



Effectiveness
means
Business



La Secuencia



Una mirada experiencial a la metodología Reddin.



La metodología aplicada a los instrumentos de la Policía Nacional de Colombia.



La metodología aplicada a la integración de un equipo con foco a resultados estratégicos.



Sesión de preguntas al panel.

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA



HRW
HUMAN RESOURCE WORKSHOP



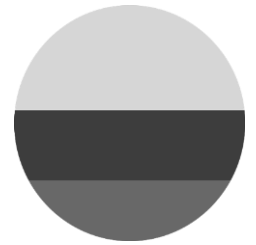
Antecedentes Históricos (Modelos Liderazgo)



- 1950'** Estudios de la Universidad de Ohio
- 1960'** El modelo de Blake & Mouton: existe un estilo de liderazgo idóneo.
- 1970'** La teoría 3-D de Reddin: adapta tu conducta (estilo de liderazgo) a lo que la situación te demanda y serás efectivo.
- 1974 -** Reddin Consultants adquiere la propiedad intelectual de W.J Reddin y lo aplica a organizaciones, educando a más de 100,000 gerentes en todo el mundo.



En Colombia



COMPañIA
DE EMPAQUES



International Organization for Migration (IOM)
Organisation internationale pour les migrations (OIM)
Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

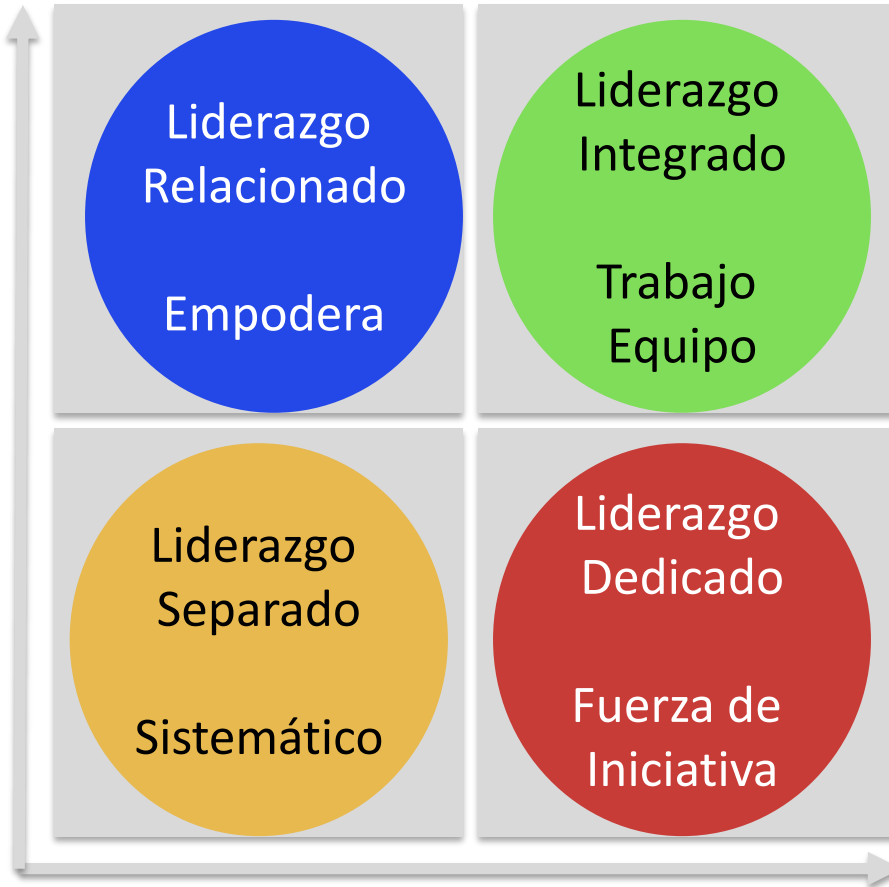




Bases Conceptuales



**Orientación
Relaciones**



Orientación Tarea



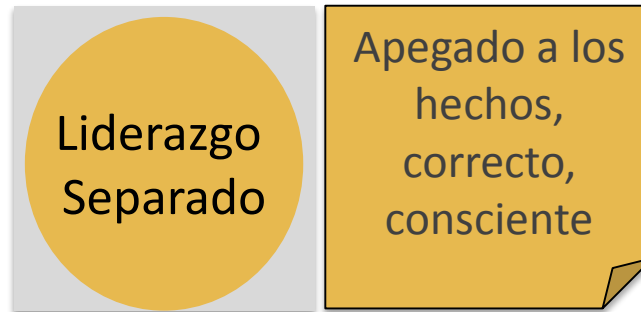
La Situación



Situación



Estilo de Influencia



Impacto





Investigación



100 mil gerentes evaluados en medio de mucha presión

80% - 85% de todos ellos, tuvieron una distorsión alta y muy alta al evaluar estilos de liderazgo.

De esta muestra, la mayoría distorsionó por imprimir sentimientos a la hora de llevar a cabo los ejercicios. Otra gran parte de la población, no tenía un método para evaluar situaciones.

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

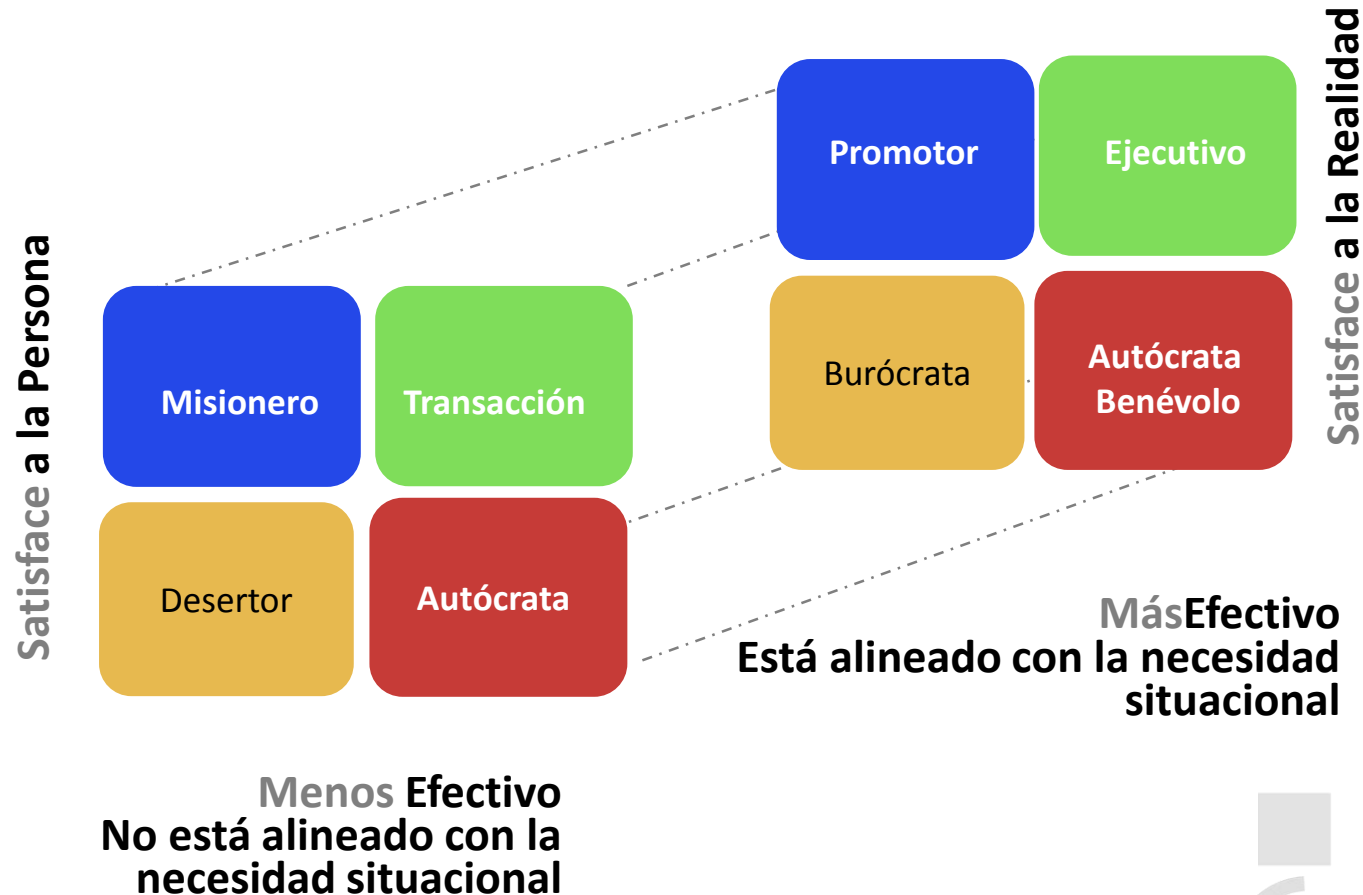
 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA

HRW
HUMAN RESOURCE WORKSHOP





Impacto del Liderazgo





Investigación HBR

En HBR emitió un artículo en el que entrevistaron a los 24 CEOs más importantes de USA y estas fueron sus principales preocupaciones:

- Encontrar al talento apropiado para los cambios que enfrentan las organizaciones.
- No saber si estaban obteniendo el máximo potencial del talento.
- Saber motivar a las personas en momentos de dificultad.
- Comunicación excesiva por correo electrónico.
- Excesiva cantidad de reuniones.



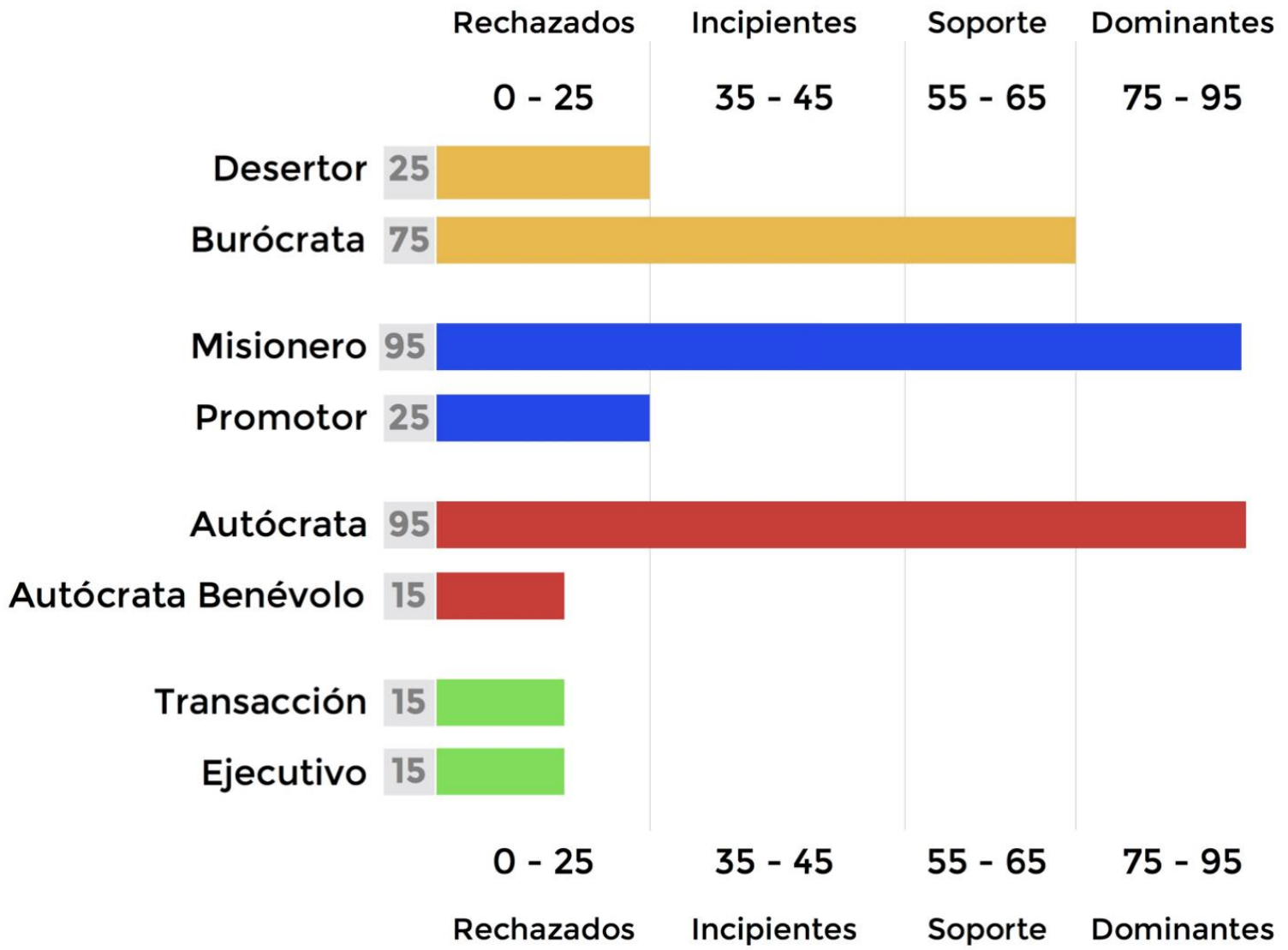


Otros Impactos

Exceso de correos electrónicos, presentaciones, reuniones y metas cada día más altas, causan:

- ➔ Exceso de cortisol y adrenalina que reducen la capacidad de auto-percepción.
- ➔ Incrementan el nivel de distorsión.
- ➔ Inhiben la capacidad de decidir de manera inteligente.
- ➔ Producen una baja en el sistema inmunológico que causan enfermedades. Esto es causado por conductas pasivo-agresivas

Fuente: 21st Century Leadership, Robin Stuart-Kotze, 2016

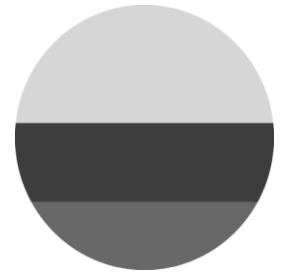


n = 230,000 personas en Colombia (2010 – 2017), Reddin Consultants SAS





El Liderazgo en Colombia



Comportamiento orientado al cumplimiento, a lo que el jefe le dice dice que haga.

Alta dosis de comportamientos **Pasivo – Agresivo** que ante otros puede ser visto como poco ético, corrupto y poco predecible.


Este tipo de comportamientos producen **poca lealtad de la persona hacia su trabajo**. Posiblemente existe lealtad hacia la necesidad, pero no a la Organización.

El conflicto se maneja a través de la **manipulación**.

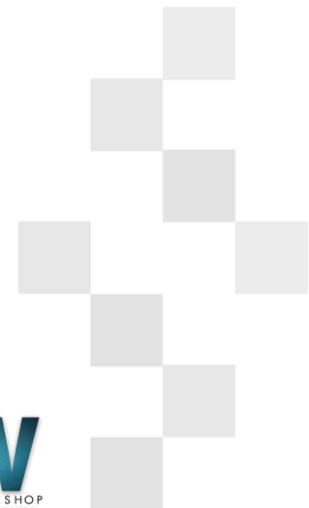
Foco hacia la eficiencia y **no hacia la efectividad**.

Permisividad ante los resultados críticos de la organización.

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

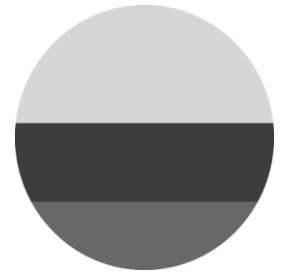
 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA

**HRW**
HUMAN RESOURCE WORKSHOP





Datos Curiosos



Colombia ha invertido menos recursos que Venezuela, Perú y Ecuador en desarrollo gerencial. **Dicen que los programas son costosos pero...**

Es de los países en donde **el país se detiene** cuando juega la Selección.

Dedican más tiempo **a comités de gerencia** que en otros países, a un costo de productividad muy alto.

Uno de los países con **más días festivos**.

Mayor índice de ausentismo por enfermedades en los países donde operamos.

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA

HRW
HUMAN RESOURCE WORKSHOP





Como Mejorar....

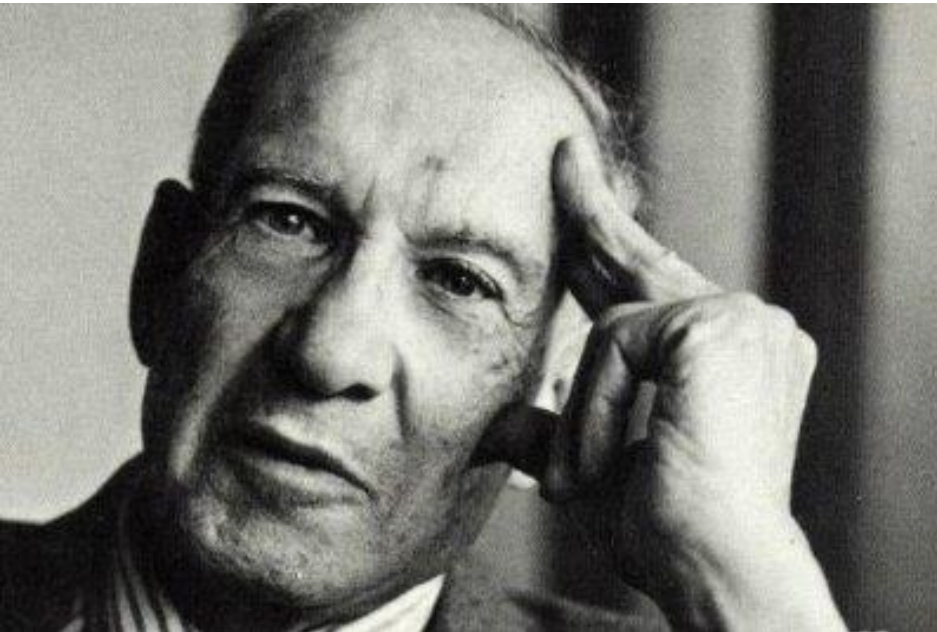
La estructura inteligente, promueve un comportamiento efectivo

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA

HRW
HUMAN RESOURCE WORKSHOP



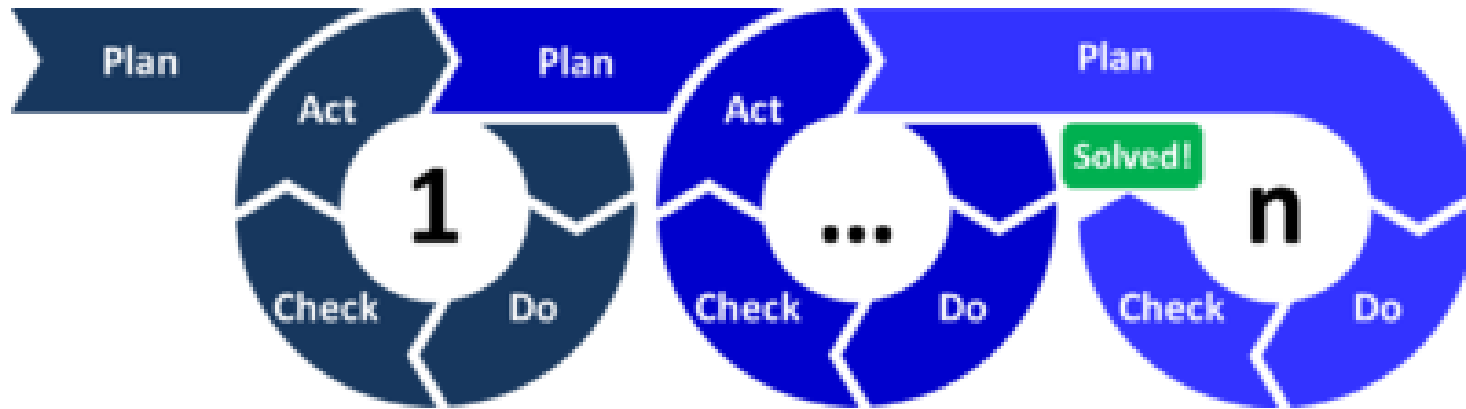


Principales Conceptos Que Considerar

- (1) Descentralización y simplificación
- (2) El conocimiento se gesta en las personas que hacen el trabajo.
- (3) La desaparición del Blue Collar Worker, nacimiento del outsourcing. El back-office de unos es el front-office de otros.
- (4) Empleados son activos, no costos.
- (5) *Management by Objectives*

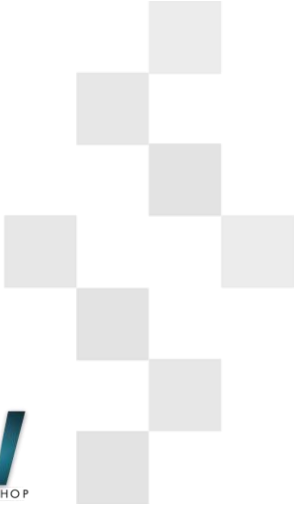
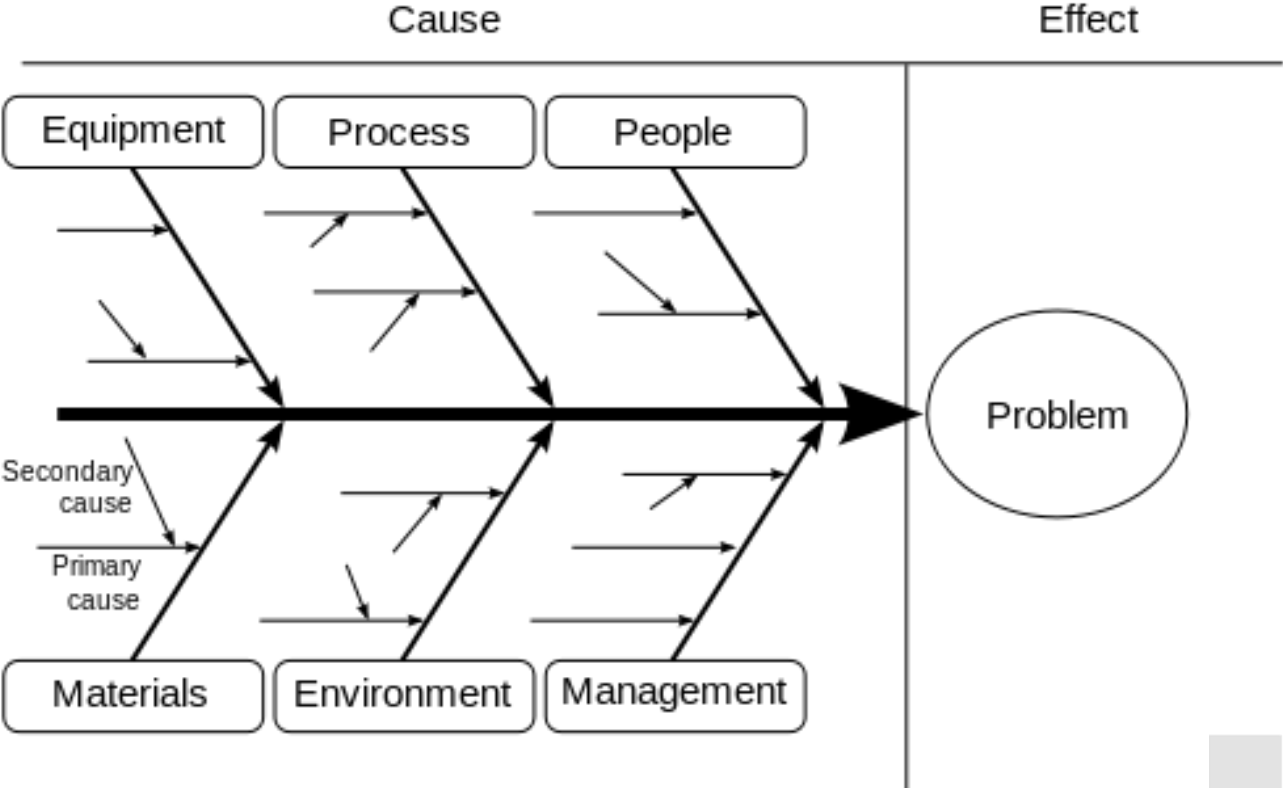


W. Edwards Deming, Mejora Continua



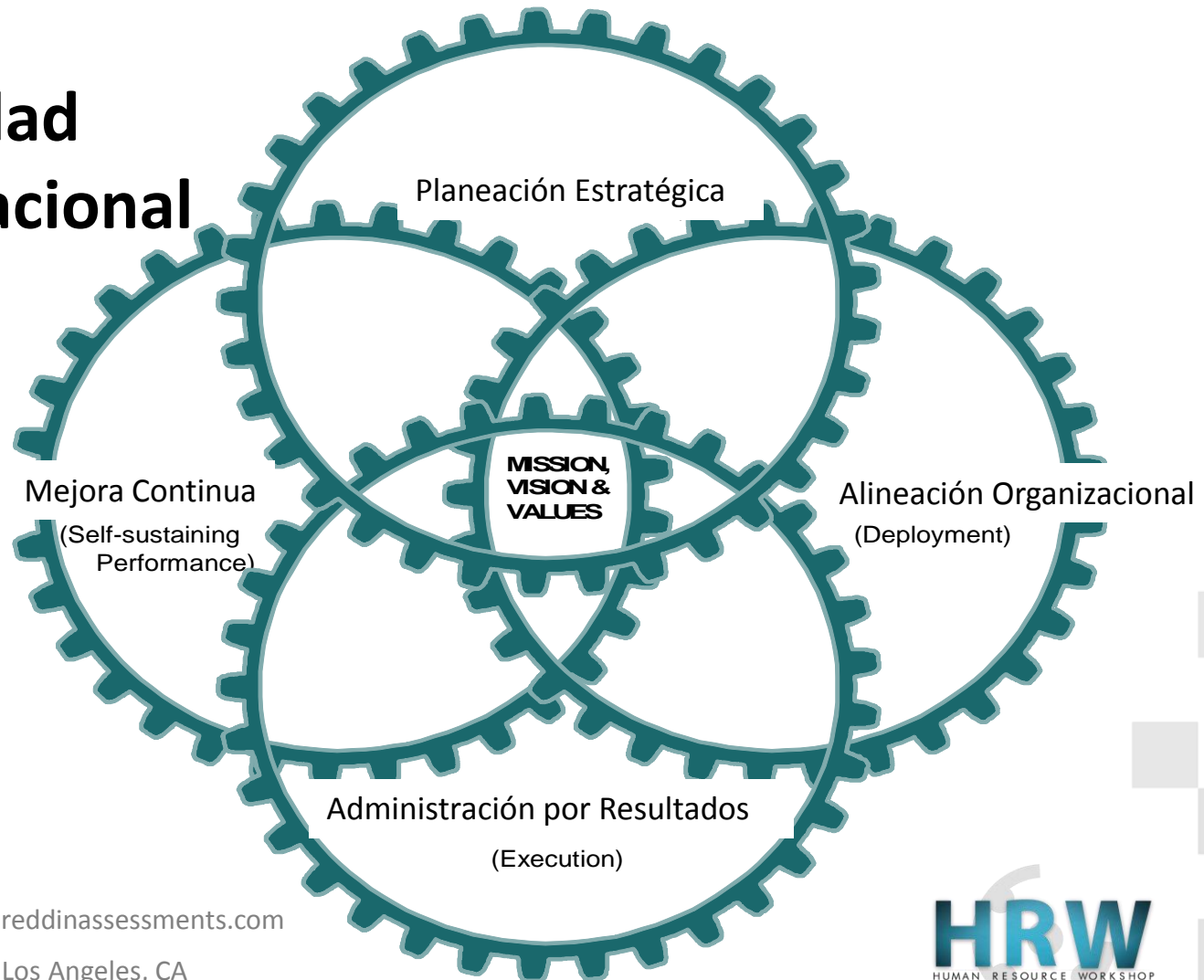


Kaoru Ishikawa, Calidad





Reddin, Efectividad Organizacional





Descarriladores de la Efectividad, por HBR:

The Communication Issues That Prevent Effective Leadership



SOURCE INTERACT/HARRIS POLL OF 1,000 U.S. WORKERS

Fuente: HBR, 2015

© HBR.ORG

✉ alejandra.serralde@reddinassessments.com

☎ +1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA





Hacer vs Lograr

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA

HRW
HUMAN RESOURCE WORKSHOP



Plan de Efectividad

Sub-Unidad Organizacional: **DIRECTOR COMERCIAL**
 Unidad Organizacional: **SAN MARCOS**
 Ocupante: **JOSÉ JUAN FERNÁNDEZ BERNAL**


| AREA DE EFECTIVIDAD | METODO DE MEDICION | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES CLAVE |
|--------------------------|--|-----------------------------------|---|---|
| 1. Crecimiento en Ventas | a) % de variación en \$ ventas vs año anterior | -13% de Incremento volumen vs A.A | 1. Implementar un proceso plan anual de inversión x: Cliente. Pcto. Mes. | 1.1 Alinear el plan de ventas al de mercadotecnia 1.2 Análisis de act. de la competencia 1.3 Alinear el plan total c/cliente asegurar la implementación y medir resultados |
| | | | 2. Incrementar alcances: creando un proceso de estrategia pct.-mercado | 2.1 Analizar alcances actuales 2.2 Definición de zonas pct.-formato objetivo 2.3 Generar y presentar propuesta interna y al cliente 2.4 Comunicar y ejecutar a FDV y a la cadena 2.5 Medición de resultados |
| | b) # de clientes nuevos | 50 clientes nuevos al 2018 | 1. Reestructuración de la fuerza de ventas distribución | 1.1 Análisis de clientes reales deseados 1.2 Análisis de recursos requeridos 1.3 Solicitud de recursos 1.4 Aprobación de recursos |
| | | | 2. Diseñar un plan de ataque a clientes nuevos | 2.1 Análisis requeridos de clientes deseados 2.2 Análisis de skus por región deseados |

Plan de Efectividad

Sub-Unidad Organizacional: **DIRECTOR COMERCIAL**
 Unidad Organizacional: **SAN MARCOS**
 Ocupante: **JOSÉ JUAN FERNÁNDEZ BERNAL**

| AREA DE EFECTIVIDAD | METODO DE MEDICION | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES CLAVE |
|---------------------|---|----------------|--|---|
| | <i>c) Nivel de venta en mov. y # de cajas</i> | | | 2.3 Diseño de promociones especiales 2.4 Implementación |
| 2. Cartera | <i>a) \$ Vencido a más de 45 días</i> | 2018 2.5% | 1. Implementación de callboks para clientes claves | 1.1 Homogenizar formato de callbook 1.2 Generar indicador de cuentas + 40 a +45 semanal crédito y cobranza 1.3 Indicador de callbooks generado por administración ventas para tomar decisiones |
| | | | 2. Investigación financiera previas | 2.1 Entrar a Grupo Sueco 2.2 Solicitar referencias con otras empresas del ramo 2.3 Verificación física a los clientes |
| | <i>b) # de facturas vencidas a más de 45 días</i> | 2018 -40 fact. | 1. Sistematización del proceso de crédito para crédito y cobranzas | 1.1 Asignar claves interbancarias para todos los clientes 1.2 Revisar reportes existentes vs necesidades reales de clientes y mercado 1.3 Aplicación de rechazos de logística a crédito y cobranzas (N.C) |
| | | | 2. Indicador completo de total vs real | 2.1 Envío de cartera a todos los responsables semanalmente 2.2 Elaboración crédito y cobranza de indicado semanal (Director General) |

 alejandro.serralde@reddinassessments.com

 + 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA



Plan de Efectividad

Sub-Unidad Organizacional: **DIRECTOR COMERCIAL**
 Unidad Organizacional: **SAN MARCOS**
 Ocupante: **JOSÉ JUAN FERNÁNDEZ BERNAL**

| AREA DE EFECTIVIDAD | METODO DE MEDICION | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES CLAVE |
|---|---|----------------------------|--|---|
| | | | | 2.3 Revisión de indicador semanal para correcciones preventivas |
| 3. Contribución marginal | <i>b) % margen / venta</i> | 2018 -19% | 1. Integrar un grupo interdisciplinado p/diseñar estrategias de margen x productos | 1.1 Juntas periódicas del grupo interdisciplinario para revisar avances y/o correcciones 1.2 Implementar a los departamentos involucrados de los resultados de la junta 1.3 Acordar el reporte de avances 1.4 Medición del impacto |
| | <i>c) Ganar el % de participación a competencia</i> | | | |
| 4. Capital Humano | <i>a) % de regionales que logren el 100% de sus objetivos</i> | 2018- incremento 80% | 1. Clasificación de vendedores vs volumen y territorio | 1.1 Definición de funciones y responsabilidades del puesto 1.2 Capacitación continua 1.3 Revisión de tareas por territorios |
| | | | 2. Clima laboral | 2.1 Incentivos por resultados 2.2 Reconocimientos a los mejores vendedores 2.3 Convivios sociales |
| 5. Asertividad de pronóstico de ventas | <i>a) % asertividad del pronóstico</i> | 85% de asertividad al 2018 | 1. Implmentar proceso SNOP | 1.1 Diseñar proceso (integración) de FCST de ventas -mka y planeación 1.2 Juntas seguimineto 1.3 Planteamiento proyecto / áreas involucradas 1.4 Costos / autorización 1.5 Aprobación 1.6 Implementación |



alejandro.serralde@reddinassessments.com



+ 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA



Plan de Efectividad

Sub-Unidad Organizacional: DIRECTOR COMERCIAL
 Unidad Organizacional: SAN MARCOS
 Ocupante: JOSÉ JUAN FERNÁNDEZ BERNAL

| AREA DE EFECTIVIDAD | METODO DE MEDICION | OBJETIVO | ESTRATEGIA | ACCIONES CLAVE |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------|---|---|
| | | | 2. Implementación JBP | 2.1 Empatar MTK plan/ventas/cliente 2.2 Información aa. 2.3 Cerrar acuerdos cliente 2.4 Medición resultados |
| 6. Crecimiento en ventas | <i>a) Crecimiento de ventas</i> | 38% al 2018 | 1. Diseño de un proceso de cambios de precios 2. Implementar un proceso de evaluación de actividades promocionales | 1.1 Generar un cronograma de aplicación de precios 1.2 Comunicación de tiempos internos y externos de clientes clave 1.3 Recolección y entrega de evidencia al cliente en tiempo y forma 1.4 Revisión de implementación un hoja de catálogo y punto de venta 1.6 Negociación de pedidos de protección y fijar fechas (15 días antes aproximadamente) 2.1 Conocer el presupuesto 2.2 Diseño de formato de evaluación 2.3 Comunicación interna |



alejandro.serralde@reddinassessments.com



+ 1 (786) 351 0644 Los Angeles, CA





La metodología sirve para:



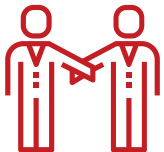
Claridad de rumbo, sentido de orgullo por los resultados, velocidad en la toma de decisiones.



Método de consenso sirve para tener un diálogo propositivo y estimular el trabajo participativo. Compromiso con tus colegas. Consenso sobre las metas.



Método transparente de compensación variable. Recompensa del mérito y a la velocidad en la toma de decisiones asertivas.



Estimular un diálogo constructivo que deriven en una relación constructiva entre el jefe y su colaborador.