



# Actividad: La Tribu (Seth Godin)

<b>Follow the leader: Seth Godin</b>	2
<b>De la tribu a la presencia digital</b>	3
<b>¿A qué se dedican las tribus?</b>	4
<b>La tribu..., mi tribu...</b>	10

## 1. Follow the leader: Seth Godin

En el apartado anterior hemos visto cómo, a la que queremos llegar (a ser posible alcanzando el 100% de la red) se le llama tribu, y toda tribu necesita ser liderada.

Para entender mejor el concepto de tribu, visualizar el vídeo “The tribes we lead” de Seth Godin ([www.sethgodin.com](http://www.sethgodin.com)), Puedes localizar el vídeo en TED ([www.ted.com](http://www.ted.com)) o en este enlace: [https://www.ted.com/talks/seth\\_godin\\_on\\_the\\_tribes\\_we\\_lead](https://www.ted.com/talks/seth_godin_on_the_tribes_we_lead) (se pueden escoger los subtítulos en el idioma en que te sientas mejor)

Seth Godin at TED2009

### The tribes we lead

17:29

2,019,266 views

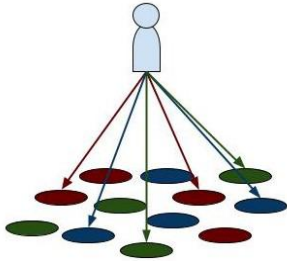
Seth Godin argues the Internet has ended mass marketing and revived a human social unit from the distant past: tribes. Founded on shared ideas and values, tribes give ordinary people the power to lead and make big change.

1. Anota en el siguiente recuadro aquellas frases del vídeo de Seth Godin que justifican porqué debemos buscar una tribu a la que liderar.

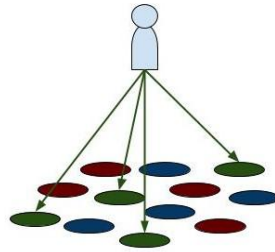
Liderar consiste en conectar personas ideas permite cambios  
La tribus puede conectar personas con personas, construye relaciones, trabaja hacia un objetivo común y cambia el mundo.

## 2. De la tribu a la presencia digital

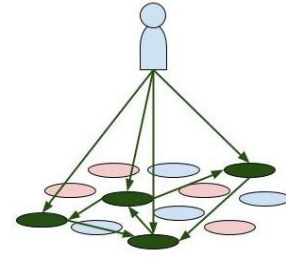
Si se desea tener una presencia digital es importante tener en cuenta que la presencia se logra dentro de un colectivo. Ese colectivo puede verse como un conjunto de personas que tienen cierta relación con nosotros, pero no tanta entre ellos. En este caso se trata de seguidores que no están conectados entre ellos. La diversidad de perfiles, y posiblemente de objetivos, entre quienes nos siguen puede ser muy grande. Consecuentemente, los puntos en común entre nuestros seguidores no serán una de sus características principales.



*Si enviamos mensajes distintos a distintos perfiles, es difícil que tengamos una presencia digital coherente.*



*Al enviar mensajes a la misma audiencia, es posible llegar a más personas.*



*Si la red está conectada, es muy probable que entre las personas difundan nuestros mensajes con más facilidad.*

Sin embargo, si nuestros seguidores tienen muchos puntos en común, especialmente objetivos similares, pueden formar una red cohesionada. Cuando se envía un mensaje de interés para la red, aunque ésta sea menor, el mensaje llegará a más personas.



*Los Minions (traducido: súbditos, adláteres, ...) son un ejemplo de tribu que necesita un líder.*

- Determinar algunas de las posibles tribus que se podrían alcanzar (partir de aficiones que tengas, de productos que consumes habitualmente, etc).

BSTYEL, un canal en YOUTUBE

Productos de HUAWEI.

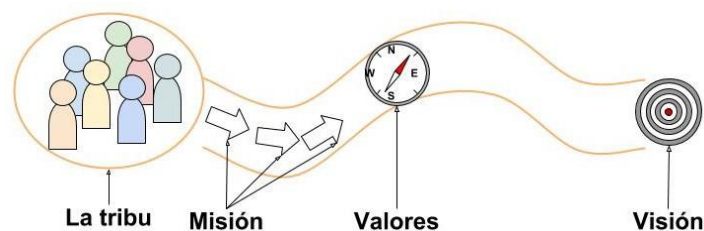
Voleibol.

ZARA.

### 3. ¿A qué se dedican las tribus?

Una vez conscientes de lo importante que es focalizar a la misma “tribu” y de lo importante que es conectar a los componentes de dicha tribu, debemos definir qué es lo que vamos a transmitir para liderar a dicha tribu. Si queremos liderar una tribu, debemos conocer tres aspectos de nuestra tribu: Misión, visión y (sobretudo) valores. En general se puede considerar que:

- La misión es la razón de ser de una empresa, de una organización, de tu tribu. ¿Qué hace la tribu? ¿para quien lo hace?.
- La visión es la situación en la que una empresa, una organización, tu tribu quiere estar en un futuro (medio o largo plazo). ¿Dónde queremos que esté la tribu en el futuro? ¿Cuándo queremos que ocurran las cosas a la tribu?
- Los valores son los principios éticos por los que una empresa, una organización, tu tribu va a regirse en la toma de decisiones para llevar a la tribu al punto deseado. ¿Cómo vamos a llegar al punto que la visión nos marca?



*Una tribu debe conocer qué hace y con quien lo hace (misión), a dónde debe ir y cuándo debe estar allí (visión) y cómo va*

3. Para conocer mejor estos conceptos, es bueno comprobar cómo las empresas o las organizaciones muestran su misión, su visión y sus valores. Revisaremos los de las siguientes empresas y organizaciones, y los analizaremos.



Compañía 1: [enlace](#)



A gusto con la vida

Compañía 2: [enlace](#)



Compañía 3: [enlace](#)

Incluir las palabras o frases claves de la descripción de la misión, visión y valores de las empresas y organizaciones que se han propuesto anteriormente.

	Compañía 1	Compañía 2	Compañía 3
<b>Misión</b>	Regrescar al mundo, marcar la diferencia.	Exceder con servicios, productos y marcas, las expectativas de Nutrición, Salud y Bienestar de nuestros clientes y consumidores	<b>Comprometidos con un modelo energético que prioriza el bienestar de las personas y la preservación del planeta</b>
<b>Visión</b>	Crea las marcas y ofrecer las bebidas que la gente desea para refrescarla en todos los sentidos. Y hacerlo a través de un negocio más sostenible y construyendo un futuro mejor para todos, que marque la diferencia en la vida de las personas, la sociedad y el planeta.	Evolucionar de una respetada y confiable compañía de alimentos a una respetada y confiable compañía de alimentos, nutrición, salud y bienestar.	Continuar construyendo, cada día y en colaboración, un modelo energético más eléctrico, saludable y accesible. La creación de valor compartido, el dividendo social, la responsabilidad social corporativa, con los objetivos de desarrollo sostenible.
<b>Valores</b>	Pasión por las personas. Vanguardia y excelencia en ingredientes, innovación, diseño y marketing. Inversión en liderazgo en todas las categorías. Actuación a nivel mundial y local. Alianzas comerciales potentes.	Fuerte compromiso con productos y marcas de calidad. Respeto de otras culturas y tradiciones. Relaciones personales basadas en la confianza y el respeto mutuo. Alto nivel de tolerancia frente a las ideas y opiniones de los demás. Enfoque más pragmático de los negocios. Apertura y curiosidad frente a futuras tendencias tecnológicas dinámicas. Orgullo de contribuir a la reputación y los resultados de la Compañía. Lealtad a la Compañía e identificación con ella.	Energía sostenible Fuera integradora Impulso dinamizador

4. Como ejercicio interesante, para comparar con las compañías anteriores, se plantea buscar (o deducir) la misión, la visión y los valores de las siguientes organizaciones.



Organización 1: [enlace](#)



Organización 2: [enlace](#)





Organización 3: [enlace](#)

	Organización 1	Organización 2	Organización 3
Misión	<p>Greenpeace es una organización independiente, política y económicamente, que utiliza la acción directa no violenta para atraer la atención pública hacia los problemas globales del medio ambiente e impulsar las soluciones necesarias para tener un futuro verde y en paz.</p>	<p>La misión de AMNISTÍA INTERNACIONAL consiste en realizar labores de investigación y acción centradas en impedir y poner fin a los abusos graves contra el derecho a la integridad física y mental, a la libertad de conciencia y de expresión y a no sufrir discriminación, en el contexto de su trabajo de promoción de todos los derechos humanos.</p>	<p>Ayuda a las personas a mejorar sus condiciones de vida y a los países a lograr la paz y un desarrollo sostenible.</p>
Visión	<p>Promover activamente el desarrollo agrícola, lograr un suministro de alimentos sostenible, proteger los recursos marinos y forestales, mantener la paz mundial, oponerse a la guerra, mejorar el clima y promover la democracia y los derechos humanos.</p>	<p>Todas las personas disfrutan de los derechos proclamados en la <u>Declaración Universal de Derechos Humanos</u> de Naciones Unidas.</p>	<p>un mundo en el que las personas puedan llevar una vida plena gracias a infraestructuras adecuadas, sostenibles y resilientes así como al uso eficiente y transparente de los recursos públicos en materia de adquisiciones y gestión de proyectos. Nuestra visión es un mundo en el que las personas puedan llevar una vida plena gracias a infraestructuras adecuadas, sostenibles y resilientes así como al uso eficiente y transparente de los recursos públicos en materia de adquisiciones y gestión de proyectos.</p>



<p>Valores</p>	<p>Responsabilidad personal y no violencia</p> <p>Greenpeace no tiene amigos ni enemigos permanentes</p> <p>Independencia</p>	<p>AMNISTÍA INTERNACIONAL forma una comunidad global de defensores de los derechos humanos, y éstos son sus principios: solidaridad internacional, actuación eficaz en favor de víctimas concretas, cobertura universal, universalidad e indivisibilidad de los derechos humanos, imparcialidad e independencia, y democracia y respeto mutuo.</p>	<p>Asociaciones y coordinación</p> <p>Excelencia</p> <p>Rendición de cuentas sobre los resultados y transparencia</p> <p>Titularidad y capacidad nacional.</p>
----------------	---	--	--

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en los ejercicios anteriores..

5. ¿Es fácil diferenciar claramente, basándose en la misión, visión y valores, unas compañías y organizaciones de otras?

Es muy fácil diferenciar calaramente.

Desde la visión, la misión y los valores, una empresa simple es para obtener beneficios, con fin de lucro, por lo general se encargan de prestar un servicio a la comunidad. Pero la organización tiene propósitos con fines de ayuda y contribución, con sin ánimo de lucro.

6. ¿Quiénes dan la sensación de “tener más claro por qué hacen lo que hacen”?

Las organizaciones

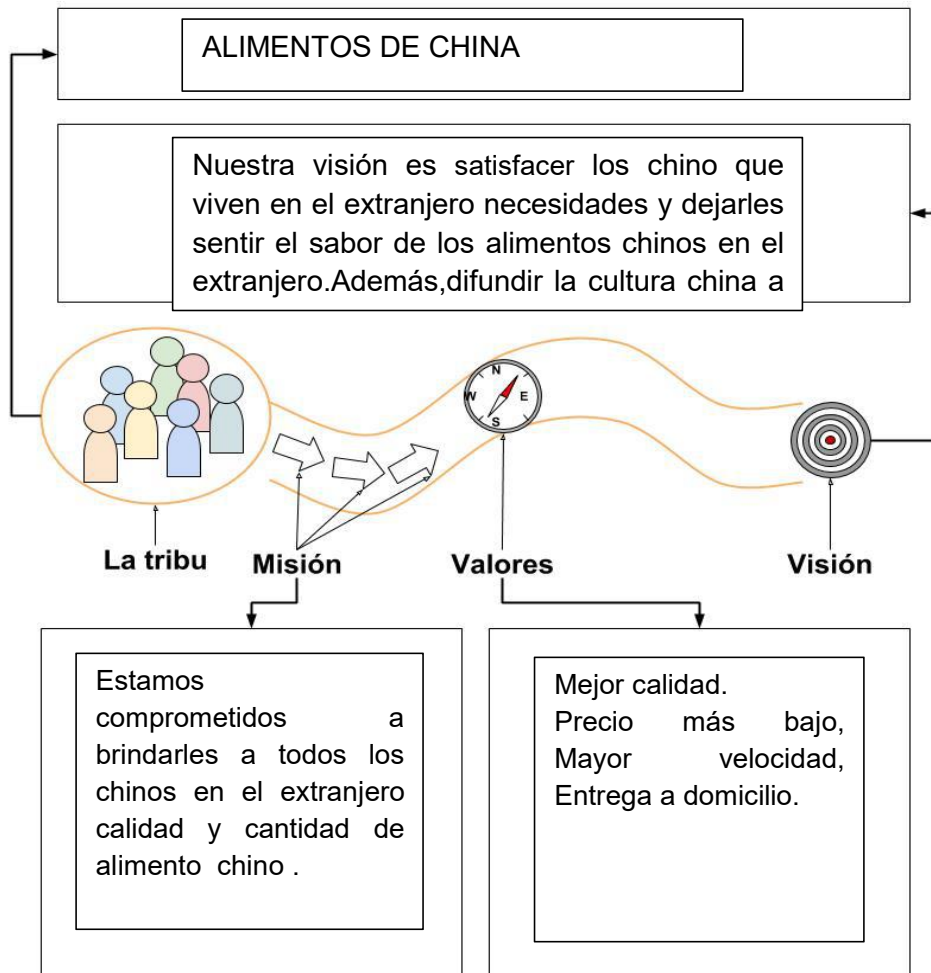
7. ¿Sabrías detectar las “tribus” en los seis casos (compañías y organizaciones) anteriores?

Las personas que quieren beber Coca-Cola  
 Las personas que quieren los productos de Nestlé  
 Las personas que quieren usar energía limpia.  
 Las personas que están preocupadas por cuestiones ambientales.  
 Las personas que están preocupadas por los derechos humanos.  
 Las personas que están preocupadas por la paz y el desarrollo sostenible.

#### 4. La tribu..., mi tribu...

Llegados ya a este punto, deberíamos ser capaces de definir la misión, la visión y los valores de nuestra tribu.

#### 8. Rellena los siguientes datos de la tribu a la que deseas liderar



A