



III CONGRESO INTERNACIONAL: IDENTIDADES, INCLUSIÓN Y DESIGUALDAD

Honrar a la gente, apostar por la
transformación.



@diegoignaciomontenegro



@dmontenegro1505



Dmontenegro1505@yahoo.es

18 y 19 de mayo de 2023

Autor: Diego Ignacio Montenegro, PhD. /
Universidad Hemisferios, IDE Business School
www.diegoignaciomontenegro.com



CIID

**U UNIVERSIDAD
H HEMISFERIOS**



Diego
Ignacio
Montenegro

1. INTRODUCCIÓN



CIID

U UNIVERSIDAD
H HEMISFERIOS



Diego
Ignacio
Montenegro

PODER MEDIÁTICO EN LAS ORGANIZACIONES

LO QUE HACEN LOS PSEUDO-LÍDERES



**Piden confianza
y pregonan la
salvación**



**Aseguran
mejores días sin
una estrategia**



**Generan
desconcierto**



2. OBJETIVOS



OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN



OBJETIVO 01

Descubrir los **principales drivers** en los que se base el diseño de un pensamiento cultural innovador, **centrado en los seres humanos**, y no solamente en los procesos o resultados económicos.



OBJETIVO 02

Establecer la **función y el análisis de las características de los líderes** en un contexto complicado para el **cambio**, debido al crecimiento de las tecnologías exponenciales.



3. METODOLOGÍA

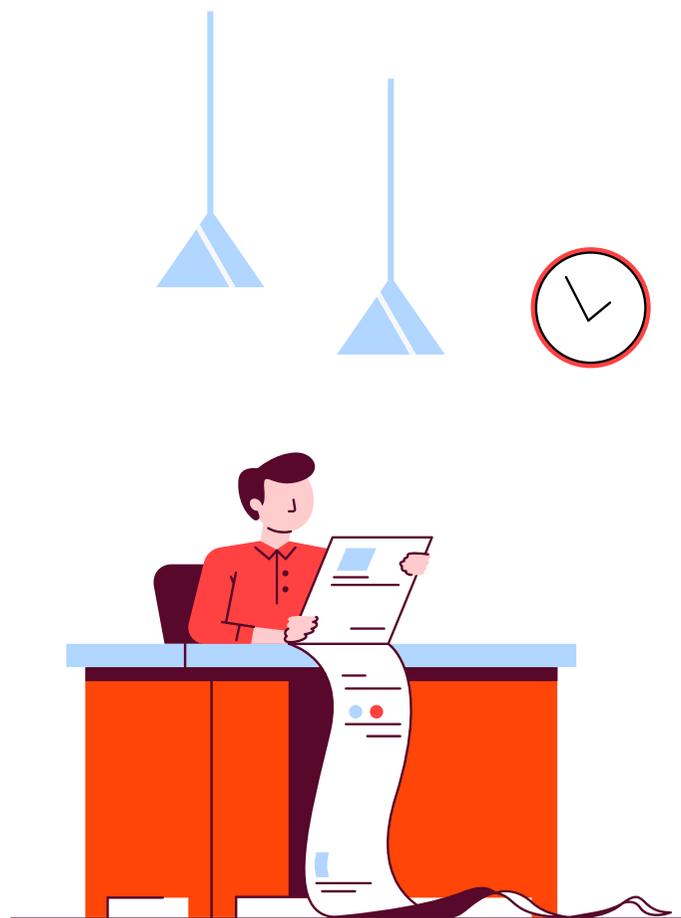


CIID

U UNIVERSIDAD
H HEMISFERIOS



Diego
Ignacio
Montenegro



Cualitativa: Revisión bibliográfica amplia.

Cuantitativa: Medidas de la característica del fenómeno social.



Cuantitativa: Muestreo aleatorio simple de 276 empresas con un $\epsilon < 6\%$. Realizado entre 2020 y 2023



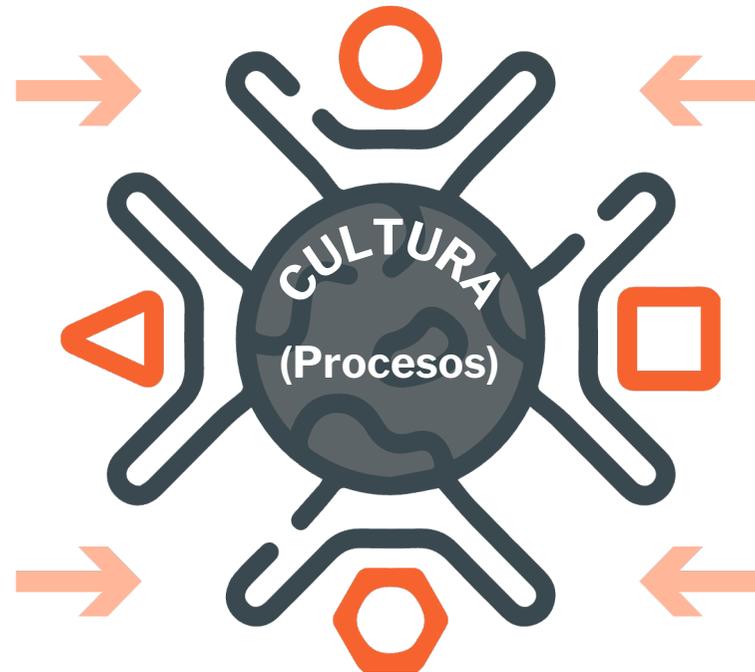
4. DISCUSIÓN Y RESULTADOS



1. STATUS QUO

OBJETIVOS DE CORTO PLAZO

Sobrevivir y dar resultados sin mirar hacia el futuro.



JEFE o CAPATAZ

Obediencia ciega.
Procesos insoportables y pautas inventadas.
Controlar detalles insignificantes y normas ridículas.

BUROCRACIA

Jerarquía y gobierno operativo.

CUMPLIR REGLAS

Impacto en la creatividad e innovación.
Menos Ético.
Poco enfoque en la RSE.

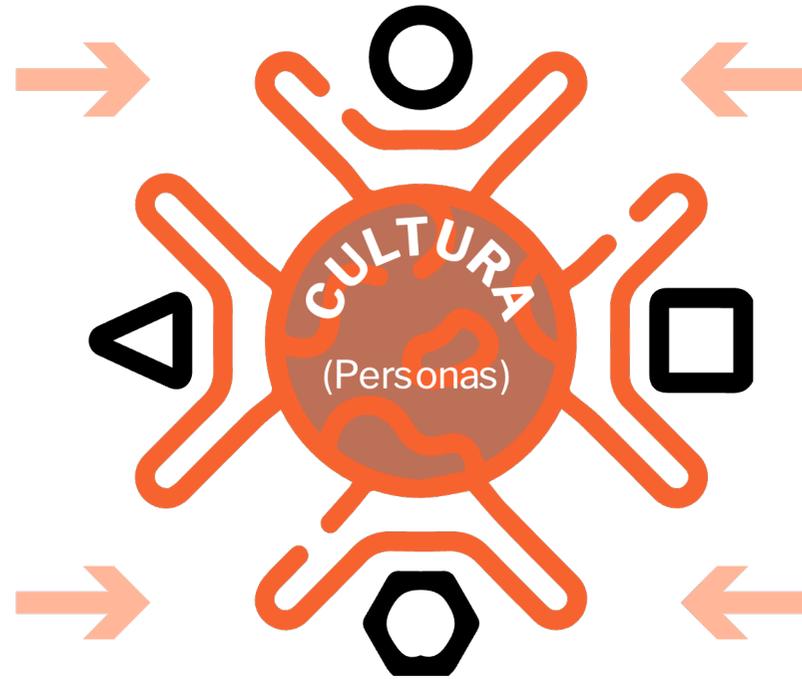
Fuente: Montenegro D.I. (2023). La cultura empresarial habitual.



2. TRANSFORMACIÓN NECESARIA

PROPÓSITO

Causa por la que pelear,
Creencia profunda más allá
de los beneficios \$.



LIDERAZGO CONSCIENTE

Virtudes, Interacciones
y Maestría Emocional.

BUEN GOBIERNO

Perspectiva de personas
independientes a nivel
estratégico.

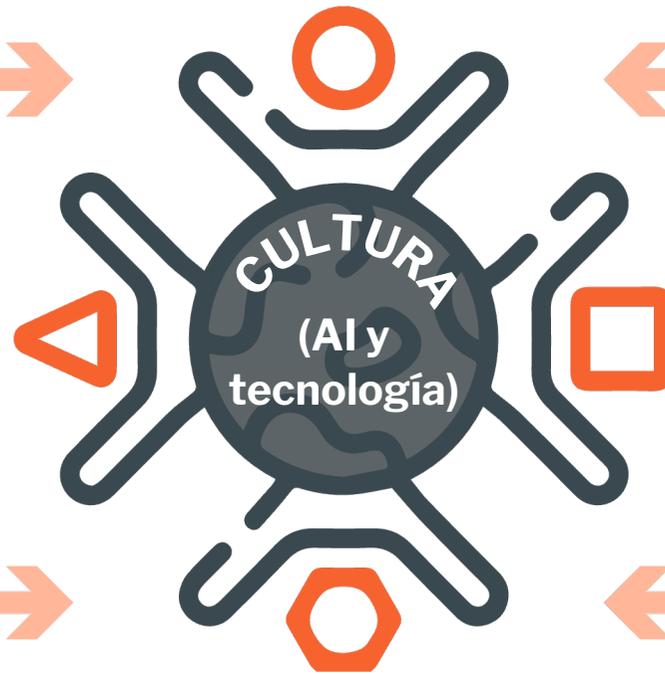
ADN

Fuente: Montenegro D.I. (2020). Modelo CulteX



3. TRANSFORMACIÓN RADICAL

¿PROPÓSITO?



¿LIDERAZGO?

¿GOBIERNO
EN LAS
ORGANIZACIONES?



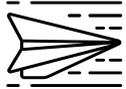
¿INNOVACIÓN,
ÉTICA Y RSE?

Fuente: Montenegro D.I. (2023). Modelo CulteX radical



LIDERAZGO DIRECTIVO

“Los retos no tienen límites, el liderazgo si los tiene”



Identidad
Rol
Personalidad



Incompetencia
Ignorancia
Relatividad
Intereses propios



Valores
Innovación
Adaptación al cambio
Pasión
Ideología

Fuente: Hamel, G. (2012). Lo que importa ahora.



META-LIDERAZGO



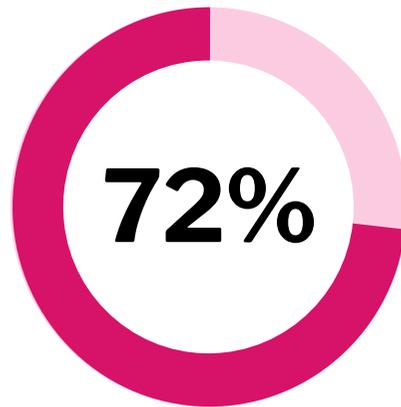
$$\bullet \text{ VALOR} = \frac{\text{Desempeño}}{\text{Costo}} \times \vec{V}$$

Honrar a las personas

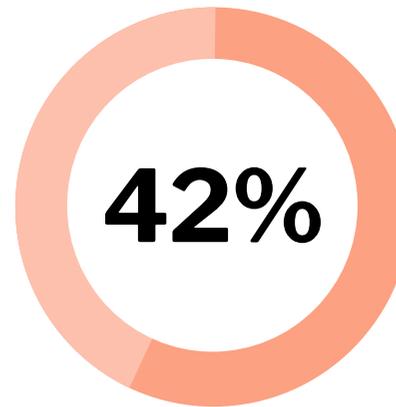
DATOS CRÍTICOS



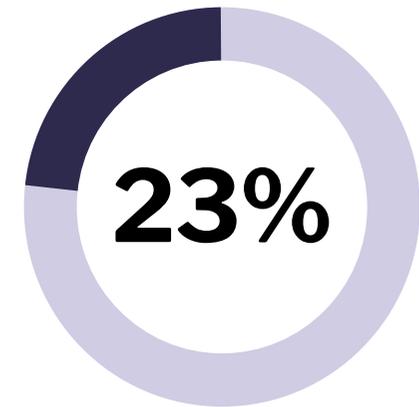
No existe Liderazgo



La motivación válida
es el dinero o
beneficios materiales



Tienen un Propósito

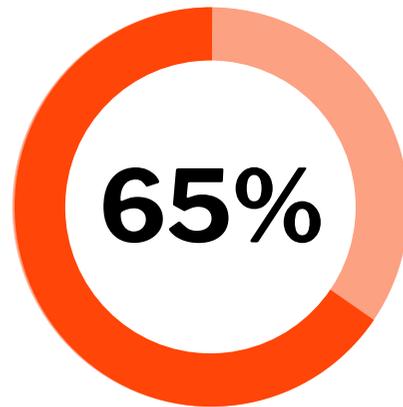


Innovación y
Creatividad son
importantes

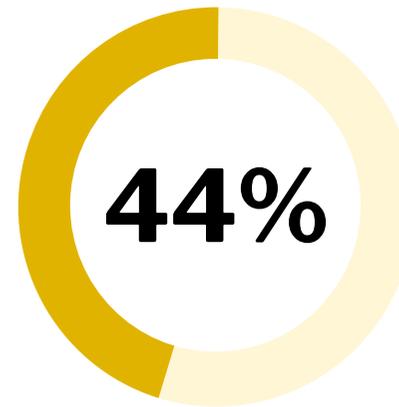
Fuente: Montenegro D.I. (2020, 2023). Investigación modelo CulteX



DATOS CRÍTICOS



No han adoptado una metodología para el desarrollo de proyectos estratégicos



Piensan que la eficiencia es únicamente reducir costos

Fuente: Montenegro D.I. (2020, 2023). Investigación modelo CulteX



PROPÓSITO

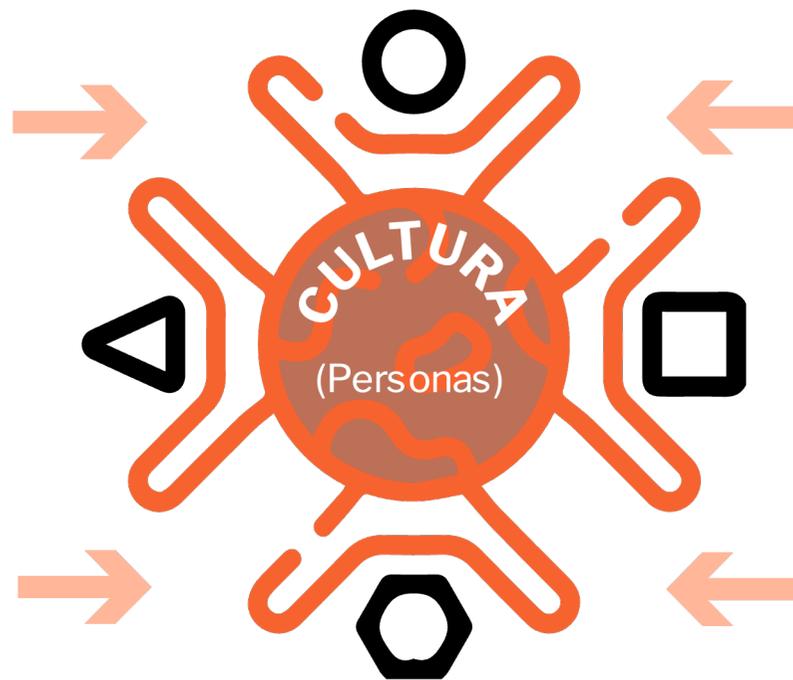
42%

Propósito virtuoso (10%)

BUEN GOBIERNO

65%

Modelos gestión de proyectos estratégicos



72%

Motivación Extrínseca

44%

Eficiencia: Reducir Costos

LIDERAZGO CONSCIENTE

40%

No tiene liderazgo

DRIVERS CULTURALES

23%

Creatividad e Innovación son importantes

Fuente: Montenegro D.I. (2020). Modelo CulteX



META-LIDERAZGO

Honrar a las personas



AMOR = Propósito centrado en las personas.



FAMA = Propuesta de valor única.



DINERO = Desenlace económico necesario.



6. CONCLUSIONES



CIID

U UNIVERSIDAD
H HEMISFERIOS



Diego
Ignacio
Montenegro



Los **META-LÍDERES** deben **inspirar** a través de una actuación responsable, honesta y humilde.



Es difícil la **REINVENCIÓN** cuando el Sistema Inmunológico Empresarial es más fuerte que la **voluntad de cambio**.



El camino a la **TRANSFORMACIÓN** debe encontrar a personas **más libres** para aprender, irse, evolucionar, hacer y ser.



El **FUTURO** ya no es la continuación de los **planes operativos del pasado**, ni de un modelo estático y de supervivencia.



Se requiere un modelo con un **ADN CULTURAL** con centro en las personas, liderazgo consciente, responsabilidad con otros y la adopción de un pensamiento computacional (**drivers**).



7. BIBLIOGRAFÍA



CIID

U UNIVERSIDAD
H HEMISFERIOS



Diego
Ignacio
Montenegro



Bostrom, N. (2014). *Superinteligencia: caminos, peligros, estrategias.* Oxford: Oxford University Press.

Hamel, G. (2012). *Lo que Importa Ahora.* Bogotá: Carvajal Educación.

IESE Business School. (2006). ¿Qué Cosas Diferentes dijo Juan Antonio Pérez López? *Revista de Antiguos Alumnos, 38-41.*

Montenegro, D. I. (2021). *Modelo CulteX: Cultura, Estrategia y Crecimiento Exponencial.* Girona, España: Universitat de Girona.

Walsh, M. (2019). *The Algorithmic Leader. How to Be Smart when Machines are Smarter than You.* Canada: Amanda Lewis.





Diseño de un **modelo competitivo** para organizaciones con **propósito**

