

Nuestra Filosofía

Creemos que una empresa es un sistema, un ser vivo integrado por personas en primer lugar, organizadas en una estructura que facilita conseguir el objetivo que se han propuesto. Si hablamos de un sistema integrado por personas es porque, para nosotros, la mejora en la eficacia de una organización tiene mucho que ver con lo que sucede entre las personas que la integran.

Cuando estas personas se reúnen para llevar a cabo una labor con un objetivo en común estamos hablando no de un grupo, sino de equipos de trabajo.

Cada vez más se persigue que las personas sean autónomas en su puesto de trabajo. Que tengan capacidad para adaptarse a los cambios, polivalencia, y que resuelvan de la manera más eficiente los problemas que se presenten.

El crecimiento de una persona en una empresa comprende dos aspectos:

- **Técnico:** el conocimiento que adquiere por aprendizaje en el puesto de trabajo o por formación específica.
- **Personal:** el conocimiento de sí mismo y de las relaciones en el entorno de trabajo.

Nuestra formación va dirigida al crecimiento personal de los profesionales que integran una organización, porque creemos que sin esta parte, el conocimiento técnico no puede ser rentabilizado ni desarrollarse hasta donde la persona podría.

Por eso con nuestros talleres trabajaremos en el autoconocimiento y mejora de las relaciones personales, agentes facilitadores de la labor profesional:

Todas las acciones formativas se basan en una idea clave; el **cambio**. Nuestro objetivo es provocar procesos de cambio en aspectos clave de la conducta entre el inicio y el final de cada acción formativa y que esto repercuta en el comportamiento futuro de cada persona.

El mejor enfoque para conseguir este objetivo es aquel en la que el individuo forme parte de ese proceso de cambio y participe de él de forma vivencial.

Así, dentro de este enfoque, hemos concebido tres formas diferentes de poder llevar a cabo las acciones formativas:

- TALLERES
- OUTDOOR
- COACHING

Nuestros Servicios

■ **METODOLOGÍA**

- TALLERES
- OUTDOOR
- COACHING

Dirección
Equipos

■ **CONTENIDOS**

■ **DIRECCIÓN**

La función directiva y los cambios de ciclo coyuntural. ¿Cómo implantar cambios estructurales y organizacionales en la empresa?
Toma de decisiones, solución de problemas y emociones
Pensamiento estratégico, influencia y persuasión
Liderazgo
Dirección de reuniones

■ **FINANZAS**

Reduzca sus costes de gestión y producción

■ **PRODUCCIÓN**

Herramientas para la mejora de la productividad

■ **CAPITAL HUMANO**

Trabajo en equipo
Equipos de alto rendimiento
Flexibilización de las relaciones laborales
Manejo de conflictos
Selección de personal

■ **MARKETING Y ESTRATEGIA**

Marketing relacional
Alianzas y redes estratégicas

Nuestros Servicios

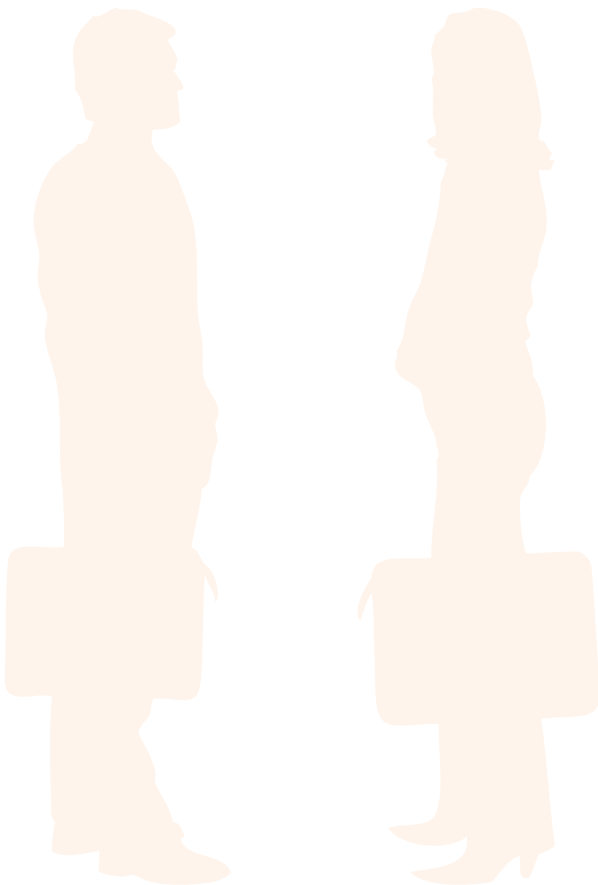
■ CONTENIDOS

■ COMERCIAL

Atención y satisfacción del cliente
Negociación
Atención telefónica
Técnicas de venta

■ HABILIDADES Y COMPETENCIAS

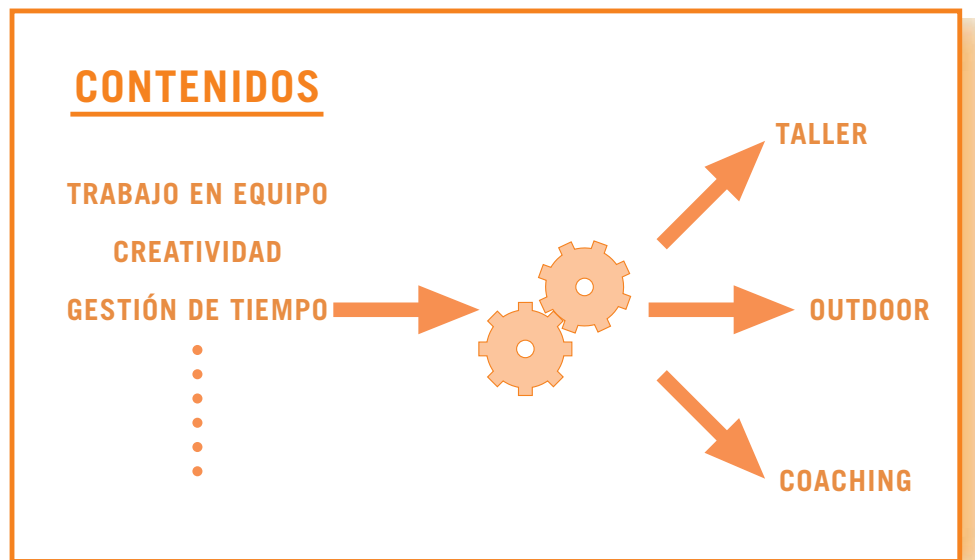
Creatividad
Inteligencia emocional en el trabajo
Gestión del tiempo
Manejo del estrés
Conciliación personal y profesional



METODOLOGÍA

Todos los contenidos pueden trabajarse a través de estos tres formatos o metodologías:

- El Taller, Jornada Outdoor, Coaching.
- El decidirse por uno u otro formato implica obtener los beneficios que cada uno aporta.



Trabajo en Equipo		
<p>Taller: Equipos de alto rendimiento</p> <p>Trabajo en aula. Presencia de diferentes niveles, o bien grupos homogéneos con el mismo perfil. Actividades Teórico-Prácticas. Intensivo.</p>	<p>Jornada Outdoor: Mejora del trabajo en equipo</p> <p>Trabajo fuera del entorno profesional. Actividades lúdicas y experienciales. Convivencia Intensivo.</p>	<p>Coaching Grupal: Para la mejora de equipos de trabajo</p> <p>Trabajo con el equipo real, utilizando la realidad de este equipo con base para su aprendizaje y mejora. Duración a medio-largo plazo, no intensivo.</p>

Vemos aquí un ejemplo de cómo quedaría el tema del Trabajo en Equipo en estos 3 formatos distintos

■ METODOLOGÍA

■ TALLERES

Un taller es una acción formativa concreta donde se trabaja un aspecto o tema monográficamente.

Se desarrolla en aula, tiene una duración determinada de antemano y, durante el mismo, se trabaja con dinámicas de grupo, casos prácticos, role-playing, etc.; metodología que facilita la participación y el autoconocimiento.

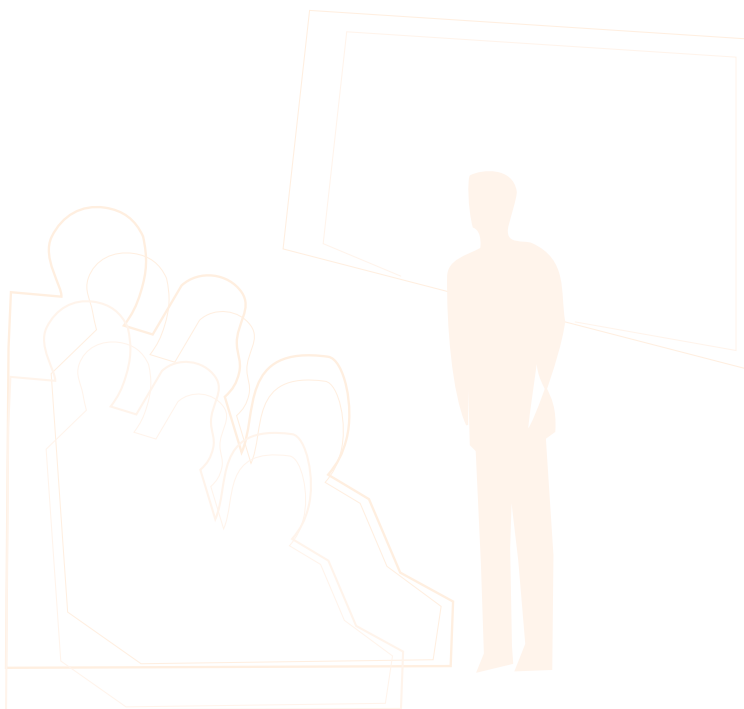
Ventajas:

Permite centrar la atención en un tema determinado y profundizar en él.

Al finalizar los participantes encuentran herramientas que pueden aplicar en su entorno diario/puesto de trabajo.

Facilita el intercambio de información entre los participantes, sobre el funcionamiento de la empresa y acerca de buenas prácticas.

Resulta la mejor opción cuando el tema a tratar en el taller está claramente identificado.



■ OUTDOOR

Se pasa una jornada, preferentemente hacia el fin de semana, en un entorno natural. Por ejemplo, en una casa rural desde el viernes por la tarde hasta el sábado por la tarde.

El tiempo de trabajo en una jornada es de 8 horas. En el caso de una jornada viernes-sábado, el total de horas dedicado a las actividades es 12.

Dependiendo del diseño que se haga de la jornada, esta constaría de tiempo para las actividades en sala, tiempo para actividades de multi-aventura o en el exterior, y de tiempo de ocio e interacción social.

Las actividades en sala consisten en dinámicas grupales participativas.

Las actividades de multi-aventura están dirigidas por un equipo de monitores y coordinadas por el equipo de consultores.

Ventajas:

La motivación del personal que participa, que puede ver valorado su desempeño y pertenencia a la empresa con un reconocimiento lúdico y formativo a la vez.

La posibilidad de trabajar o de explorar sobre problemáticas de la empresa, con la ventaja de que el nivel de estrés es menor, ya que este trabajo se hace fuera del contexto habitual, mediante actividades, dinámicas, y se combina con momentos de interacción social y de ocio.

¿Con qué finalidad podemos realizar una jornada outdoor?

Una jornada outdoor es muy versátil y se puede adaptar a las necesidades que plantee el departamento de Dirección de Personas de la empresa.

Una lista de aplicaciones será:

Incrementar la motivación del personal mediante su participación, buscando conjuntamente opciones a problemas de los departamentos o entre departamentos (equipos multidisciplinares)

Reconocer su participación en los logros de la empresa

Compartir y celebrar la información sobre los resultados anuales

Reforzar la cohesión dentro de los equipos (trabajo en equipo)

Mejorar las relaciones entre los equipos (relaciones entre departamentos)

Explorar o profundizar en un tema detectado como importante para el personal de la empresa (el estrés laboral, el manejo de los conflictos), realizando un outdoor que combine actividades lúdicas con el monográfico sobre el tema.

■ COACHING

El coaching, o entrenamiento personalizado, es utilizado en **procesos de cambio** que se dan dentro de una empresa y también en **procesos de consolidación**. En el primer caso, el coaching es recomendable cuando lo que se necesita es reubicar a una persona en un nuevo contexto, con funciones diferentes, y se valora que, más que formación específica sobre el puesto, la persona necesita entrenar competencias personales que le van a ayudar a hacer el cambio.

En el segundo caso, la consolidación, el coaching funciona como acción formativa muy concreta y personal, dirigida al foco de las necesidades de un equipo de personas o de un directivo, que en un momento dado necesitan revisar y ampliar su desempeño.

Se trata de una acción formativa de crecimiento profesional muy versátil, que se puede adaptar a más situaciones de las enumeradas aquí.

Ventajas:

Beneficia tanto a la persona que lo recibe como a la empresa.

Se sirve de procesos formativos y también del entrenamiento práctico con el potencial individual.

Es un proceso más largo que un curso, pero a la vez más rentable, porque permite consolidar mejor los aspectos trabajados, y facilita el seguimiento del progreso personal.

El nivel de profundidad del trabajo es mayor que el que se da en un proceso formativo tradicional.

Permite a la empresa premiar el trabajo de su personal ofreciéndole la posibilidad de desarrollar su potencial, de manera individualizada.

Las sesiones de coaching son dirigidas por profesionales de la psicología, con experiencia en la consultoría y formación continua en empresas.



Tipos de Coaching:

Coaching para directivos

Dirigido a: profesionales con personal a su cargo.

Objetivos:

Desarrollar de manera práctica aspectos de la persona que beneficiarán su desempeño como profesional a nivel individual.

Entrenar y apoyar el desempeño del profesional como coach de sus propios equipos de personas.

Metodología:

- 1.- Entrevista inicial
- 2.- Detección de necesidades/temas a trabajar
- 3.- Elaboración del plan personal/grupal (Calendario, nº de sesiones...)
- 4.- Sesiones de trabajo con el/la "coach"
- 5.- EN PARALELO: Sesiones de valoración del proceso y de apoyo (en la empresa)
- 6.- Cierre del coaching, evaluación del seguimiento.

Coaching para equipos

Dirigido a: Equipos de trabajo, de alto rendimiento, con necesidades específicas según funciones y objetivos profesionales.

Objetivos:

Mejora del rendimiento como equipo, apoyándose en las potencialidades de los integrantes.

Promover la sinergia entre los componentes del equipo, la flexibilidad y valores que les permitan funcionar auto-responsablemente.

Detectar y entrenar la mejora en los puntos débiles grupales.

Detección y mantenimiento de los puntos fuertes grupales.

Metodología:

- 1.- Entrevista inicial con responsable del equipo. Formulación de la demanda inicial de coaching.
- 2.- Con el equipo: detección de necesidades/temas a trabajar.
- 3.- Elaboración del plan grupal con el responsable del equipo e integrantes si procede. (Calendario, nº de sesiones...)
- 4.- Sesiones de trabajo con el/la "coach"
- 5.- En paralelo: sesiones de valoración del proceso y de apoyo (en la empresa)
- 6.- Cierre del coaching, evaluación y propuestas de seguimiento.

■ CONTENIDOS

■ LA FORMACIÓN EMPRESARIAL ESPECÍFICA Y EL CAMBIO DE CICLO

No es bueno aprender a nadar en plena tormenta y lo correcto es tomar medidas cuando ya se vislumbra un cambio de ciclo. No obstante, debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

Durante una tormenta no es aconsejable dar fuertes cambios de rumbo que pondrían la nave a merced de las olas. No obstante, la estrategia debe necesariamente realizar cambios que permitan adaptarse a la coyuntura.

Es necesario analizar las decisiones pero es imprescindible implantarlas con rapidez y decisión antes que sea demasiado tarde o provoque incertidumbre en el resto del equipo o plantilla.

Todos los departamentos tienen bolsas de procesos ineficientes, alimentados durante las épocas de bonanza económica y cuyos costes pueden ser revisados en aras a una ajustable reducción de los mismos. En ese sentido, es preciso “soltar lastre” para mantener la nave a flote. Es preciso detectar las tareas, procedimientos y costes no productivos y adaptarlos o eliminarlos.

Se requiere una reorganización de los recursos humanos mediante reformas y estrategias que sean capaces de quitar rigidez a la vigente estructura organizativa de la empresa con el objetivo de adaptarlos a los cambios provocados por el cambio de ciclo.

Crear alianzas comerciales no solo es una alternativa exclusiva para grandes empresas ni épocas expansivas. Cualquier estructura comercial puede comercializar nuevos productos de empresas asociadas que aporten sinergia a la gama actual.

Mantener a buen cubierto la cartera de clientes, llevando una política de “clienting” a través de un marketing relacional, e involucrando al departamento comercial en todo el proceso de satisfacción y fidelización del cliente.

Las crisis pueden suponer una amenaza o una oportunidad. Las crisis simplemente implican cambios. Estos cambios lo que hacen es “obligar” a las empresas a eliminar ineficiencias y ajustar sus organizaciones, lo que repercute en un mercado más competitivo. Se produce así una selección donde las empresas más “débiles” e ineficientes desaparecen y las más preparadas salen fortalecidas.

Así pues, en aras a fortalecer las empresas desde una formación que permita seguir manteniendo niveles altos de competitividad, teniendo en cuenta los aspectos anteriormente señalados, se relaciona a continuación, aquellas acciones formativas que directamente pretenden cubrir las necesidades que trae consigo el cambio de ciclo.

■ DIRECCIÓN

La función directiva y los cambios de ciclo coyuntural. ¿Cómo implantar cambios estructurales y organizacionales en la empresa?

Nunca, como ahora, las empresas han tenido la necesidad de adaptar de forma tan continua sus estructuras organizativas así como sus modelos de gestión. Por ese motivo resulta indispensable construir una percepción nueva e implantar en las organizaciones una cultura del cambio.

Toma de decisiones, solución de problemas y emociones

Hay multitud de requisitos que un directivo debe satisfacer para conseguir los resultados deseados. Sin embargo, donde tiene que poner en práctica todo el resto de sus habilidades directivas, es en el análisis de problemas y, sobre todo, en la toma de decisiones. Proceso que, no en pocas ocasiones, se ve además interferido por el factor emocional.

Pensamiento estratégico, influencia y persuasión

Se trata de desarrollar un modelo de razonamiento creativo dentro de una visión de futuro y que permita afrontar muchos de los desafíos que presenta hoy el mercado. A este proceso le podemos añadir las capacidades suasorias que los líderes pueden utilizar para facilitar no solo la consecución de los objetivos estratégicos sino también la implicación de todo el personal.

Liderazgo

Replantearse el rol de un líder o mando como coordinador de equipos de personas desde una perspectiva que favorece la colaboración y el desarrollo profesional de los colaboradores, en beneficio del conjunto del equipo y de la empresa o entidad.

Dirección de reuniones

Dirigido a personas que habitualmente utilizan o quieren incorporar las reuniones como herramienta de comunicación eficaz para el trabajo en equipo y entre departamentos.

■ FINANZAS

Reduzca sus costes de gestión y producción

Dentro del enorme entorno competitivo en el que nos encontramos, el sector de la empresa reconoce que la única forma de seguir posicionados y no perder cuota de mercado es ofreciendo unos productos de elevada calidad, pero todo ello al menor coste posible. Para ello es preciso optimizar el uso y procesamiento de los recursos.

■ PRODUCCIÓN

Herramientas para la mejora de la productividad

¿Quién no ha oído hablar del “aumento o descenso de la productividad”? Las empresas deben diseñar procesos encaminados a formar técnicos capaces de llevar a cabo una labor de estudio de los distintos métodos utilizados y ser generadores de acciones de mejora continua.

■ CAPITAL HUMANO

Equipos de alto rendimiento

El capital humano se ha convertido en el factor clave de competitividad. En él recae en buena medida el éxito del proyecto empresarial. Los grupos de trabajo deben convertirse en equipos de trabajo. Los “líderes” de estos equipos de trabajo deben saber optimizar y canalizar el talento individual hacia una visión compartida para que la sinergia de todos y cada uno de sus miembros maximice el rendimiento global.

Flexibilización de las relaciones laborales

En un contexto de celeridad y profundos cambios, el significado de la palabra “flexibilización” se hace cada vez más necesario. En el ámbito laboral se apela a mecanismos jurídicos y estrategias que sean capaces de agilizar las estructuras de la empresa y aumentar de ese modo su adaptabilidad a los cambios.

Manejo de conflictos

Este taller está dirigido a quienes deseen adquirir por medio del trabajo práctico en grupo una perspectiva más amplia y generadora de soluciones acerca del tema del conflicto, en el entorno laboral y personal.

Selección de personal

Taller dirigido a jefes de personal, capacitándoles para implantar un sistema de selección de personal basado en competencias.

■ **MARKETING Y ESTRATEGIA**

Marketing Relacional

Los altísimos niveles de competitividad existentes en el mercado han provocado que las empresas encuentren más barato fidelizar su cartera de clientes que invertir recursos en captar a nuevos. El marketing relacional pretende identificar las necesidades de los clientes y satisfacerlas mediante la construcción de relaciones personales en beneficio mutuo y de manera rentable.

Alianzas y redes estratégicas

Las alianzas estratégicas entre empresas son, actualmente, cada vez más frecuentes, dado que conforman una vía muy interesante para lograr una ventaja competitiva. El valor de una alianza estratégica surge de la sinergia creada entre las empresas asociadas, alcanzan mutuamente objetivos comerciales que no lograrían individualmente.

■ **COMERCIAL**

Atención y satisfacción al cliente

Conseguir la satisfacción del cliente es básico para una empresa. Taller dirigido a personas que en su trabajo tienen una relación directa con los clientes.

Negociación

La negociación puede formar parte de un proceso de venta, ayudar a resolver una reclamación con éxito, o utilizarse en la relación con los proveedores y con los colaboradores. Dirigido a coordinadores de equipos de trabajo, técnicos comerciales.

Atención telefónica

La Atención telefónica influye en cómo el cliente percibe a la empresa, y a veces determina qué imagen tienen de nosotros nuestros clientes. Dirigido a personas que trabajan en este puesto que desean claves para la mejora de la comunicación telefónica.

Técnicas de venta

Dirigido a personal comercial. Taller que entrena en los aspectos clave que intervienen en el proceso de venta.

■ HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Creatividad

Este taller va dirigido a componentes de equipos de trabajo que deseen explorar sobre el papel de la creatividad en su desempeño laboral. Mejorar los procedimientos de trabajo, solucionar problemas, nuevas herramientas de trabajo, modos de rentabilizar, reaccionar ante lo imprevisto....

Inteligencia emocional en el trabajo

Este taller pretende dar herramientas sencillas para que detectemos y regulemos una parte que interviene en todas nuestras interacciones humanas y profesionales: las emociones.

Gestión del tiempo

Este taller se dirige a personas que detectan problemas en su manera de gestionar el propio tiempo, que quieren conocer cuál es su actitud, y cómo esto influye directamente en su estilo de manejo del calendario, la agenda, el reloj, del tiempo de su trabajo y de su vida.

Manejo del estrés

En condiciones de estrés disminuye nuestra eficacia tanto en el ámbito personal como en el profesional. Conociendo el proceso del estrés y diferentes técnicas podemos ejercer un mayor control sobre estas situaciones y conseguir mayor rendimiento y satisfacción laboral.

Conciliación personal y profesional

Conciliar mis aspectos personales con mi profesión, o con mi trabajo, desde hace no mucho viene siendo el tema para el cual las instituciones están poniendo medios al alcance de la empresa, en cuanto a aspectos organizativos, legales, contractuales... Ofrecemos un enfoque humanista de este tema, que nos permitirá acercarnos al mismo de manera individualizada y práctica, y al nivel de las personas individuales que tienen que buscar día a día los recursos para re-conciliar estas dos partes de su identidad.

Nuestros Clientes



Nuestros Clientes

ARROZ DACSA. MAICERIAS ESPAÑOLAS, S.A.

FERRO SPAIN, S.A.

O.A.M. PALAU DE LA MUSICA

UNIVERSIDAD DE VALENCIA_ Servicio de Formación Permanente

CAAT_ Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Valencia

BAYER CROPSCIENCE, S.L.

EDITORIAL PLANETA, S.A.

FAURECIA. INTERIOR SYSTEMS. SALC ESPAÑA, S.A.

AIDIMA_ Asociación de Investigación y Desarrollo en la Industria del Mueble y Afines

OPENBYTES, S.L.

HOLCIM ESPAÑA, S.A.

ALTA GESTION INMOBILIARIA GRUPO EUROPEO DE INVERSIONES, S.L.

INFOSEC, S.L.

ACTUM_ Suministros Industriales Koala, S.A.

FUNDACION VALENCIA PORT

AUTOLIV BKI

RADIO TELEVISION VALENCIANA

DIPUTACION DE VALENCIA

AUTOPISTAS AUMAR, S.A.

ADECCO FORMACION

AGUAS DEL JUCAR, S.A.

AC MANAGEMENT, S.A.

TECNICARTON, S.L.

PETROLEOS DE VALENCIA, S.A.

CESI IBERIA, S.A.

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN PABLO CEU

GARME COLCHONES, S.L.

COLEGIO DE INGENIEROS DE TELECOMUNICACION

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE VALENCIA

SAGGAS – Planta de Regasificación de Sagunto SA

RNB S.L.

GAIA CENTRO DE ESTUDIOS DE ARTE Y RESTAURACION, S.L.