

GOLDEN CIRCLE, LIDERAZGO DIFERENTE

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años aparecen miles de organizaciones nacientes y otras tantas que luchan por la supervivencia, buscando en todo momento ser favorecidos por el mercado al cual dirigen sus esfuerzos.

La gran mayoría de estas organizaciones siguen formulas pre establecidas que han funcionado de manera adecuada a través de muchos años, sin embargo para poder alcanzar un verdadero éxito será necesario reestructurar el pensamiento de los líderes de dichas compañías, la forma en la cual ellas mismas son concebidas y la percepción que tiene el mercado al cual se encuentra dirigido de ellas.

El Golden circle es un modelo creado por Simon Sinek, el cual es definido como un concepto simple pero poderoso, cuya finalidad es encaminar a los líderes de las organizaciones hacen la pregunta ¿Por qué?

Sinek es colaborador de las fuerzas armadas de los estados unidos, en la cual adiciona su conocimiento referente a innovación y planificación.

El Golden Circle hace una descripción clara de la diferenciación, ¿Qué es lo que algunas personas hacen, para que sean seguidas por otras?, ¿Por qué algunas personas hacen hasta lo imposible, para probar o comprar lo que otras ofertan?

Todo esto se encuentra directamente relacionado con la identificación plena de los líderes que se encuentran al frente de las diferentes compañías.

Han identificado en lo que creen, y siguen ideas con las cuales se ven identificados.

Sinek a través del círculo de oro describe la fórmula que grandes líderes han utilizado a lo largo de los años para contar con miles de seguidores, describe el modo eficaz que personajes como Steve Jobs o Martin Luther King han aplicado de manera efectiva y en algunos casos inconscientes el maravilloso círculo dorado.

¿QUIÉN ES SIMON SINEK?

Personaje de origen Británico, asentado desde su adolescencia en los estados unidos, Simon obtuvo el grado de licenciado en derecho por la universidad de Londres, se ha destacado como escritor, orador y consultor de grandes organizaciones dentro de las cuales se encuentran el ejército de los estados unidos de américa, Disney y Microsoft.

Autor del libro “Start with why” en el año 2009, donde describen los aspectos en los cuales de manera biológica el cerebro toma decisiones.

Creador del concepto “The Golden circle”, como modelo inspiracional para la creación de líderes. Fundó su propia compañía en 2010, donde fue contactado para prestar sus servicios respecto a planeación e innovación al ejército de U.S.A.

Escritor de algunos artículos en “The new york Times”. “Wall Street Jornal”, “The Washington Post” entre otros. Ahora gran ponente, orador y consultor

¿QUÉ ES EL GOLDEN CIRCLE?

Es un modelo que define por que los consumidores deciden adquirir algún producto sobre otro, creer en alguna propuesta o simplemente seguir a alguien más.

Su creador Simon Sinek lo describe como el patrón que siguen todas las empresas con alta relevancia. En la gran mayoría de empresas existentes, todos los colaboradores conocen lo que la organización realiza, desde el colaborador más humilde hasta la alta gerencia, pero pocos conocen “como” es que se hace, y en definitiva muy pocos pueden definir “por qué” lo hacen y paradójicamente este es el punto más importante, lo que todos los integrantes de la organización deberían comprender.

Modelo del Golden Circle



Fuente:

http://startwithwhy.com/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html

“La gente no compra lo que uno hace, compra por qué uno lo hace” Sinek Simon.

El creador de este concepto defiende el hecho de que la gran mayoría de las empresas trabajan en un orden poco adecuado, “lo hacen a la inversa”, el describe

que lo correcto para hacer crecer un negocio es dar a conocer el ¿Por qué? nos encontramos desarrollando dichas actividades o producto, ¿Cómo? Hacemos que las cosas sucedan y por último ¿Qué hacemos?, ¿cuál es el producto o servicio que se oferta?

El Golden circle se puede describir como un modelo para el liderazgo, donde el “why” (la causa) se encuentra localizado en el centro, seguido del “How” (el cual significará una propuesta de valor), que será cubierto del “what” (productos o servicios ofertados)

Existe una gran cantidad de organizaciones que al desempeñar sus actividades, piensan y transmiten sus ideas desde el círculo exterior hacia adentro, desde lo general a lo específico, de lo simple a lo elaborado.

Sin embargo según Sintek las empresas consideradas exitosas, sin importar la dimensión o el mercado al cual estén dirigidas, realizan sus actividades de manera inversa, piensan, actúan y comunican desde el centro del círculo hasta las orillas.

Los estudios indican que las tácticas definidas a largo plazo son indispensables para lograr el éxito de una organización, para poder sortear las dificultades existentes en algún determinado momento.

Todos los colaboradores de la organización deberán conocer las metas de las mismas y colaborar para que puedan alcanzar sus objetivos

DEFINIENDO EL ¿POR QUÉ LO HACES?

Para efectos prácticos será necesario realizar algunos cuestionamientos de índole personal... por ejemplo ¿Por qué te dedicas a lo que te dedicas? ¿Sería prudente dedicarse a otra cosa? ¿Cuáles fueron los motivos que te llevaron a montar tu empresa en ese giro? ¿Por qué te sientes tan desmotivado en algunas ocasiones?

El por qué hacemos tal o cual actividad es el motor que impulsara a realizar las actividades, pero si no te encuentras plenamente identificado con el porque la dedicación y fortaleza con las que se realizaran las actividades serán mermadas de manera considerable.

EL CIRCULO DE ORO DE LA INNOVACIÓN

"Conociendo su porqué No es la única manera de tener éxito, pero es la única manera de mantener un éxito duradero y tener una mayor mezcla de innovación y flexibilidad. Cuando un por qué se encuentra Difusao, se hace mucho más difícil de mantener crecimiento, lealtad e inspiración que ayudaron a el éxito original "Sinek, S. (2009).

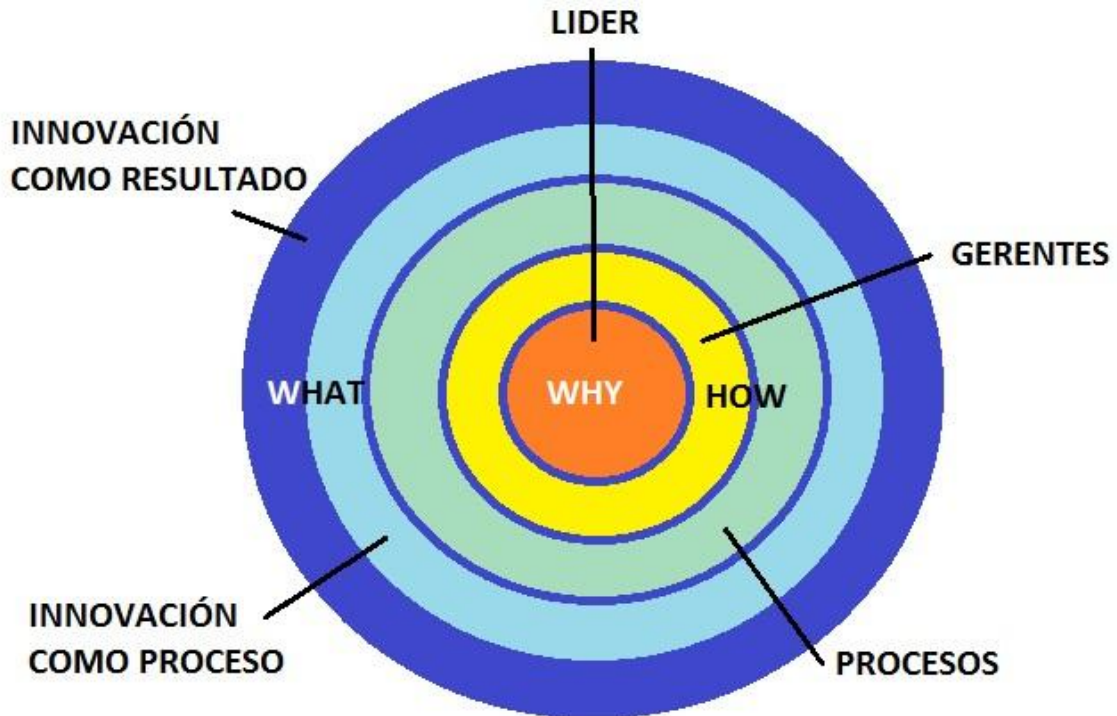
Crossan y Apaydin mencionan que en las organizaciones existe la “dimensión de la innovación” y los “determinantes de la innovación” dentro de las cuales se pueden formar un nuevo concepto llamado el “circulo de oro de la innovación”

DETERMINANTES DE LA INNOVACIÓN			DIMENSIÓN DE LA INNOVACIÓN	
LIDER	GERENTE	PROCESO	INNOVACION COMO PROCESO	INNOVACION COMO RESULTADO
HABILIDADES DE MOTIVACION E INNOVACIÓN	MISION , METAS Y ESTRATEGIAS	TOMA DE DECISIONES	RECURSOS (MERCADO / OPORTUNIDAD)	FORMA (PRODUCTO/ SERVICIO/ PROCESO/ MODELO DE MEGOCIOS)
	ESTRUCTURA Y SISTEMAS		DIRECCION (DE ARRIBA A ABAJO/ DE ABAJO HACIA ARRIBA)	
	RECURSOS	DESARROLLO E IMPLENETACION	FUENTE (INVESTIGACION / ADECUACIÓN)	TAMAÑO
	CULTURA ORGANIZACIONAL		LUGAR (ESTACION DE TRABAJO)	REFERENTE MERCADO/ INDUSTRIAS
	APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO	COMERCIALIZACION		TIPO ADMINISTRATIVO /TECNICO

Encontrar el porqué de la innovación se basa en el liderazgo y en definir una misión que satisfaga una necesidad y por ende la necesidad de la innovación

En un mundo donde la competencia se vuelve más rígida se debe elevar la tasa de productividad de la innovación en los productos y procesos realizados.

EJEMPLO DE CIRCULO DE ORO DE LA INNOVACIÓN



¿POR QUÉ APLICAR ESTE METODO?

Al inicio de cada jornada laboral, cuando nos vemos con el interés de ampliar el negocio, incrementar las utilidades o al descubrir que nace el interés por poner en marcha un nuevo proyecto, existen interrogantes que emanan tales como: ¿Quiénes serán los consumidores de este producto?, ¿A qué mercado estará dirigido?, ¿Cómo atraer nuevos clientes?

Todas estas interrogantes son comprensibles y adecuadas, pero el problema se encuentra es que son planteadas en el momento equivocado, la pregunta que se debe plantear al inicio indiscutiblemente es ¿Por qué?

“Lo que uno hace, simplemente demuestra lo que uno cree”. Sinek s. (2009)

Este tipo de cuestionamientos resultan ser de gran utilidad al momento de realizar el bosquejo de un plan de trabajo, donde se pueden identificar las áreas de oportunidad que la organización posee.

Es decir se deberá identificar si las acciones o propuestas que se plantean son adecuadas o no, para alcanzar los objetivos establecidas por la organización

MODELO DE LIDERAZGO A TRAVÉS DEL GOLDEN CIRCLE

Este modelo o técnica intenta la creación de líderes que guíen a su organización hacia el éxito, a través de generar un entorno capaz de inmiscuir y comprometer de manera eficiente a los colaboradores que desempeñan sus actividades dentro de ella.

Todas las organizaciones que deseen poseer un mercado cautivo, deberán transmitir de manera adecuada al cliente la misión de la organización, comprometerlos con sus ideales (que serán los mismos de la organización), en lugar de solo comprar un artículo.

CASOS DE ÉXITO EN GOLDEN CIRCLE

APPLE Y STEVE JOBS

No existe duda alguna que una de las empresas más exitosas a nivel mundial en este momento, es la que durante mucho tiempo fue liderada por Steve Jobs, la famosísima Apple, esta empresa se ha caracterizado por poseer productos con alta innovación tecnológica, además de contar con miles de fieles seguidores, que año con año se ven incrementado en número.

Esto es debido a que tiene muy bien cimentadas sus creencias y valores, además de darlos a conocer en todo momento a sus clientes

UPS MENSAJERÍA

Existe un parteaguas para esta empresa, el cual ocurre en el momento en que los líderes de la misma comienzan a identificar a los objetos trasladados no como “paquetes” si no como “pacientes” (debido a que en muchas ocasiones se trasladaban medicamentos).

El lema fue sufriendo modificaciones a lo largo del tiempo pasando de: no son “paquetes” son “pasajeros”, a: “No es un paquete, es usted”.

UPS ha presentado un gran cambio y diversificación en la manera de realizar un los negocios gracias a la cadena de valor, en estos años por ejemplo, Toshiba ha realizado la firma de grandes contratos con esta marca para efectuar la entrega a tiempo de los equipos que son enviados a reparación

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios por permitirme un día más de vida, a mi esposo que emprende esta nueva aventura conmigo brindándome siempre su apoyo incondicional, al Instituto Tecnológico de Orizaba por darme una excelente formación académica en nivel licenciatura y ahora abrirme nuevamente las puertas en el área de postgrado, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por ayudarme a cumplir mis sueños, al Dr. Fernando Aguirre y Hernández por abrirme los ojos ante un mundo lleno de posibilidades y caminos vagamente explorados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Sinek,S. (2003). Start whit why . U.S.A. : Ed. Penguin Group

Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2009). A Multi - Dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. U.S.A: Journal of Management Studies

Recuperado de: http://inacap.cl.wobisolutions.com/media_data/000_7094.pdf

Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/la-propuesta-valor-no-morir-intento/#gs.vfTzLj0>

Recuperado de: <https://www.beeva.com/beeva-view/disenio-y-ux/creatividad-innovacion-y-liderazgo-con-el-golden-circle/>

Recuperado de: http://centro.edu.mx/ojs_01/index.php/economiacreativa/article/view/90/63