



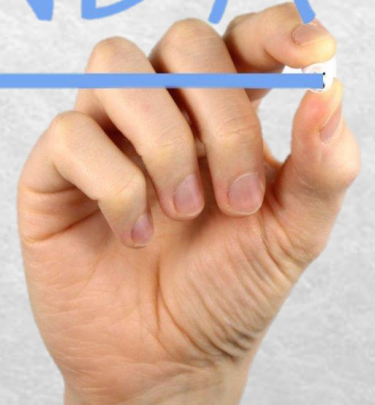
Llegar al Compromiso Energético

W. Vernon Murray CPA DBA PhD

Esto es lo que Cubriremos

1. Introducción: Breve biografía.
2. La Premisa.
3. Los 2 Marcos.
4. Marco 1: Educar, Motivar y Facilitar.
5. Marco 2: Liderar el Compromiso con el Proceso de Planificación Estratégica.
6. Conectar los Marcos para Maximizar el Compromiso.
7. Claves para Impulsar el Compromiso con el Proceso de Planificación Estratégica.

AGENDA



- Ph.D. – Políticas Públicas, Liderazgo y Administración – Universidad de Walden DBA – Estrategia Organizacional – Universidad de Walden.
- CPA – Contador Público Certificado - 1990.
- Certificación – Compromiso de los Empleados – Universidad de Cornell.
- Certificación - Desarrollo de Estrategias - Universidad de Harvard.
- Director General @ Formadores de Liderazgo en Planificación Estratégica, LLC.
- Director General @ Analista de Negocios Estratégicos, LLC.
- Ancianos y Líderes de la Iglesia Local, Mayores de 20 Años.
- Profesor Adjunto – Admin. Organizacional y Liderazgo – Morris Brown College.
Profesor Adjunto – Liderazgo Estratégico – Universidad Del Caribe Sur.
- Autor de 14 Libros Sobre Liderazgo, Estrategia, Crecimiento y Desarrollo Personal.
- Autor de más de 100 Programas de Capacitación en Liderazgo, Guías de Práctica Profesional.
- Asesor de Liderazgo y Estrategia para más de 6000 Propietarios de Negocios y Líderes desde 1990

Contáctame para Capacitación en Liderazgo, Compromisos de Oratoria –
EMAIL: Drmurray@LeadershipSolutions.Training



Walter V. Murray



**Llegar a un Compromiso Energético
Entusiasta es Esencial para ti si eres un**

Director Departamental

- *Escuela Sabática*
- *Ministerios Personales*
- *Servicios Comunitarios*
- *Jóvenes*
- *Vida Familiar*
- *Etc. incitante etc. !!!!*

Administrador de la Conferencia

- *Presidente*
- *Secretario*
- *Tesorero*
- *Etc. incitante*





- Aquí está mi Objetivo -

Darle 2 factores/marcos motivacionales que lo ayudarán a energizar a su equipo/seguidores para que se conviertan en defensores y contribuyentes apasionados y comprometidos con sus iniciativas.

Premisa

También se encuentra en: Sinónimos. Búsquedas relacionadas
premisa: argumento, silogismo

Premisa (Del lat. *praemissa*, enviada por delante.)
1. s. f. **LÓGICA** Proposición que, junto a otra del mismo nombre, f
infiere y saca la conclusión.

Aquí está Nuestra Premisa

Es más probable que las personas estén y se mantengan motivadas y enérgicamente comprometidas cuando el líder puede crear, articular y liderar la implementación de un plan claro desarrollado orgánicamente que sea inspirador, aspiracional y operativo.

Premisa

También se encuentra en: Sinónimos. Búsquedas relacionadas:
premisa: argumento, silogismo

Premisa (Del lat. *praemissa*, enviada por delante.)
1. s. f. **LÓGICA** Proposición que, junto a otra del mismo nombre, f
infiere y saca la conclusión.

Harvard Business Review, 10/5/2018, Morgan Galbraith – Gestión del Cambio

Los estudios muestran que muchos empleados no entienden por qué están ocurriendo estos cambios/iniciativas. Esto puede ser perjudicial para cualquier empresa que intente implementar cambios/iniciativas.

Cuando los empleados no entienden por qué están ocurriendo cambios (**o se están lanzando iniciativas**), puede ser una barrera para impulsar la propiedad y el compromiso, e incluso resultar en resistencia o retroceso.

¿Cómo lo hizo Josué? ??!!!

Sus Seguidores tenían un Alto Nivel de Compromiso Motivacional

Ellos le respondieron a Josué:

—Nosotros obedeceremos todo lo que nos has mandado, e iremos adondequiera que nos envíes.

Josué 1:16





Seguidores Energéticamente Comprometidos y Motivados

**Compromiso
de los
Seguidores**



Liderar el compromiso
con un

**Marco de
Planificación
Estratégica**

El Primer Marco - Compromiso de los Seguidores



COMPROMISO

1. ¿Qué es el compromiso?
2. Tres maneras de comprometerse
 1. Educar
 2. Motivar
 3. Facilitar y hacer un seguimiento
3. ¿Cómo es un seguidor comprometido? El modelo de Kellerman

El Primer Marco - Compromiso de los Seguidores

COMPROMISO - ¿Qué es el compromiso?

1. El compromiso de los empleados / miembros del equipo es el compromiso emocional que el empleado tiene con la organización y sus objetivos. Kevin Kruse, Employee Engagement 2.0, 2012
2. **NO ES LA FELICIDAD O LA SATISFACCIÓN**
3. Mateo 22:37 "con todo tu CORAZÓN, ALMA Y MENTE"
4. Grandes Seguidores - Modelo Kellerman

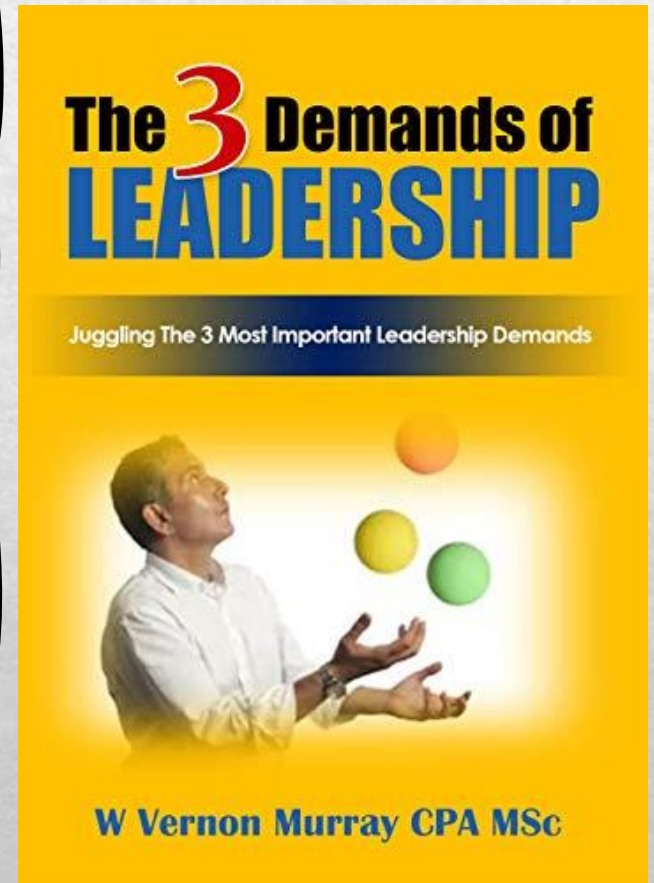
El Primer Marco - Compromiso de los Seguidores

Tres claves para atraer efectivamente a los seguidores:

1. Educar
2. Motivar
3. Facilitar y Hacer un Seguimiento

$$E^2 + M^2 + F^2$$

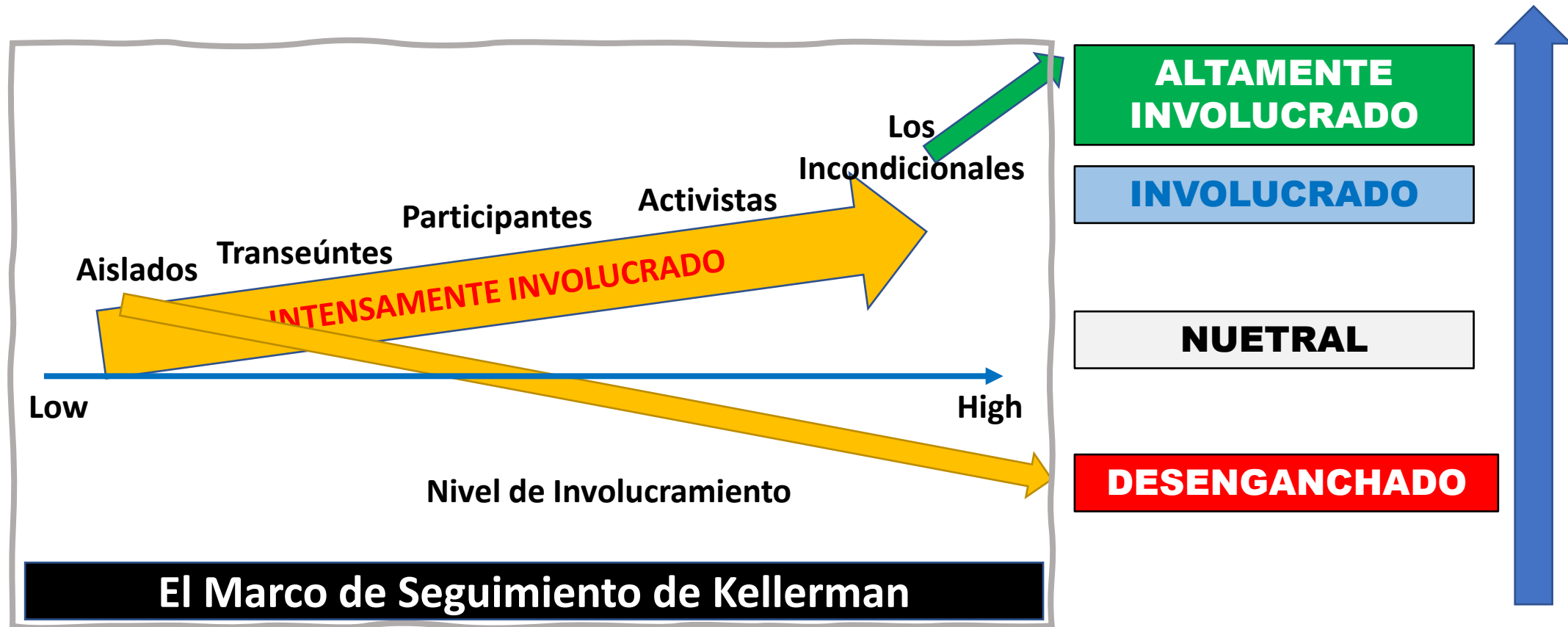
Las Tres Demandas





EL MODELO KELLERMAN

p. 16-18



Las SEIS Preguntas

Los buenos seguidores suelen estar EXITOSAMENTE COMPROMETIDOS con iniciativas claramente articuladas que responden a estas 6 preguntas...

¿A dónde - nos lleva esta iniciativa?

¿Cuándo - empezará y terminará?

¿A quién - va a beneficiar esta iniciativa?

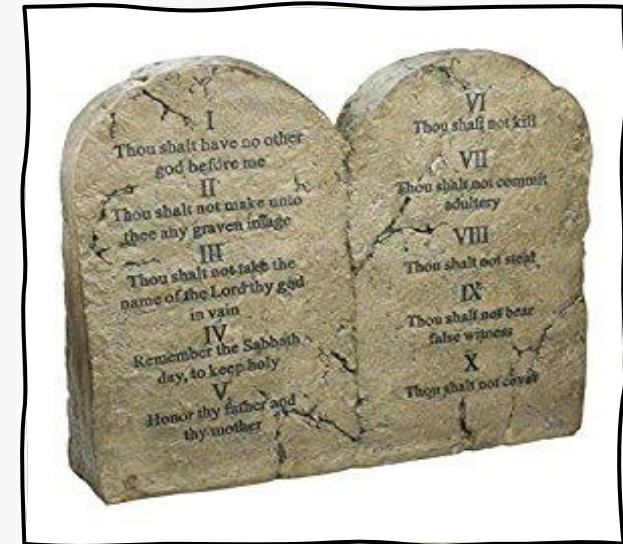
¿Por qué - es importante esta iniciativa, por qué necesitamos hacerla?

¿Qué - me aporta?

¿Cómo - lo vamos a conseguir?

Los 12 Mandamientos del Buen Seguimiento

1. Te ALINEARÁS – Alineación.
2. No "pensarás en grupo".
3. Te COMPROMETERÁS – Compromiso.
4. Recuerda seguirte a ti mismo.
5. Comprenderás y aceptarás - a la visión, misión y estrategia.
6. Seguirás el principio - sigue el principio ante las personas.
7. Serás buen mayordomo.
8. Conocerás tu ecosistema – 4 R's.
9. Serás un buen Delegado, sigue bien las instrucciones.
10. Harás que los líderes rindan cuentas de manera efectiva.
11. Recuerda ser embajador de la marca.
12. Recuerda ser un gran compañero de equipo.



El Segundo Marco - Compromiso de los Seguidores

**Liderando el Compromiso...
con un Marco de Planificación
Estratégica**



Este es el Marco **MACRO –
Llegar a la emoción comprometida comienza en el nivel **MICRO****

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MICRO-**INICIATIVAS ESPECÍFICA**

La planificación estratégica es conocer WWW. WWW (para cada iniciativa)

DÓNDE

CUÁNDO

QUIÉN

POR QUÉ

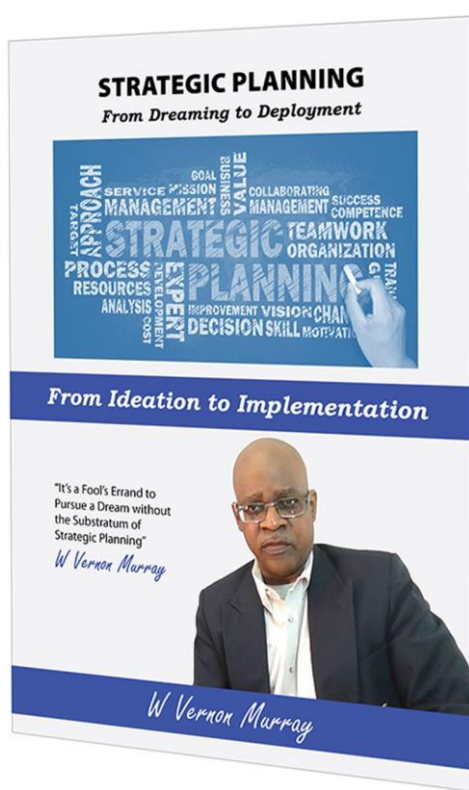
QUÉ

CÓMO

Este conocimiento debe articularse claramente a los seguidores antes de que estén listos para comprometerse a unirse a usted en sus iniciativas.

El nivel de compromiso de los miembros del equipo será directamente proporcional al nivel de claridad con el que el líder articula el plan estratégico para CADA INICIATIVA.

W Vernon Murray



Entonces, ¿CÓMO implementó Josué el Marco de Planificación Estratégica para Maximizar el Compromiso?

Recuerda nuestra premisa !

Es más probable que las personas estén y se mantengan motivadas y energicamente comprometidas cuando el líder puede crear, articular y liderar la implementación de un plan claro desarrollado orgánicamente que sea inspirador, aspiracional y operativo.



Entonces, ¿cómo desarrollar y articular un **Plan que impulse el compromiso?**

Su plan para su
Iniciativa/Programa
¿Revisó estas 5
casillas?
(como mínimo)

Debe ser ESTRATÉGICO:

1. Alineado con los valores del seguidor.
2. Inspirador y aspiracional.
3. Operacional.
4. Basado en datos "no fantasía"
5. Autonomía con rendición de cuentas.



¿Alineado con los Valores del Seguidor.

- ✓ ¿Les preguntaste?
- ✓ ¿O ASUMISTE que si has puesto un alto VALOR en esta Iniciativa que, para tus seguidores/equipo, también debe ser un Alto Valor?
- ✓ Las personas se involucran más fácilmente con cosas que son IMPORTANTES o de alto VALOR para ellos.



¿Inspirador + Aspiracional?

- ✓ **Sé** fructífero y multiplícate – el Código Génesis para atraer seguidores – El Ser precede al Hacer.
- ✓ ¿Qué les inspira su programa a aspirar a **SER**?
- ✓ ¿Cómo el incentivo los va a mejorar?

Operacional

- Edúcalos sobre las operaciones del programa.
- Utiliza la WWW. Sistema de la OMS para educarlos.



Qué

Qué necesita saber el equipo.

Por qué

por qué necesitan saberlo

Dónde

Dónde están en la línea de conocimiento.

Cuando

Cuándo deben ser educados.

Cómo

Cómo poner en práctica lo que aprenden.

Resultado

¿Qué aspecto tendrá la métrica del éxito?

Impulsado Por Datos

- ✓ Los planes / programas que se basan en datos reales son más **CREÍBLES**
- ✓ Las personas se involucran más fácilmente con causas, programas que creen que son **CREÍBLES**.
- ✓ La credibilidad en un programa construye su credibilidad en programas futuros y le da "compromiso en el banco"



Implementación: Delegado + Autonomía del seguidor + Responsabilidad

- ✓ El compromiso se mide por la participación y la participación comienza con la delegación.
- ✓ El Creador "comprometió" a Adán y Eva" al, en primer lugar, delegar la participación.
- ✓ El delegar sin la adecuada **AUTONOMÍA + RESPONSABILIDAD** no sostendrá el compromiso



El delegar hecho de la forma correcta construye una "Cultura de Equipo" que es esencial para crear Miembros del Equipo Comprometidos

3 Conclusiones - Próximos Pasos a Seguir

El compromiso del equipo es clave para el éxito de cada iniciativa. Por ello, los líderes de éxito crean y aplican un plan estratégico para cada iniciativa o programa.

Recuerde que un enfoque de planificación estratégica de la programación impulsa el compromiso, ya que es mucho más probable que las personas sigan, comprendan y se comprometan cuando están claros a dónde les lleva y cómo planea llegar allí.

Su tarea es una rápida autoevaluación de sus iniciativas en curso.

Responda a estas preguntas sobre cada iniciativa:

Para cada BENEFICIARIO
primario del Programa
Encuéstalos re: VALOR

Inspirar para Aspirar: ¿Tiene
usted una declaración de
VISIÓN para el programa que
sea inspiradora y con
aspiraciones?

Operacional:
Pídales a los miembros /
seguidores del equipo que le
describan su comprensión de
LO que les está pidiendo que
hagan y cómo medirá su éxito.

Reflexiones Finales

Cultivar Buenos Seguidores

Es más probable que sean como los seguidores de Josué, comprometidos con entusiasmo.

Ayúdalos a seguir los 12 Mandamientos.

Afina tu Plan Estratégico Específico de la Micro Iniciativa

- Esta es la E en $E^2 + M^2 + F^2$, y DEBE hacerse primero.
- Responda a las preguntas [WWW](#). [WWH](#) y articula claramente a tus seguidores.