitud de las personas y el apoyo para el desarrollo de su potencial
- Las herramientas que dan soporte a la medición de avances y resultados
- Las Ideas y el asesoramiento tanto a la Dirección y líderes como al resto de niveles de las organizaciones para la Definición de metas, la Orientación a resultados.

El programa M@rcando es un programa que se ocupa de los factores de educación de pensamiento, el cambio de actitudes de las personas, y como tal, a mayor escala, de las culturas de los grupos.

El proceso tiene como bases :

- La elaboración de un proyecto específico para una organización,
- la medición previa de Indicadores Clave,
- la realización de sesiones en grupo con utilización de videos, en forma de “talleres”
- la realización de sesiones de audio que cada componente desarrolla de forma particular,
- Sesiones de revisión, en grupo, y con la dirección al objeto de identificar los avances y estimular la automotivación
- mediciones posteriores que permiten cuantificar los cambios obtenidos en los Indicadores Clave.
- La utilización de servicios de soporte para la realización de practicas al objeto de imprimir los cambios de una forma natural, eQMentor, aprovechando las ventajas que hoy la tecnología nos ofrece (Internet)

⋮

Se ocupa, también, de generar en la organización, “colaboradores” para el apoyo y enriquecimiento del proceso : “Facilitadores”, que conjuntamente con La dirección del proyecto observan, desarrollan, ajustan, y velan por un adecuado desenvolvimiento del proceso.

⋮

El programa M@rcando

Los desafíos iniciales :

En las organizaciones que actúan en el sector , en general, hay veces que falta una Visión, conocida y compartida por todos sus componentes.

Los objetivos no se persiguen desde el convencimiento interior de cada uno de quienes participan en su obtención.

Y esta situación se da, pese a la buena voluntad de los colaboradores y directivos, por existir barreras interiores, no explicitadas, que influyen en las actitudes y clima del conjunto, frenando, desviando o no enfocando el camino para alcanzar los resultados deseados.

Se pueden observar “indicadores”, frases, comentarios, gestos o formas de hacer que son expresión de determinadas creencias que inducen actitudes y comportamientos.

A modo de ejemplo podemos observar:

- La “expectativa” de que con el desempeño de la actividad vamos a conseguir:

“ganar dinero”, “expansión”, “crecer”, “ser los primeros”, “ser diferentes”, “el éxito”, “ampliar conocimientos”, “ser los mejores”, “tener el salón lleno”, “solidez”, “ser una empresa importante” .

- La “creencia” de que:

“falta preparación”, “falta tiempo para dirigir”, “los objetivos no están claros”, “tus ideas no son compartidas”, “la competencia nos quita el negocio”, “la organización es mala”, “falta motivación”, “falta presupuesto”, “no hay instrucciones claras”, “No hay comunicación”.

- El “Dialogo Interno”, (de lo que habitualmente se habla):

“no puedo , no tengo tiempo”, “estoy estresada, me quiero ir de vacaciones”, “no te escuchan, eres una automática”, “no hay profesionales, estoy cansada”, “si me toca la lotería no me volvéis a ver”, “otro día mas” .

•
•
•
•
•
•

Los ejes de la solución :

La “generación” de la Visión es parte del potencial de todo colectivo.

Dicha generación es bueno que se “produzca” desde el interior de ese colectivo, que la manifieste, la exprese, la quiera compartir, tenga la voluntad de alcanzarla y que participe activamente del compromiso que pueda “emanar” de ella

La propuesta

El programa [M@rcando](#) propone

➤ ***Para el inicio del proceso***

Una *Sesión de Definición Estratégica*

- Con la Dirección General
- De una duración de 2-3 horas

A la finalización

Unas *Sesiones de Confluencia* (Talleres de conocimiento y resultados) con el conjunto de los colaboradores

- Con una duración de 8 horas, en cuatro sesiones de 2 horas cada una
- Con el objetivo de hacerles “trabajar” y “reflexionar” sobre su potencial, el potencial de las diferentes áreas de actividad del centro, el potencial existente en el área de influencia del alumno y la organización
- Participando en “concretar” la Visión en que ellos sitúan el negocio de la organización y sus posibilidades

Las sesiones son fundamentalmente prácticas. Se trabaja en ellas sobre la “vida” de la organización y de las “personas” que la integran

Con un enfoque diferente al convencional, basándose en los “modelos mentales” de las personas y de los grupos.

Al término de las mismas se adquiere conciencia de la Realidad “en que se está”, del compromiso que representa el deseo y la decisión de una Meta, un Objetivo (La Visión)

•
•
•
•
•
•

Y queda patente que hay un camino para “dar el salto”, camino que se puede aprender y practicar de “forma natural”

- Evaluación de las “claves” actuales del “negocio” del centro bajo la perspectiva:
 - Del cumplimiento y consecución de “la Visión”
 - De su “contribución” al avance del centro y de los objetivos expresados en la descripción de La Visión.
 - Del aprovechamiento y aportación al desarrollo de las personas que lo componen.
- “Sabemos” como son las cosas.
- Los Resultados actuales. (Nuestra realidad)
- Facetas y aspectos que representan mayor reto
- Objetivos que se persiguen
- Se consiguen?
- Identificación de las barreras que lo impiden
- Consecuencias que se derivan de los resultados:
 - Cómo “nos vemos” con esos resultados conseguidos?
 - Qué beneficios “hemos obtenido”, individual y colectivamente?
 - Qué beneficios “ha obtenido” Centro?
- Decisión de cambio
- Qué cambiamos?, se puede conseguir?
- La confianza en nuestro potencial. Lo que “creemos” que podemos hacer
- Objetivos y Metas. Expresión de los resultados finales (La Visión)
- Pasamos de la Realidad a la Visión?

•
•
•
•
•
•
•
•

Una Actividad de Seguimiento de la asimilación del Proceso y de Practicas de la metodología „

- Con la utilización del servicio eQMentor (Correo electrónico)
- A lo largo de dos meses

Sesiones de Revisión

Con la Dirección, 4 sesiones, a lo largo del programa, de una duración de alrededor de 2 horas cada una:

- Evaluación de las “claves” actuales del “negocio” del centro bajo la perspectiva:
 - Del cumplimiento y consecución de “la Visión”
 - De su “contribución” al avance del centro y de los objetivos expresados en la descripción de La Visión.
 - Del aprovechamiento y aportación al desarrollo de las personas que lo componen.
- Evaluación de la Realidad Actual del grupo (en el momento de inicio se las sesiones de confluencia)
- Coincidencias de los propósitos individuales con las metas de la organización
- Análisis y valoración de iniciativas, su conversión en metas y su forma de expresión
- Identificación del potencial de liderazgo

•
•
•
•
•
•

A la terminación del proceso, se puede asegurar que:

Las personas **aprenden el proceso del pensamiento**, es decir cómo funciona nuestra mente, lo que *les abre otro poder de observar e interpretar la realidad*.

Las personas **dejan de echar la culpa al entorno y a los demás** porque toman conciencia de la *capacidad* que tienen de *acercar el centro de control* de las situaciones *a su interior*.

Conocida la realidad en que están, las personas aprenden a **crear y pensar en resultados finales**, clave para que los *mecanismos internos de la mente disparen la energía* y los pasos necesarios *para alcanzar esas metas* o resultados.

La **claridad y vivencia de los resultados finales** creados, *alerta al Sistema de Activación Reticular* para percibir las informaciones útiles en relación con los resultados deseados.

La resistencia a los cambios está gobernada por nuestra permanencia en lo que llamamos **Zonas Cómodas**. Las personas aprenden a *expansionar esas Zonas Cómodas, convirtiendo las amenazas de un cambio en nuevas oportunidades*.

Las personas llegan al **conocimiento y convencimiento de** que tienen una **capacidad de hacer que las cosas ocurran** mucho mayor que lo que nunca han pensado. *Y aprenden a aplicarla*.

Las personas aprenden a **expresar sus metas y objetivos (en afirmaciones)**, y a trabajar con ellas, de forma que desde su interior, se *generan la energía y creatividad necesarias*.

Las personas, al tomar el centro de control de las situaciones, **no “tienen que hacer las cosas”**. *Deciden, quieren, eligen* hacerlas. Esto redundará en mayor eficacia, más sentido de la responsabilidad, mejores relaciones, ...

Las personas **aprenden que los cambios empiezan por uno mismo** y desde el interior. Con ello están siempre *dispuestos a dar el primer paso para mejorar una situación o relación*..

Las personas aprenden que la **percepción de cada uno no es completa** (escotomas). Cada uno tenemos “nuestra verdad”. Al *compartir* con respeto las *percepciones y opiniones* se logra una *verdad más completa*.

Las personas aprenden, con ello, el sentido del **trabajo en equipo y de compartir responsabilidad** en el logro de un objetivo.

•
•
•
•
•
•
•

Es un camino para **fomentar la imaginación, creatividad e iniciativa individuales, y aunarlas con la colaboración, entendimiento y confianza en la aportación y participación de los demás.**

Adquirir y progresivamente hacer crecer la confianza y seguridad en ambas ideas, permite un crecimiento y desarrollo equilibrado de su personalidad individual, profesional y de integración en el equipo. Lo que lleva al crecimiento de la empresa, basado en el conocimiento racional y emocional que se adquiere del origen de la eficacia de las personas.

•
•
•
•
•
•
•

El Presupuesto

El presupuesto para la realización de este programa es de..... (a estudiar)

Las condiciones de contratación

Los precios reseñados anteriormente ni incluyen el IVA ni los desplazamientos y dietas en que se pudiese incurrir para el desarrollo de las actividades, que correrán a cargo del cliente.

La modalidad de pago es 30% a la formalización del encargo , el 70 % restante, distribuido alicuotamente mediante recibos domiciliados en vencimientos (la duración del proceso).

.