

# Las bases del Liderazgo: visión, propósito y gestión por objetivos

De:

 Planeta Formación y Universidades





LinkedIn



- **Albert Valero.** Socio Fundador de **Success Mind**
- 29 años de experiencia como consultor para el cambio, liderazgo, estrategia y comunicación. Ha trabajado con más de 6.000 directivos de 150 empresas nacionales y multinacionales
- Coach acreditado por ICF con más de 3.000 sesiones de coaching
- Scrum Master y experto en Agile Leadership y Kanban
- Experto en aprendizaje experiencial, proyectos de **trans-forma-acción**,

**Modelo  
Valor  
Total**

Cocreador del  
**Modelo de Valor Total**



Coautor de  
**"Total Value Management.  
Una guía para transformar tu empresa"**

## Descripción

Una de las funciones principales del liderazgo es ser capaces de crear una visión genuina, ilusionante y que proporcione sentido a todos.

En esta sesión trabajaremos en el cómo crear una visión mas poderosa y movilizadora.

Muchísimas decisiones y estrategias dependen de nuestra capacidad para liderar con visión. En un contexto tan rápido y dinámico, es muy fácil perder el foco. Hoy mas que nunca necesitamos estas capacidades.

No solo para conseguir resultados excelentes, sino también para trascender el ámbito económico y productivo que el planeta está pidiendo.





## Índice

1. ¿Qué es visión y qué no lo es?
2. El propósito, la razón de existir de una empresa
3. ¿Cómo se construye una visión organizativa?
4. Visiones departamentales: competitividad versus integración
  - a. Consecuencias del enfoque competitivo interdepartamentos
  - b. ¿Cómo podemos integrar las visiones departamentales bajo un mismo paraguas?
  - c. La comunicación del manager desde el modelo de los 5 faros

# Introducción



# Plan KISS



**Keep**

.....



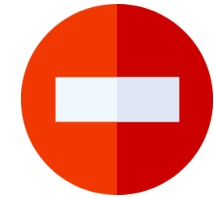
**Improve**

.....



**Start**

.....



**Stop**

.....

# valor



$$\mathbf{Valor\ Total} = \left( \mathbf{Valor\ Económico} + \mathbf{Valor\ Relacional} \right) \times \mathbf{Capacidad\ Adaptación}$$

↑  
*confianza + relaciones*



# Los 4 tipos de Organizaciones



¿Qué es *visión* y qué no lo es?

---

## Aclaremos el concepto

VISIÓN es...

la realidad futura en la que me gustaría estar; en ella veo los empleados, los clientes, los productos y el entorno en el que actuaré

VISIÓN no es...

- lo que hago (misión)
- cómo lo haré (estrategia)
- cómo lo hago (táctica)



## La visión sirve para...

- orientar mi esfuerzo
- estimular mi ambición
- mover a las personas
- dar sentido a lo que hacemos
- crear una imagen de marca impactante
- ...



## los 4 componentes de la visión

✓ lo que queda de la Empresa cuando quitamos todo lo superfluo; son **intangibles**

esencia

qué valores tenemos

qué y cómo queremos ser

atributos

✓ las palabras que nos definen como compañía de forma **tangible** y que conectan con nuestra identidad

para qué lo hacemos

propósito

✓ la razón permanente de existir para una empresa: el para qué hace lo que hace

hacia dónde vamos

visualización

✓ la imagen de nuestro futuro

**visión**

# El propósito, la razón de existir de una empresa

---

**“Una marca  
inspirada piensa,  
actúa y se  
comunica desde  
adentro hacia  
afuera.”**

**Simon Sinek**



**TEDx**

## **Simon Sinek: Cómo los grandes líderes inspiran la acción**



[https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)





**PURPOSE**

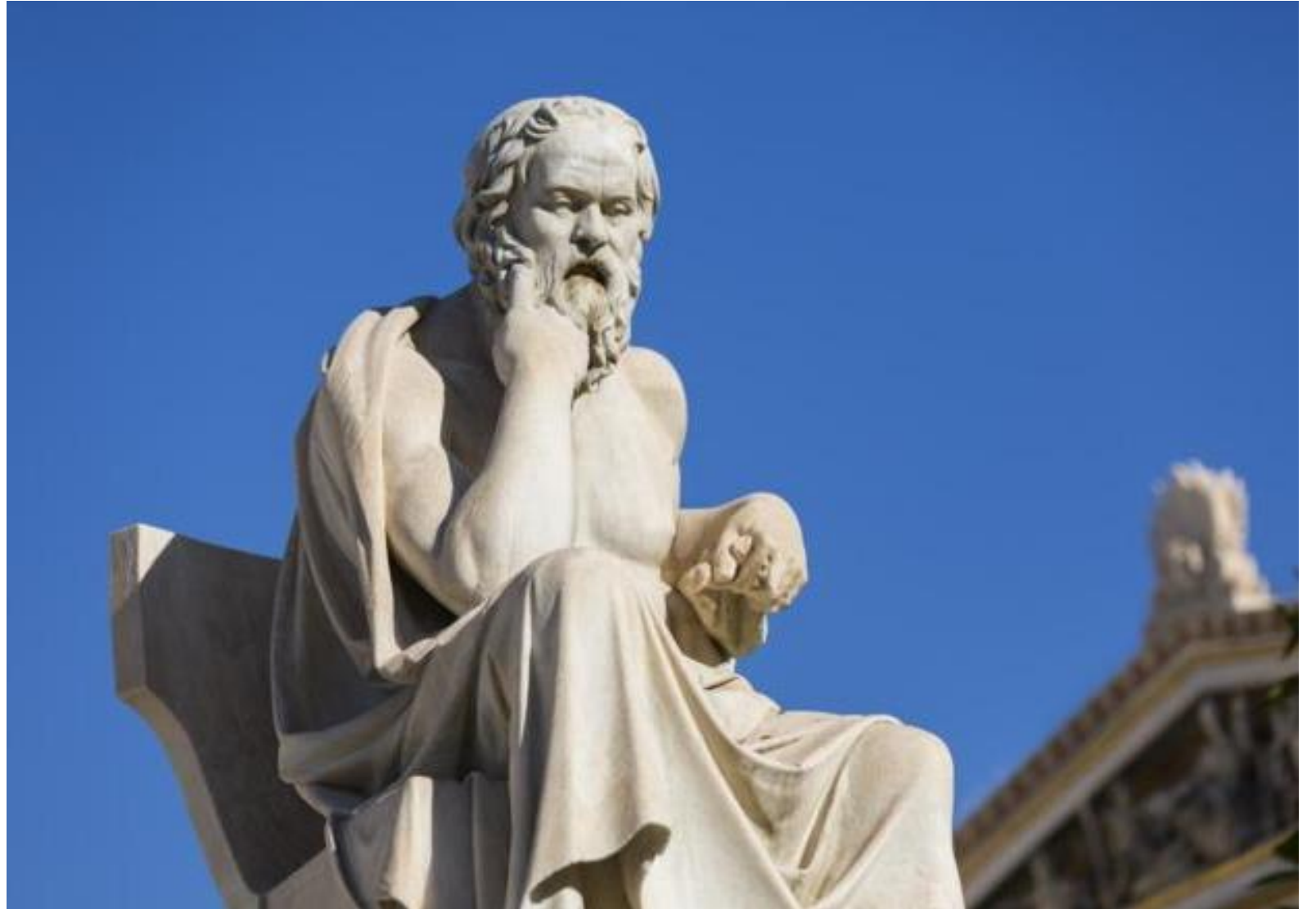
## Propósito...

es...

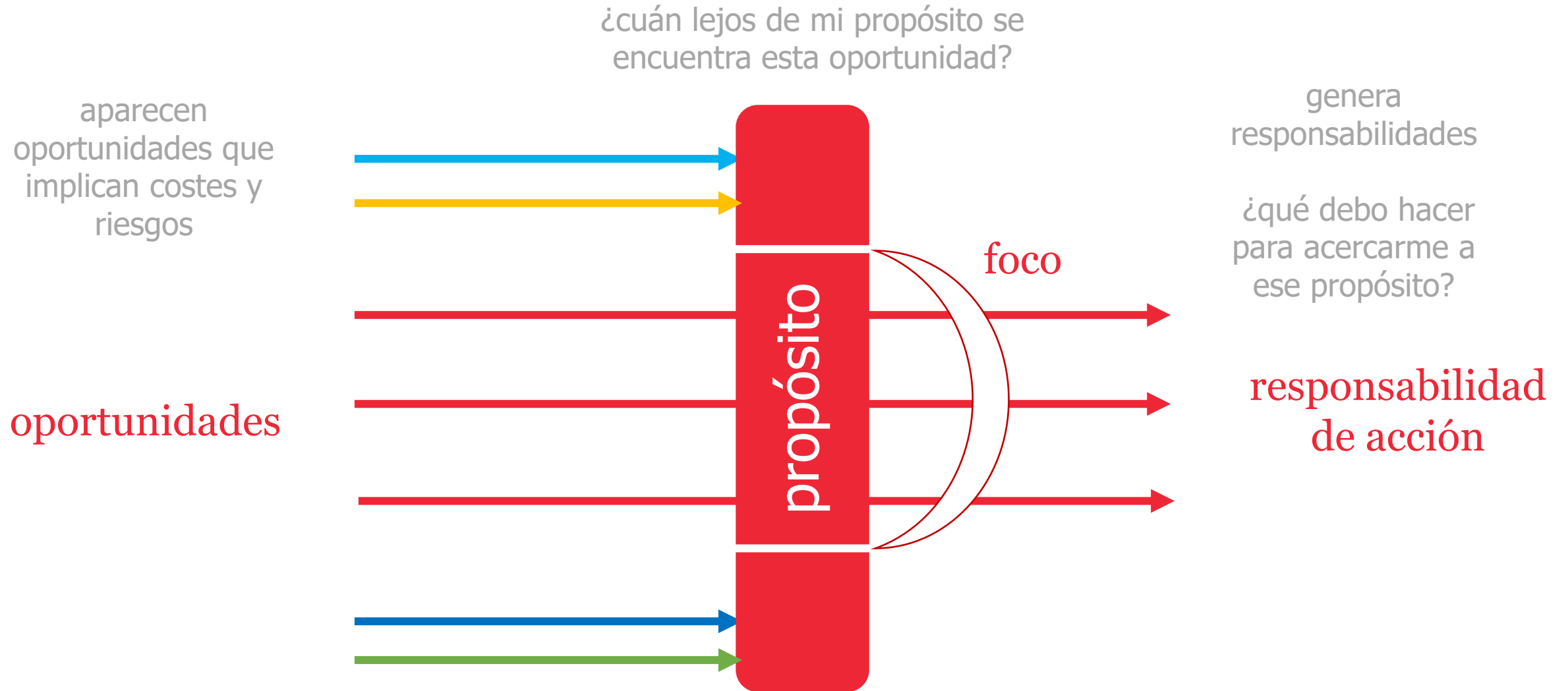
la razón de existir de la  
empresa

sirve para...

decidir si tus decisiones como  
Organización aportan valor y  
cuánto valor generan

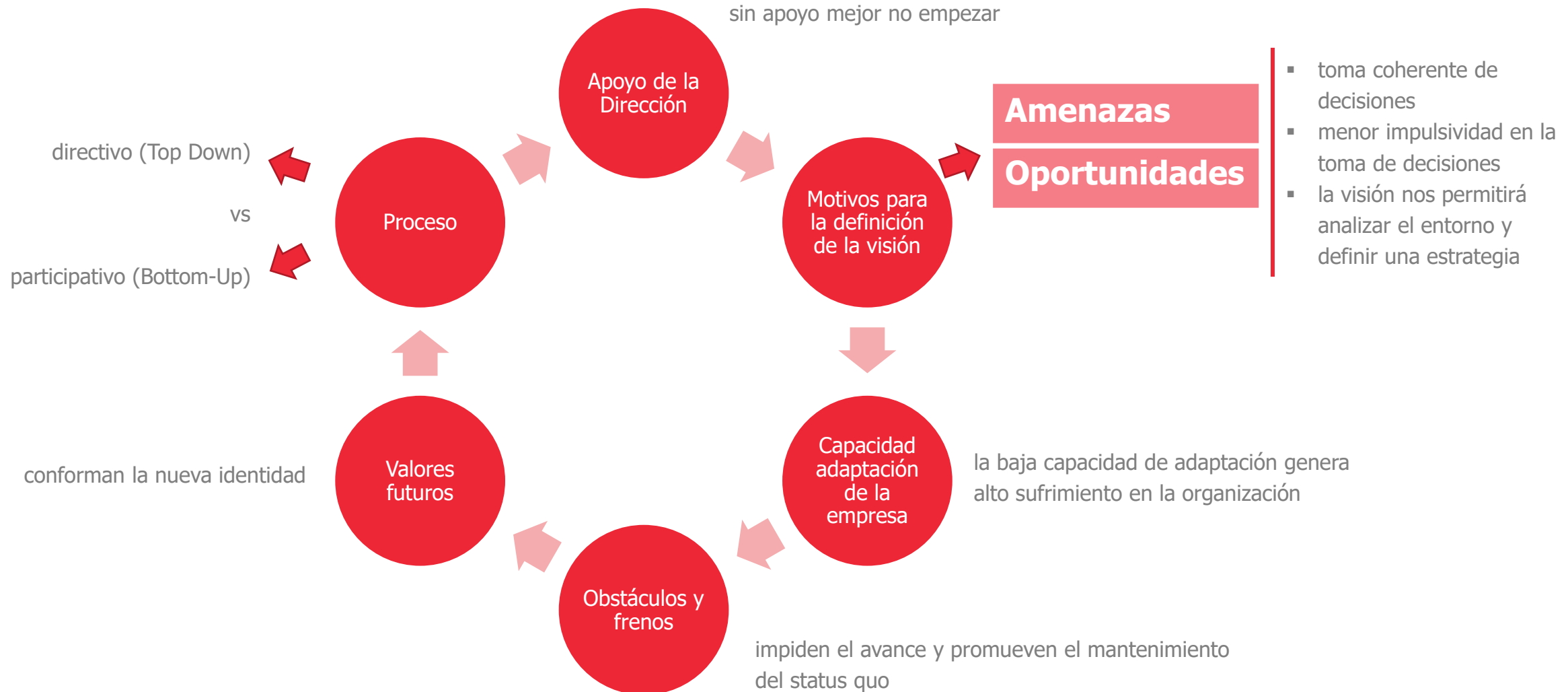


# El propósito filtra oportunidades



# ¿Cómo se construye una visión organizativa? fases y actores

# ¿Qué debo tener en cuenta cuando quiero definir la visión de mi empresa?



Valores Ético-Sociales	Valores Emocionales-de Desarrollo	Valores Económico-Pragmáticos
<p>amistad  apoyo  armonía  cooperación  equidad  generosidad  honor  igualdad  integridad  justicia  lealtad  mantener las tradiciones  perdón  relaciones familiares  respeto  respeto al medio ambiente  transparencia</p>	<p>alegría-felicidad  autocontrol  autoestima  calma-tranquilidad  cariño  compasión  creatividad  diversión  empatía  iniciativa  innovación  libertad  mente abierta  optimismo  paciencia  privacidad  salud-bienestar</p>	<p>austeridad  comunicación  contribución  determinación  éxito profesional  flexibilidad  influencia  liderazgo  organización-orden  perseverancia  planificación  pragmatismo  puntualidad  seguridad  simplificar  tener dinero  trabajo / ser trabajador</p>

# Valores

## Valores Ético-Sociales

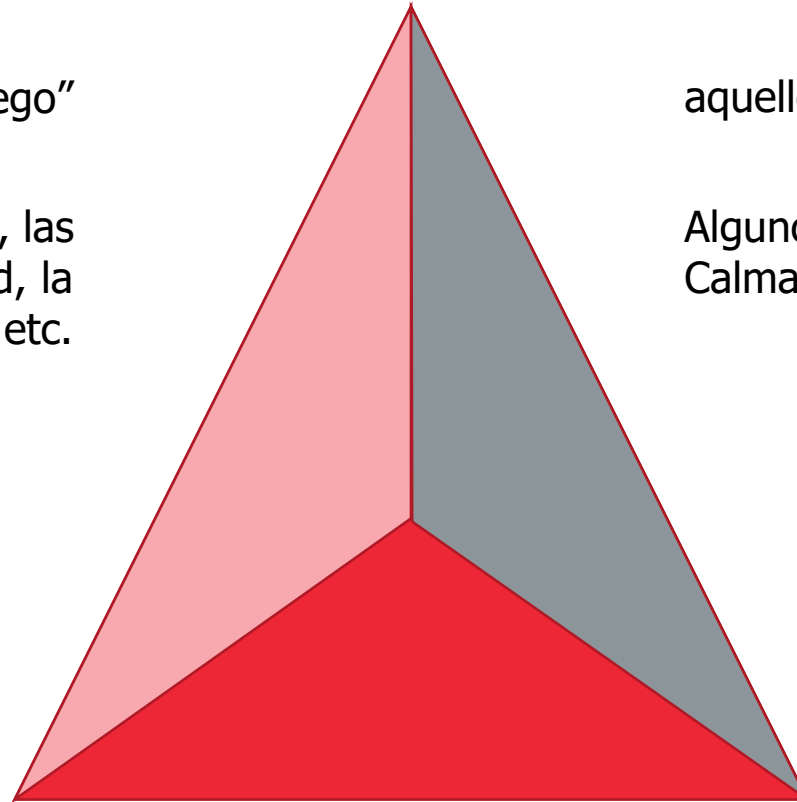
“reglas del juego”

Algunos ejemplos: la integridad, las relaciones familiares, la honestidad, la transparencia, la amistad, etc.

## Valores Emocionales-de Desarrollo

aquello que suele ocurrir en nuestro interior

Algunos ejemplos: Alegría, Salud-Bienestar, Calma, Autocontrol, Paciencia, etc.



## Valores Económico-Pragmáticos

“poner los pies en el suelo”

Algunos ejemplos: planificación, tener dinero, organización, perseverancia, determinación, etc.

## Proceso

1. Cuáles son mis **valores** + cuál es mi **propósito**
2. Elabora el primer **borrador** (mayor o menor participación)
3. Prueba de valor
  - a. **alineación** con valores y propósito
  - b. **pruebas** tangibles para demostrarla
4. Elabora la **versión final**
5. Crea el **Plan de Comunicación**
6. **Comunica** oficialmente la nueva visión
7. Minimiza el "**gap ejecutivo**" → Chequea más adelante la coherencia entre "visión declarada" y "comportamientos visibles"

# Visiones departamentales: competitividad versus integración

## Consecuencias del enfoque competitivo interdepartamentos

### **Dimensión HARD**

pérdida de competitividad  
desconexión con las necesidades del entorno  
aumento del gasto  
retrasos entrega  
encarecimiento en precio

.....

### **Dimensión soft**

conflictos  
desconfianza  
ocultación de información  
falta de compromiso  
evitar responsabilidad

...

## ¿Cómo podemos integrar las visiones departamentales bajo un mismo paraguas?



## ¿Cómo podemos integrar las visiones departamentales bajo un mismo paraguas?

### **ALINEACIÓN**

propósitos en cascada  
integración de objetivos  
OKRs

### **COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO**

story telling  
liderazgo colaborativo  
puentes de comunicación lateral

### **ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN CLAVE**

board vision  
cuadro de mando

### **ACCOUNTABILITY y AGILITY**

quién hace qué  
revisión de resultados (no sólo de tareas)  
foco en creación de valor  
agilidad en la toma de decisiones

# La comunicación del manager desde el modelo de los 5 faros



# Los 5 faros

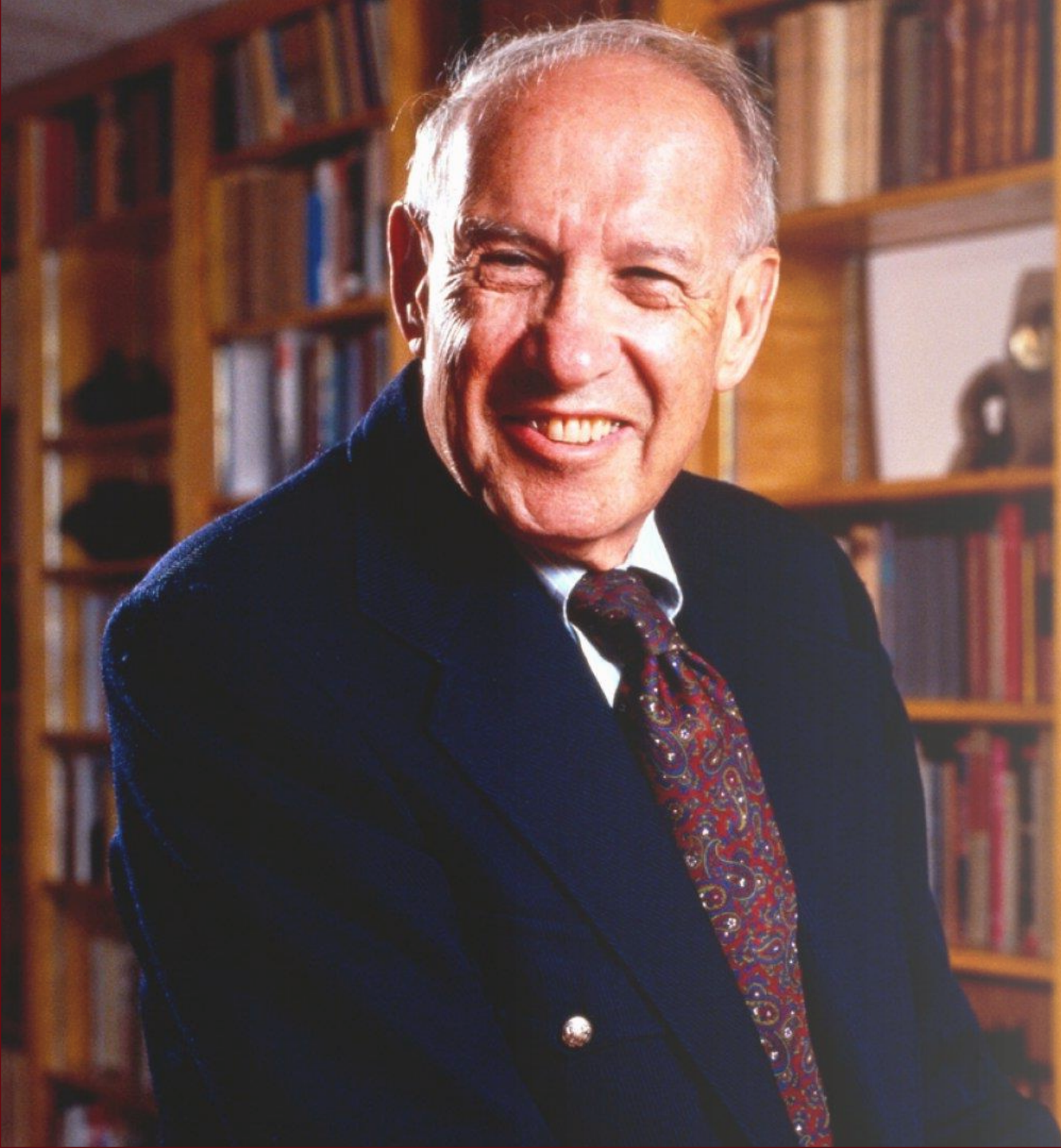
- **Un único mensaje...**
- **contado de forma memorable...**
- **con un lenguaje que conecte...**
- **teniendo en cuenta que el mensaje que vale es el que capta la gente...**
- **invitando en vez de intentar convencer.**

# Los 5 faros

- **Un único mensaje...**
  - ✓ 1 única idea, 1 idea concreta, 1 idea valiosa
- **contado de forma memorable...**
  - ✓ historias, relatos, metáforas, imágenes
- **con un lenguaje que conecte...**
  - ✓ ritmo, palabras, duración, tono, volumen, comprensible
- **teniendo en cuenta que el mensaje que vale es el que capta la gente...**
  - ✓ ¿te entienden? ¿cuánto entienden? ¿estoy preparado para hablar?
- **invitando en vez de intentar convencer.**
  - ✓ muéstrate convencido, contagia entusiasmo y invítales a acercarse a ti

# Conclusiones





**"La cultura se come  
la estrategia en el  
desayuno."**

**Peter Drucker**

Consultor y profesor de negocios, Autor  
de más de 35 libros sobre cómo deben  
ser las corporaciones modernas  
(1909-2005)

Gracias y hasta  
la próxima sesión!!!

De:

 Planeta Formación y Universidades