¡BIENVENIDOS!

PDLG
EL PODER DEL PROPÓSITO

© I Xⁿ I www.xnpartners.com

PDLG

Usted está aquí
1 ¿Qué hacen los buenos líderes?
3 ¿Por qué es tan importante compartir un propósito?
5 ¿Cómo logramos que las personas se responsabilicen por los resultados?
Habilidades de Liderazgo y Gestión
Liderazgo: Los 4 Trabajos del Líder
El Poder del Propósito
Estrategia: Diseñar la Estrategia
Gestión: Alinear la Ejecución
2 ¿Cómo logramos el compromiso y la satisfacción de las personas?
4 ¿Cómo construimos un futuro compartido?
7 ¿Cómo nos adaptamos rápidamente a los cambios y ayudamos a otros a hacerlo?
9 ¿Cómo desarrollar un equipo para lograr ALGO + GRANDE?
La transformación organizacional
Cambio: Transitar el cambio
Cultura: resultados y valores
Equipo: 6 claves para desarrollar un equipo
Actividad final
6 ¿Por qué 7 de cada 10 transformaciones no llegan a los resultados esperados?
8 ¿Qué es Cultura Organizacional? ¿Cómo se crea?
10 Actividad de cierre

OBJETIVO

HEMOS DISEÑADO ESTE **CONVERSATORIO** PARA:

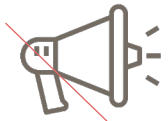
Entender **qué es el Propósito** de la organización

Comprender **el impacto del Propósito** en las personas y en los resultados de la organización

Reflexionar sobre por qué es una **herramienta de liderazgo**

REGLAS DE FUNCIONAMIENTO REMOTO

Encontramos un **lugar** en silencio para conectarnos cerca de router y enchufe



Encendemos la **cámara** y apagamos los **micrófonos** mientras el facilitador habla

Si hay algún problema durante el taller escribir al **chat**

Cambio de foco entre el facilitador y los slides y PIN

Durante los cortes no desconectarse, solamente silenciar micrófono y video

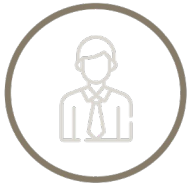
100% del tiempo **conectados**... al taller

Todos **actuamos**, ninguno es espectador

Nos ceñimos a los **tiempos**

No nos olvidamos de prender los **celulares** en los cortes.

Atendemos las instrucciones del **facilitador**



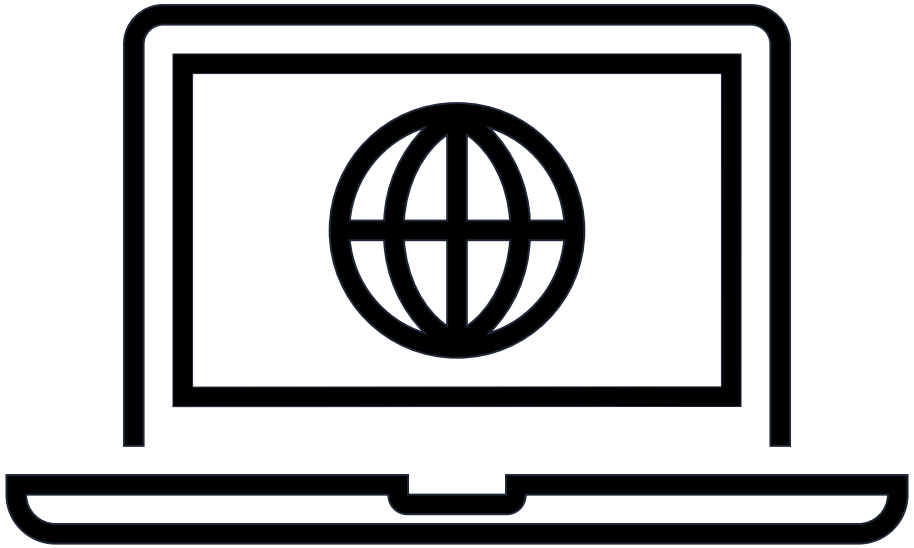
Renombrar perfil de zoom (Nombre, Empresa)

*Permiso para alguna **licencia** poética …*

MATERIALES

MATERIALES

Al término de esta instancia ud. podrá acceder a los materiales a través del link que le ha indicado nuestro equipo de logística.



CONFERENCIA: EL PODER DEL PROPÓSITO

“Juzga a un hombre por sus ***preguntas*** *más que por sus* ***respuestas****”*

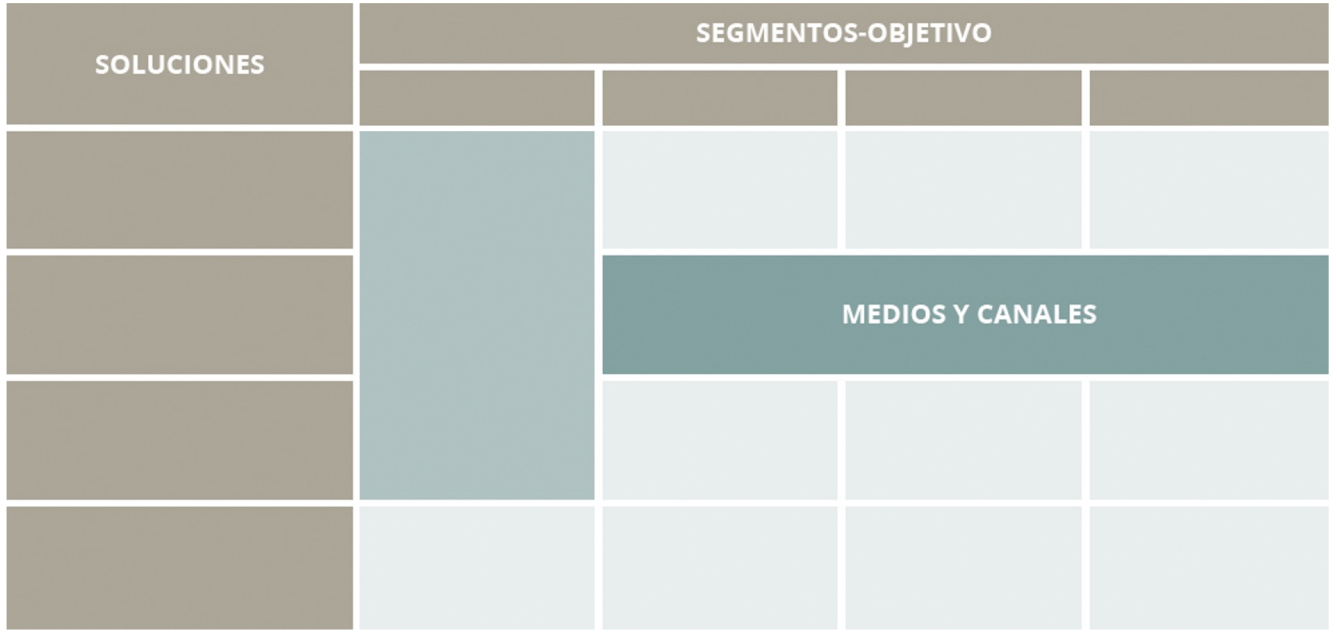
VOLTAIRE

“¿EN QUÉ ***NEGOCIO*** ESTAMOS?”

ESTRATEGIA - NEGOCIO

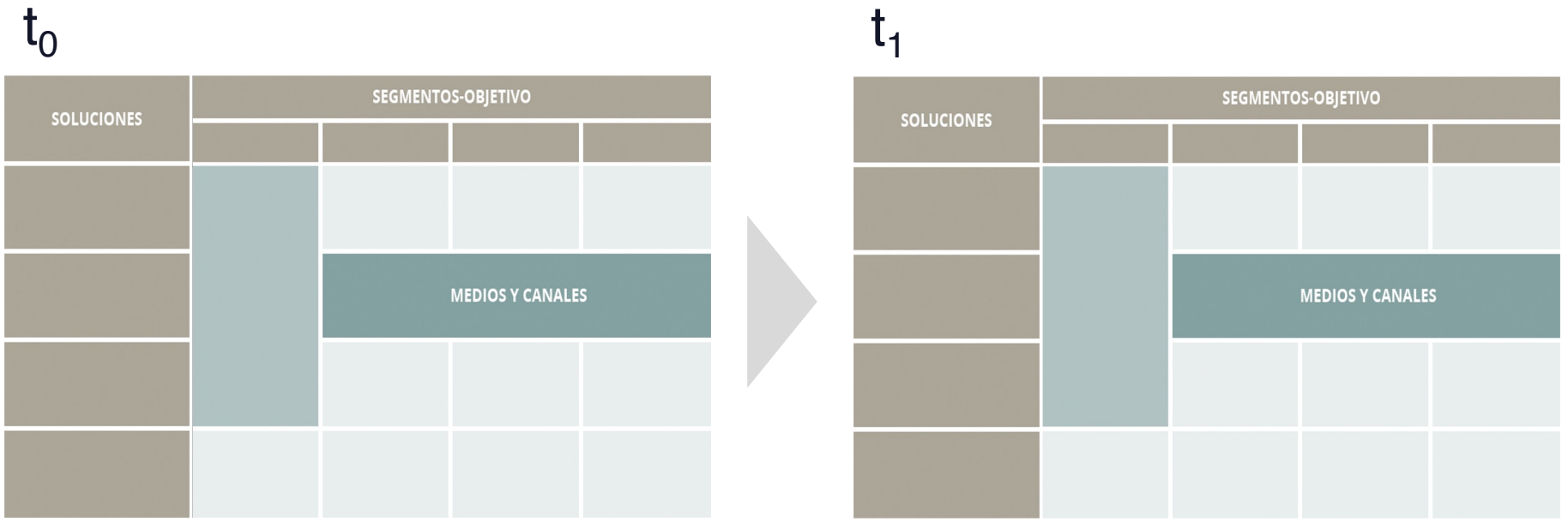
¿ Q U I É N ?

¿ Q U É ?

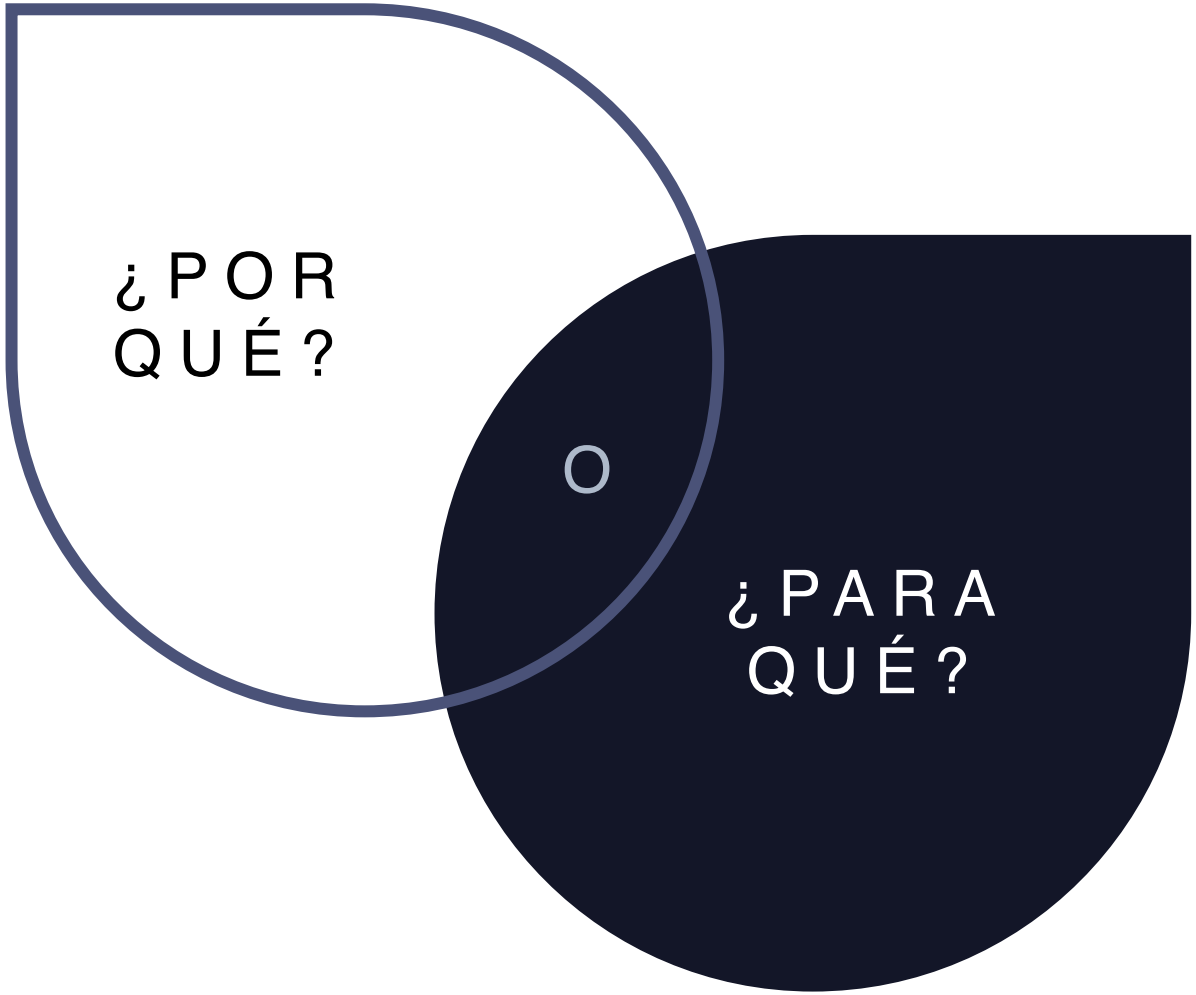


¿ C Ó M O ?

ESTRATEGIA - NEGOCIO



¿ C U Á N D O ?


¿POR QUÉ?
O
¿PARA QUÉ?

¿POR QUÉ?
¿PARA QUÉ?
¿CUÁL ES EL PROPÓSITO?

¿POR QUÉ...
...PARA QUÉ...
...ESTAMOS EN ESTE NEGOCIO?
¿CUÁL ES EL PROPÓSITO?

¿QUÉ HACEN LOS
BUENOS LÍDERES?

COMPORTAMIENTOS (X)

¿QUÉ HACEN **LOS BUENOS LÍDERES?** (X)

- Confió en mí.
- Me desafió.
- Me dio apoyo.
- Me escuchó.
- Reconoció el logro.
- Desarrolló a los miembros del equipo.
- Cumplió sus promesas.
- (...)

COMPORTAMIENTOS (X)

¿QUÉ HACEN **LOS BUENOS LÍDERES?** (X)

- Facultó a otros
- Dedicó tiempo a la gente
- Compartió la visión
- Admitió errores
- Aconsejó a otros
- Resolvió los problemas creativamente
- Enseñó
- (…)

EMOCIONES (Y)

¿CÓMO ME HIZO **SENTIR?** (Y)

- Valorado
- Motivado
- Entusiasmado
- Desafiado
- Respetado
- Satisfecho
- Orgulloso
- Inspirado
- Capaz

- Apoyado
- Comprometido
- Feliz
- (…)

LIDERAZGO

X
Y
COMPORTAMIENTOS
EMOCIONES
Satisfacción y Compromiso
Resultados *Extra*ordinarios

“Y”

SATISFACCIÓN y COMPROMISO

COMPORTAMIENTOS

EMOCIONES

RESULTADOS *EXTRA*ORDINARIOS

LIDERAZGO

"Los Líderes ***generan y dirigen*** las energías humanas"

Peter F. Drucker:

CAPITAL HUMANO

LA FÓRMULA DEL CAPITAL HUMANO

CAPITAL HUMANO

=

CAPITAL INTELECTUAL
X
CAPITAL EMOCIONAL

CH = CI x CE

CI

¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo? > Racional - COMPETENTE

CE

¿Por qué?, ¿Para qué? > Emocional - COMPROMETIDO

PROPÓSITO

EL ROL DEL LÍDER

LOGRAR
LOS RESULTADOS
DESEADOS A TRAVÉS
DEL **EQUIPO**

PRESENTE

Y

FUTURO

CREAR
UN EXCELENTE
LUGAR PARA
TRABAJAR

LOS BUENOS LÍDERES

QUÉ **DISTINGUE** A CADA UNO

QUÉ LOS **APASIONA** A TODOS POR IGUAL

LOS BUENOS LÍDERES

QUÉ **DISTINGUE** A CADA UNO

QUÉ LOS **APASIONA** A TODOS POR IGUAL

¿POR QUÉ/
PARA QUÉ...
...ESTAMOS
EN ESTE
NEGOCIO?
¿CUÁL ES EL
PROPÓSITO?

EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO

UN GRAN **DESAFÍO**

PERSONAS COMPETENTES Y COMPLEMENTARIAS

REGLAS DE FUNCIONAMIENTO

UN **PROPÓSITO** COMÚN

VALORES COMPARTIDOS

CONFIANZA

RACIONAL

EMOCIONAL

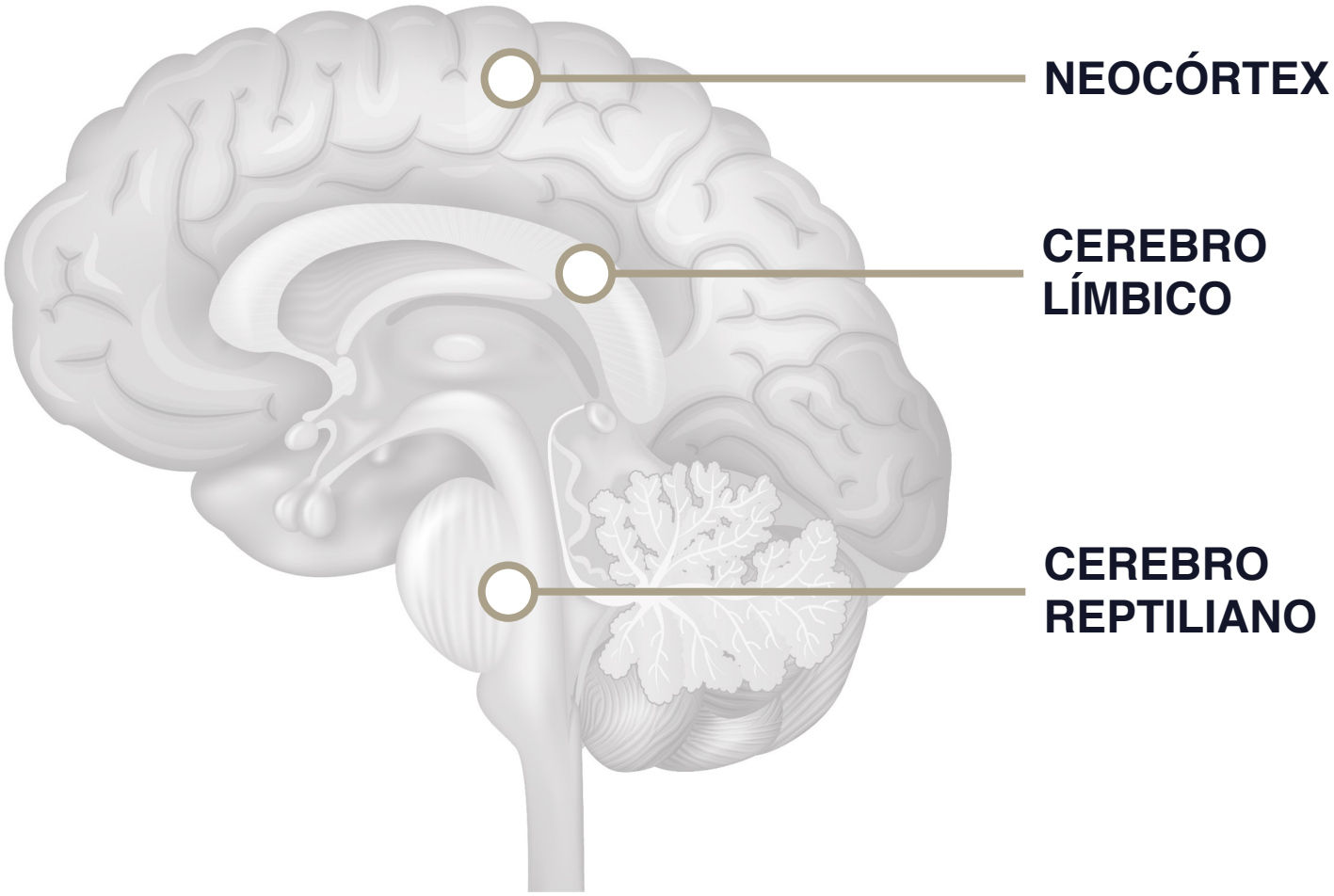
"**LAS ORGANIZACIONES** NO SON PROBLEMAS ***A RESOLVER***, SON OPORTUNIDADES A DESARROLLAR" (*)

P R O P Ó S I T O → SENTIDO DEL TRABAJO

CONEXIÓN **EMOCIONAL** - SATISFACCIÓN Y **COMPROMISO**

(*) @xnpartners

3 CEREBROS



S F

AUTOMÓVILES | CLIENTES FERRARI | EMPRESA | VEHÍCULOS DE OCASIÓN CERTIFICADOS | BUSCAR CONCESIONARIO | SERVICIOS FINANCIEROS

VALORES DE FERRARI

PERSONA Y EQUIPO | EMOTION & INTEGRITY | TRADICIÓN E INNOVACIÓN | PASSION & EXCELLENCE

PASIÓN Y EXCELENCIA

Para nosotros pasión significa trabajar "con tu corazón", al mismo tiempo que con la cabeza. Trabajar de forma inteligente, con una pasión que pone toda su atención en el detalle, haciendo las cosas con entusiasmo para alcanzar nuestros ambiciosos objetivos y garantizar la máxima satisfacción del cliente.

La búsqueda de la excelencia significa seguir la evolución del mundo con atención y con una mente abierta para enriquecer nuestras competencias.

En Apple no solo creamos productos. Creamos maravillas que han revolucionado sectores enteros. La diversidad de personas e ideas inspira la innovación que hay en todo lo que hacemos: desde nuestra increíble tecnología al excepcional compromiso que mantenemos con el medio ambiente. Únete a Apple y ayúdanos a mejorar el mundo.

¿Dónde te imaginas en Apple?

Store
Mac
iPhone
iPod
iTunes
Support
Jobs at Apple
Corporate
Retail
Students
My Profile
Search
Amaze yourself. Amaze the world.
A job at Apple is unlike any other you've had. You'll be challenged. You'll be inspired. And you'll be proud. Because whatever your job is here, you'll be part of something big.
Every detail matters.
Every piece of packaging. Every swipe of the finger. Every "How can I help you?" Everything. And it doesn't matter just some of the time. It matters all of the time. That's how we do things at Apple. The result is some of the best-loved products in the world.
Simplicity isn't simple.
Ask anyone here. It's hard work. It means forever asking, "Why is it this way?" and "How can it be better?" It means rethinking every customer

LOS LÍDERES NECESITAN ARTICULAR

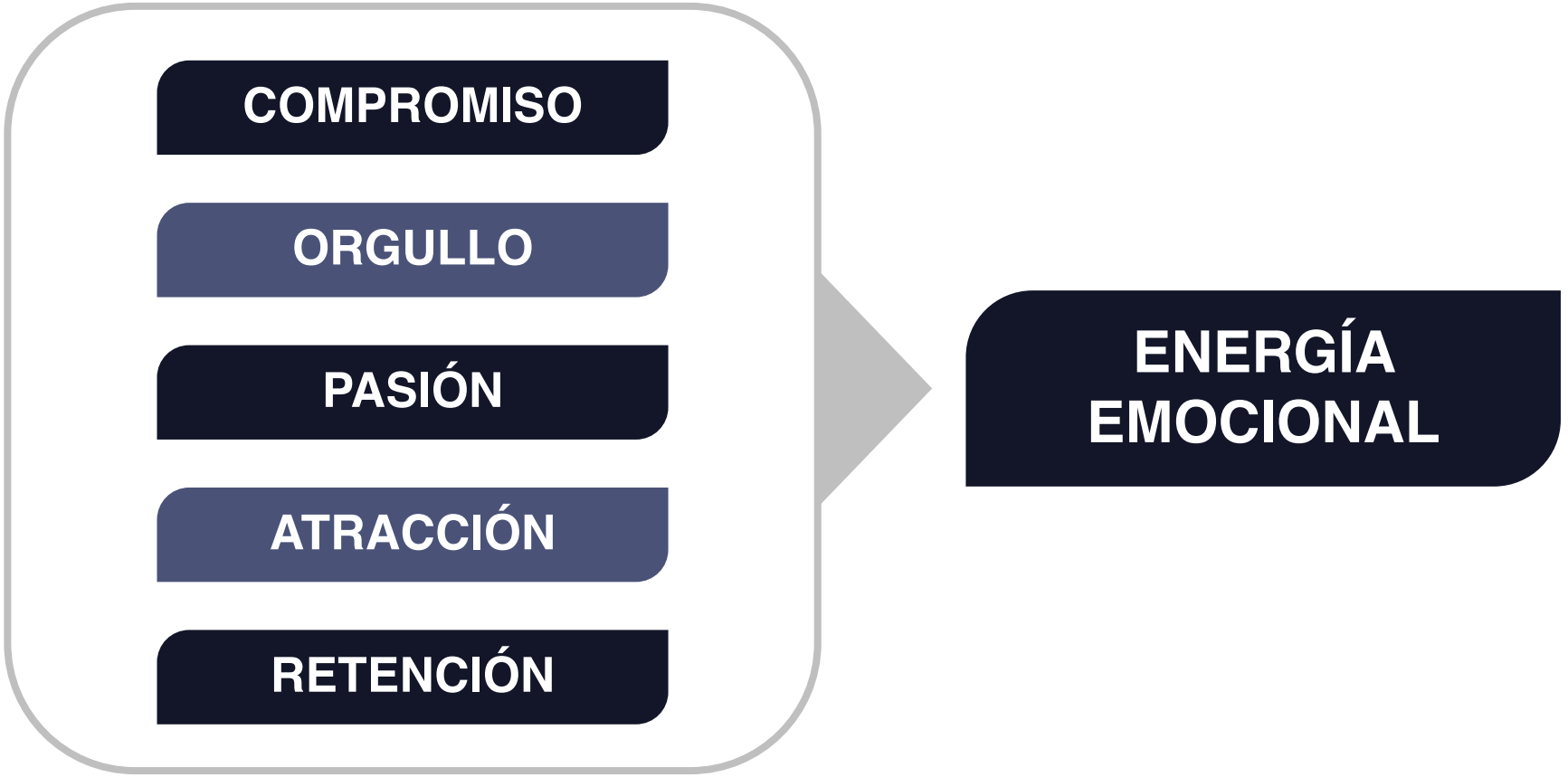
CULTURA ORGANIZACIONAL **BASADA EN…**

UN PROPÓSITO

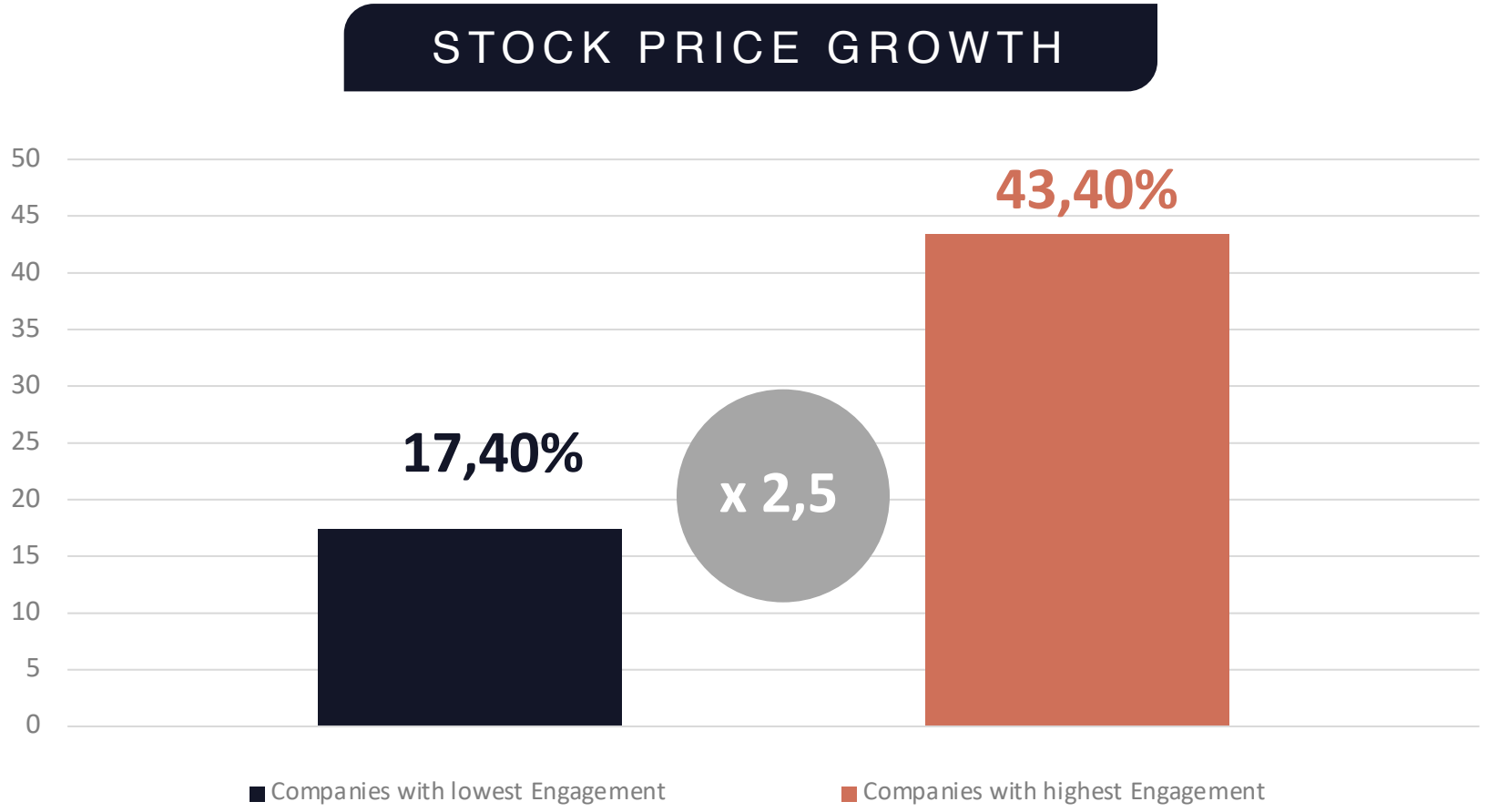
EL “POR QUÉ/PARA QUÉ” …

(… y SER **EJEMPLO**!)

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL PROPÓSITO?



COMPROMISO Y RESULTADOS



Source: Quantum Workplace

LAS **EMOCIONES** MUEVEN AL **CAPITAL**

PROPÓSITO

COMPROMISO

RESILIENCIA

“Quien tiene un **POR QUÉ**
para vivir puede soportar casi
cualquier **CÓMO**”

F. Nietzsche

¿¡CUÁL ES EL PROPÓSITO !? ...

¿¡**POR QUÉ/ PARA QUÉ** ESTAMOS EN ESTE NEGOCIO!?

¿A **QUIÉNES** IMPACTAMOS?

”Ayudamos a organizaciones a **transformarse** en su máximo potencial: **resultados y clima”**

“Ayudamos a jefes en su viaje a líderes”

“Inspiramos, desarrollamos y trabajamos codo a codo para que las personas y los equipos brillen”

“Un líder, un equipo, una organización a la vez”

ORGANIZACIONES “Y”

CLIENTES

EMPLEADOS

STAKEHOLDERS

ACCIONISTAS

COMUNIDAD

VIVIMOS EN UN MUNDO DE ORGANIZACIONES

STARBUCKS
COFFEE

STARBUCKS

¨No estamos en el negocio del café, sino en el negocio de crear una experiencia de consumo, en la que el café es una parte”

Howard Schultz

… queremos crear un “tercer lugar” entre el hogar y el trabajo donde las personas puedan disfrutar juntos la paz y el placer de la comunidad …

Howard Schultz

STARBUCKS

Conversación con Kelly
(Manager de una tienda SB):

Kelly - “Queremos proveer todo el confort de su casa y su oficina. Que se pueda sentar en una silla cómoda y linda, hable por su celular, mire por la ventana, surfee la web …. Ah, y tome café también”

"Los dos días más **importantes** de tu vida son el día en que **naces** y el día en que descubres **por qué**"

Mark Twain

ACTIVIDAD 1

REFLEXION SOBRE PROPOSITO
PARTE A, INDIVIDUAL 5 minutos

Piense:

- Preguntas “asesinas”,
- Acciones
- Conclusiones
- Ejemplos

MÁS PREGUNTAS

- ¿Si pudiera hacer **una diferencia para alguien o algo**, qué sería?
- ¿Qué **pasos** puedo dar para **empezar** a hacer esa diferencia?
- ¿Qué significa **éxito** para mi? ¿Qué es lo que me **apasiona**?
- ¿De qué manera mi **negocio** es una extensión de mi **pasión**?
- ¿Está mi **pasión** representada en **la cultura de mi organización**?

PREGUNTAS

- ¿Recordás un momento en el que te sentiste mas orgulloso de trabajar en esta organización? Qué hiciste tu con tus colegas? Qué tenían que lograr?
- ¿Cuál fue la contribución, algo que significó **una diferencia para alguien?** ¿Qué **impacto** tuvo esa contribución? Qué le permitió a **otros** hacer o ser?
- ¿Qué significa **éxito** para mi? ¿Qué es lo que me **apasiona**?
- ¿De qué manera mi **negocio/unidad** es una extensión de mi **pasión**?
- ¿Está mi **pasión** representada en **la cultura de mi organización**?

CAFÉ

ACTIVIDAD 1

REFLEXION SOBRE PROPOSITO
PARTE B, EN GRUPO 30minutos

- Compartan en el grupo las reflexiones individuales de la parte A.
- Elijan las mejores 3 para compartir en el plenario.
- Vocero: comparta las 3 elegidas en el plenario.

ACTIVIDAD 1

REFLEXION SOBRE PROPOSITO

CONCLUSIONES

HERRAMIENTA

¿POR QUÉ HACEMOS LO QUE HACEMOS?

INSTRUCCIONES

Contesta las siguientes preguntas para poder dar forma a un borrador inicial de ¿QUÉ HACEMOS?

¿CUÁLES SON NUESTROS PRODUCTOS/SERVICIOS ACTUALES Y FUTUROS?

¿EN QUÉ SECTOR DE ACTIVIDAD ESTAMOS?

¿EN QUÉ NEGOCIO ESTAMOS?

En base a las respuestas a las preguntas precedentes, elabora una versión de QUÉ HACEMOS que pueda usarse para comunicarla a cualquier persona de la organización, a cualquier persona que se incorpore a la empresa, a los clientes o potenciales clientes, proveedores, accionistas, etc.

¿QUÉ HACEMOS?

¿POR QUÉ LO HACEMOS?

Contesta las siguientes preguntas para poder dar forma a un borrador inicial de ¿POR QUÉ LO HACEMOS?

¿QUIÉNES SON LAS PERSONAS OBJETIVO DE NUESTRO NEGOCIO/TRABAJO? ¿A QUIÉNES IMPACTAMOS CON NUESTRA ACTIVIDAD?¿QUIÉNES SON NUESTOS STAKEHOLDER CLAVE?

¿CUÁL ES EL VALOR QUE LES PROVEEMOS? ¿CÓMO LOS IMPACTAMOS? ¿QUÉ NECESIDAD PODEMOS SATISFACER?

Detalla para cada interesado clave identificado, el valor que le proveemos. Puedes usar el siguiente formato:

INTERESADOS CLAVE	VALOR QUE LE PROVEEMOS ¿CÓMO LO IMPACTAMOS? ¿QUÉ NECESIDADES PODEMOS SATISFACER?

PROPÓSITO CENTRAL

En base a la definición del “QUÉ HACEMOS” y considerando el mapeo de interesados clave, indaga haciendo la pregunta: ¿por qué es tan importante lo “QUÉ HACEMOS”? Después de obtener la primera respuesta, repite la pregunta 4 veces más y haz una mejor formulación. Después de varios “por qué”, vas a estar aproximándote al propósito central de la organización.

PROPÓSITO CENTRAL (RAZÓN DE SER, SENTIDO)

CÓMO LLEGAR AL PROPÓSITO

MÉTODO:

Los 5 **por qué**

CASO: EMPRESA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. "Brindar la mejor información disponible en investigación de mercado".
    - ¿por qué es tan importante brindar la mejor información disponible en investigación de mercado?
2. "Brindar la mejor información disponible en investigación de mercado **para que** nuestros clientes comprendan mejor a sus mercados, de lo que podrían hacerlo de cualquier otra manera".
    - ¿por qué es tan importante que comprendan sus mercados?
3. "Contribuir al éxito de nuestros clientes ayudándolos a comprender a sus mercados".

EJEMPLOS...

3M no define su propósito en función de adhesivos y abrasivos, sino como ***la búsqueda perpetua de una solución innovadora para los problemas no resueltos*** —un propósito que lleva permanentemente a 3M hacia nuevos campos

El propósito de **McKinsey & Company** no es brindar servicios de consultoría en management sino **ayudar a las empresas y a los gobiernos a encontrar el éxito**: en 100 años, podría recurrir a otros métodos fuera de la consultoría.

Si **Walt Disney** hubiese concebido que su propósito como empresa era diseñar dibujos animados y no ***hacer feliz a la gente***; probablemente hoy no tendríamos al Ratón Mickey, Disneylandia, EPCOT Center.

REA GROUP - WWW.REA-GROUP.COM

REA Group

“Hacer el proceso de adquisición de propiedades simple, eficiente y sin stress para quienes compren y venden una propiedad” Todo lo que hacemos es dirigido por nuestro propósito: ***“cambiar la manera como el mundo experimenta la propiedad , desde la innovación de los productos hasta nuestras inversiones internacionales”***

ING - WWW.ING.COM

Creemos que todo progreso sostenible está impulsado por gente con la imaginación y la determinación para mejorar su futuro y el futuro de quienes los rodean. Empoderamos gente y organizaciones para que puedan realizar su propia visión de un futuro mejor – ya sea modesto o grandioso. Por lo tanto nuestro propósito es: ***Empoderar gente para mantenerse un paso adelante en la vida y en los negocios.***

KELLOGG - WWW.KELLOGGCOMPANY.COM

“Nutrimos familias para que puedan florecer y desarrollarse”

Somos una compañía de promesas y posibilidades. Cada día representa una fresca oportunidad para compartir nuestra Visión, vivir nuestro Propósito.

Estando conscientes y comprometidos con estos ideales, mantenemos la dedicación de nuestro fundador a la gente y a su bienestar.

MÁS EJEMPLOS

FINANZAS	*... ayudamos y facilitamos el cumplimiento de los objetivos financieros de cientos de miles de personas en Latinoamérica …*
SALUD	*... acompañar a las personas durante toda su vida para protegerlos y cuidarlos …*
COMUNICACIONES	*... facilitar la conectividad para liberar tiempo y mejorar la vida de las personas y la calidad de las organizaciones …*
TELEMEDICINA	*... proveer acceso universal a todos los recursos médicos disponibles para mejorar la salud en el mundo …*

Cuando las personas que trabajan para buenas organizaciones hablan de sus logros, dicen muy poco con respecto a las utilidades por acción:

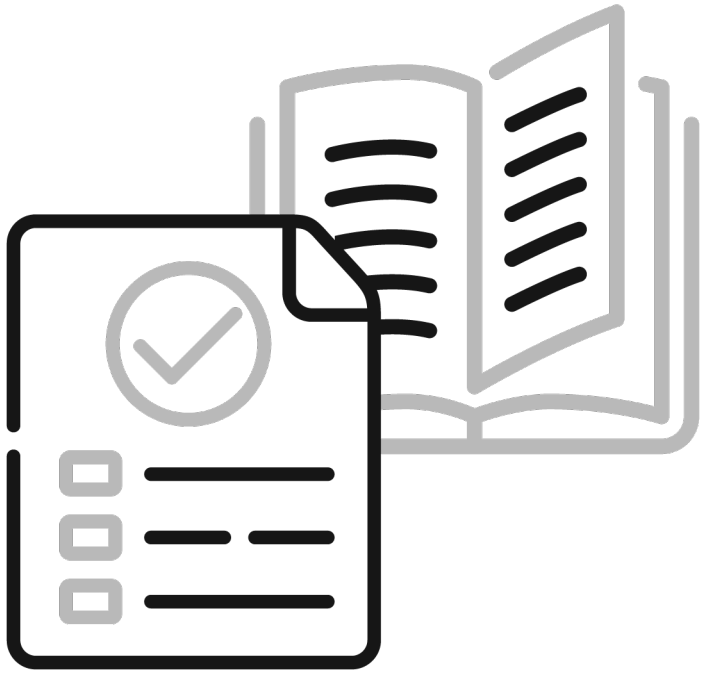
NORDSTROM

La gente de **Nordstrom**, habla de su heroico servicio al cliente.

Cuando una de las ingenieras de la **Boeing** habla del lanzamiento de un nuevo y revolucionario avión, no dice: *"Puse mi corazón y mi alma en este proyecto porque va a aumentar en 37 centavos nuestras utilidades por acción".*

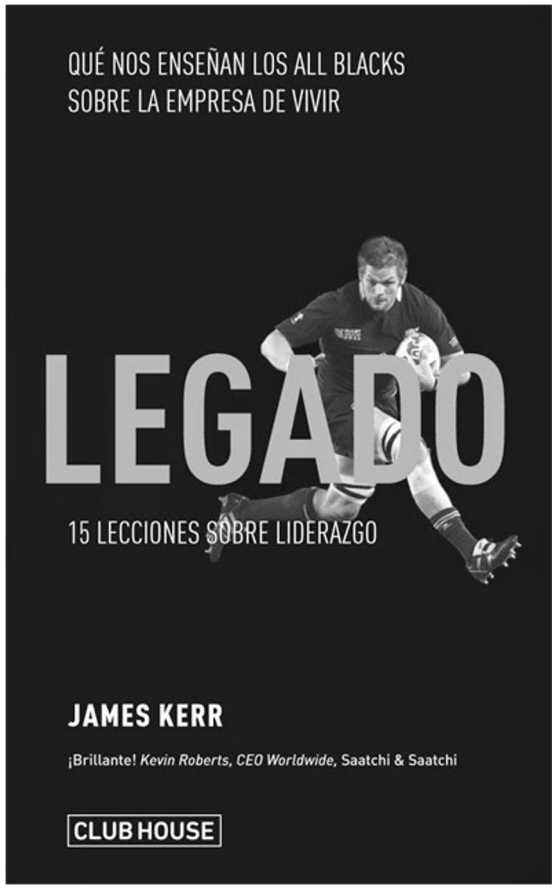
EMPRESA URUGUAYA

SOMOS el equipo de conducción de X, comprometidos y con capacidades complementarias, responsables de lo que se hace y lo que no se hace.
QUE lideramos un equipo de personas con una cultura de innovación, ética profesional y excelencia que, a través de un modelo único e innovador, gestionan una red de distribución que ayuda y facilita el cumplimiento de los objetivos financieros de cientos de miles de personas en Latinoamérica
DE MANERA QUE X continúe manteniéndose en la vanguardia de la industria, se logren los resultados y se fortalezca el relacionamiento con todos los stakeholders.



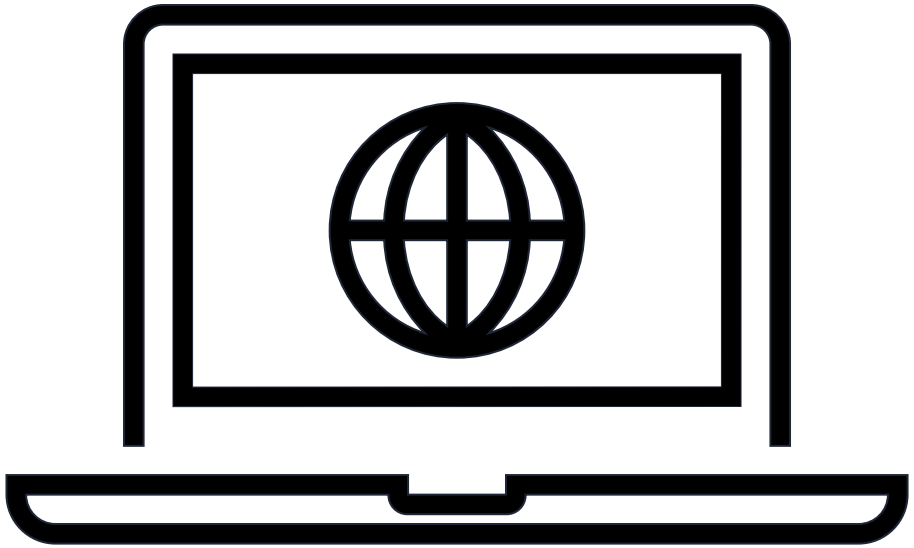
DEBERES:

VIKTOR FRANKL
EL HOMBRE EN BUSCA DE SENTIDO
Audiolibro
5 CD
Herder

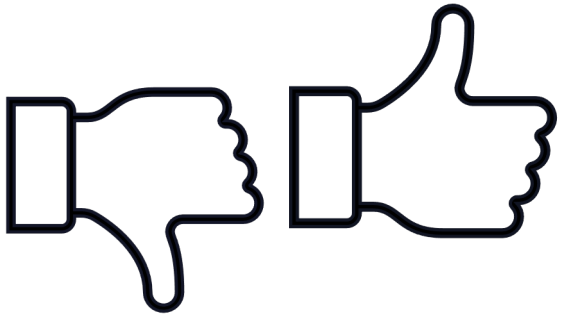

QUÉ NOS ENSEÑAN LOS ALL BLACKS
SOBRE LA EMPRESA DE VIVIR
LEGADO
15 LECCIONES SOBRE LIDERAZGO
JAMES KERR
¡Brillante! Kevin Roberts, CEO Worldwide, Saatchi & Saatchi
CLUB HOUSE

MATERIALES

Al término de esta instancia ud. podrá acceder a los materiales a través del link que le ha indicado nuestro equipo de logística.



EVALUACIÓN



bit.ly/epp2909

CONTACTO

Xn partners

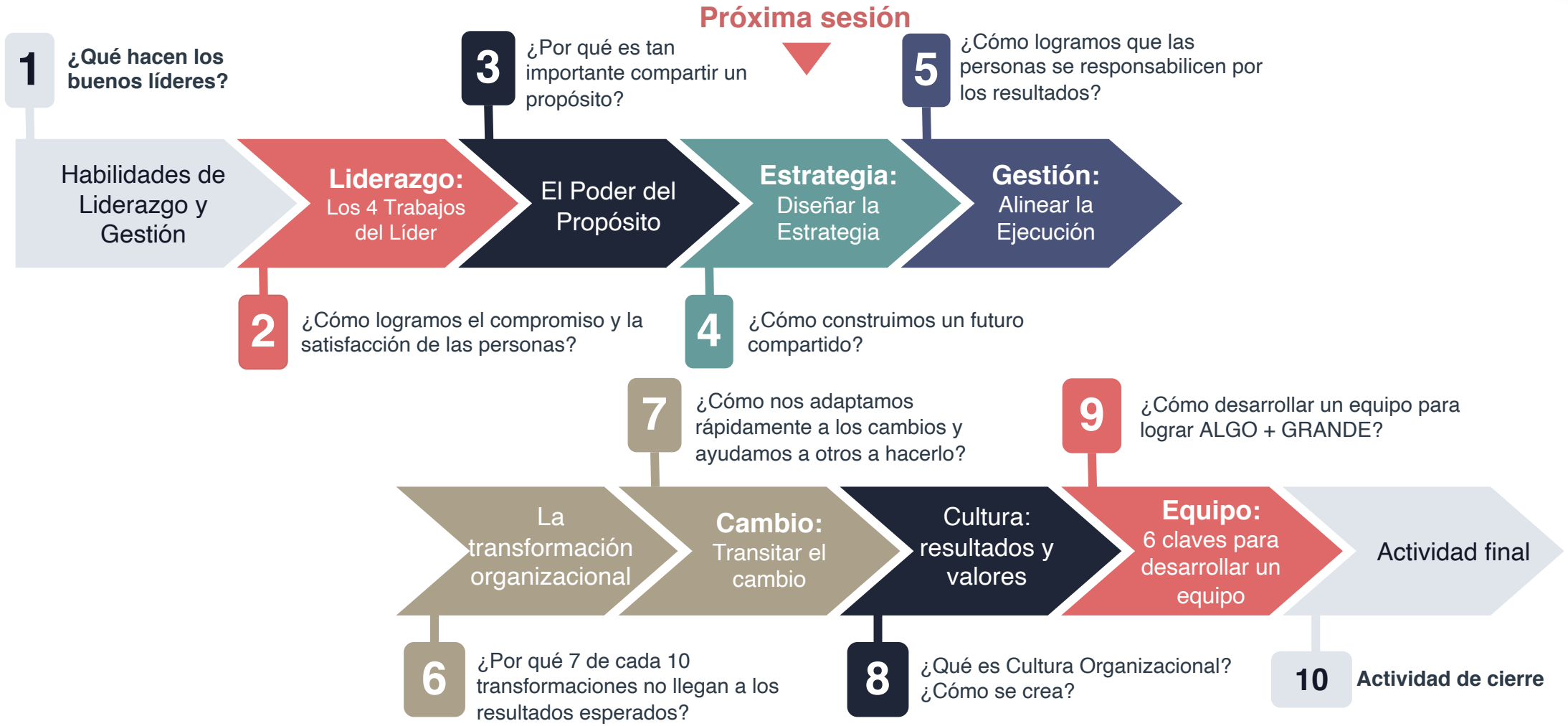
Rambla República de México 5795
esq. San Marino
Montevideo, Uruguay

CP 11400 +598 2601 9006 +598 2604 3250

PDLG

1
¿Qué hacen los buenos líderes?
Habilidades de Liderazgo y Gestión
Liderazgo: Los 4 Trabajos del Líder
2
¿Cómo logramos el compromiso y la satisfacción de las personas?
3
¿Por qué es tan importante compartir un propósito?
El Poder del Propósito
Próxima sesión
Estrategia: Diseñar la Estrategia
4
¿Cómo construimos un futuro compartido?
5
¿Cómo logramos que las personas se responsabilicen por los resultados?
Gestión: Alinear la Ejecución
7
¿Cómo nos adaptamos rápidamente a los cambios y ayudamos a otros a hacerlo?
La transformación organizacional
Cambio: Transitar el cambio
Cultura: resultados y valores
9
¿Cómo desarrollar un equipo para lograr ALGO + GRANDE?
Equipo: 6 claves para desarrollar un equipo
Actividad final
6
¿Por qué 7 de cada 10 transformaciones no llegan a los resultados esperados?
8
¿Qué es Cultura Organizacional? ¿Cómo se crea?
10
Actividad de cierre

PDLG


Próxima sesión
1 ¿Qué hacen los buenos líderes?
Habilidades de Liderazgo y Gestión
2 ¿Cómo logramos el compromiso y la satisfacción de las personas?
Liderazgo: Los 4 Trabajos del Líder
3 ¿Por qué es tan importante compartir un propósito?
El Poder del Propósito
4 ¿Cómo construimos un futuro compartido?
Estrategia: Diseñar la Estrategia
5 ¿Cómo logramos que las personas se responsabilicen por los resultados?
Gestión: Alinear la Ejecución
6 ¿Por qué 7 de cada 10 transformaciones no llegan a los resultados esperados?
La transformación organizacional
7 ¿Cómo nos adaptamos rápidamente a los cambios y ayudamos a otros a hacerlo?
Cambio: Transitar el cambio
8 ¿Qué es Cultura Organizacional? ¿Cómo se crea?
Cultura: resultados y valores
9 ¿Cómo desarrollar un equipo para lograr ALGO + GRANDE?
Equipo: 6 claves para desarrollar un equipo
10 Actividad de cierre
Actividad final

x
n