

ESTRATEGIA ÁGIL PARA UN MUNDO ADAPTABLE



ARLEEN GARCÍA DURÁN

GTE. DIVISIÓN PROYECTOS ÁGILES - CHIEF SCRUM MASTER

BANCO POPULAR DOMINICANO

REPÚBLICA DOMINICANA

**ESTAMOS EN CONSTANTE CAMBIO
Y BAJO DEMASIADA INCERTIDUMBRE**

ANTES EL ENTORNO ERA
VUCA

AHORA ES
BANI

FRÁGIL

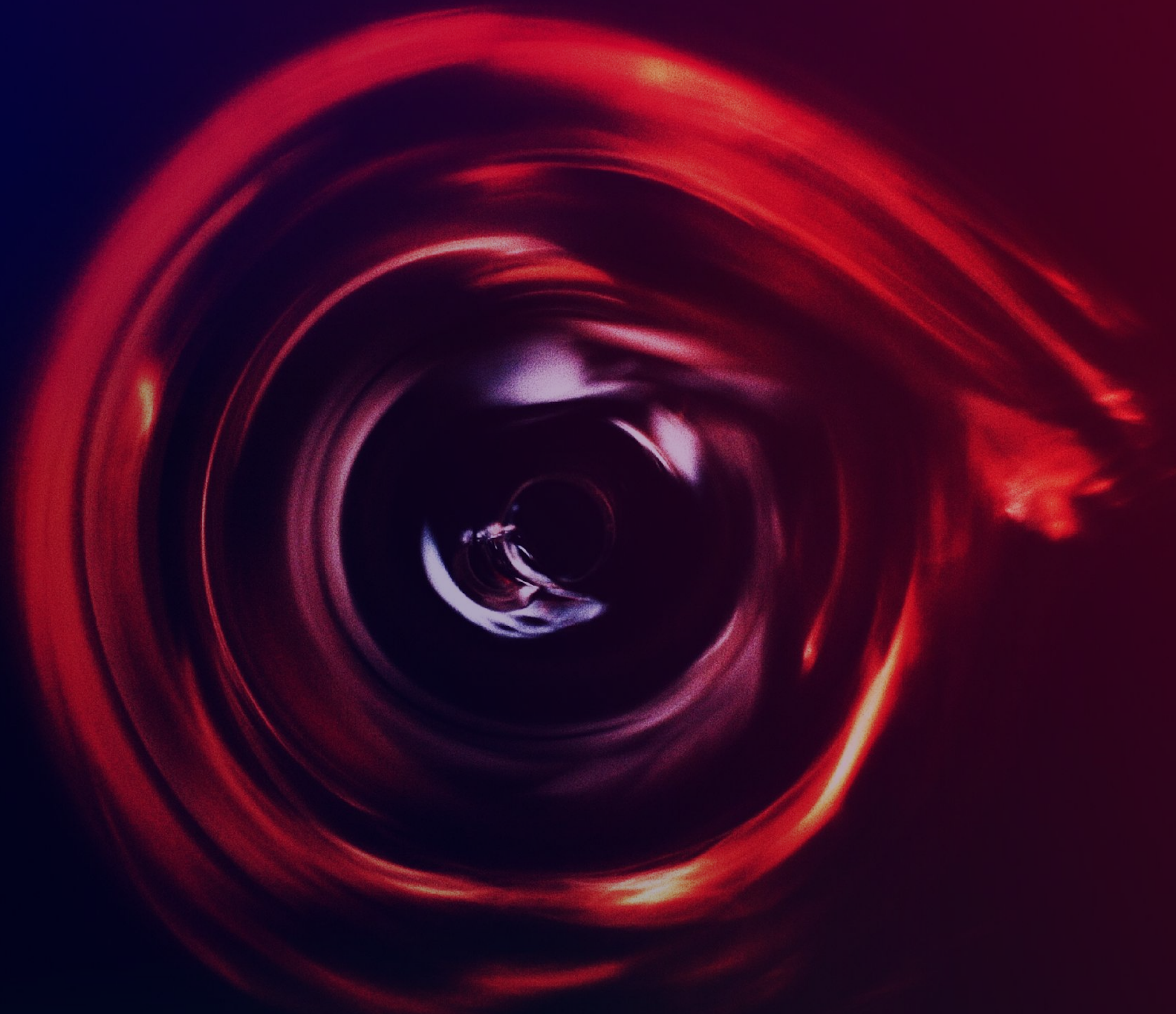
ANSIOSO

NO LINEAL

INCOMPREENSIBLE

**¿QUÉ PASARÁ CON LAS
COMPAÑÍAS QUE
NO SE ADAPTEN
CONSTANTEMENTE?**

DESAPARECERÁN



BUILD

RUN

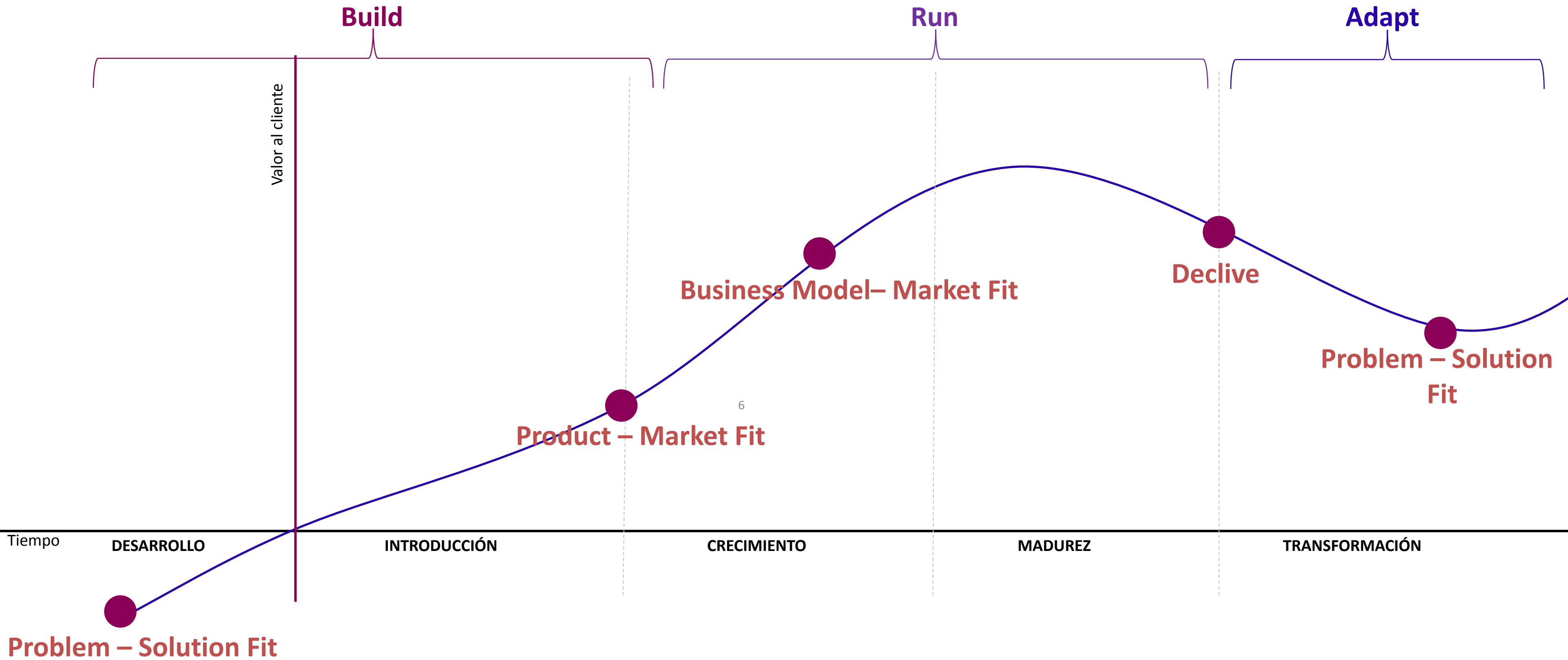
ADAPT

ASPIRACIONES ESTRATÉGICAS
CICLOS CORTOS FEEDBACK
COMUNICACIÓN
FLEXIBILIDAD
DEADLINES
MANEJO DE COSTOS

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
CREACIÓN CADENA DE VALOR
PLANES OPERATIVOS
EJECUCIÓN SOSTENIDA
PROCESOS ESTANDARIZADOS
DEADLINES
MANEJO DE PRESUPUESTO

MANEJO DEL CAMBIO
FLEXIBILIDAD
CREATIVIDAD
ACEPTAR EL FRACASO
REINVENCIÓN

BUILD THE BUSINESS, RUN THE BUSINESS, ADAPT THE BUSINESS





**SE REPITE A
PERPETUIDAD**

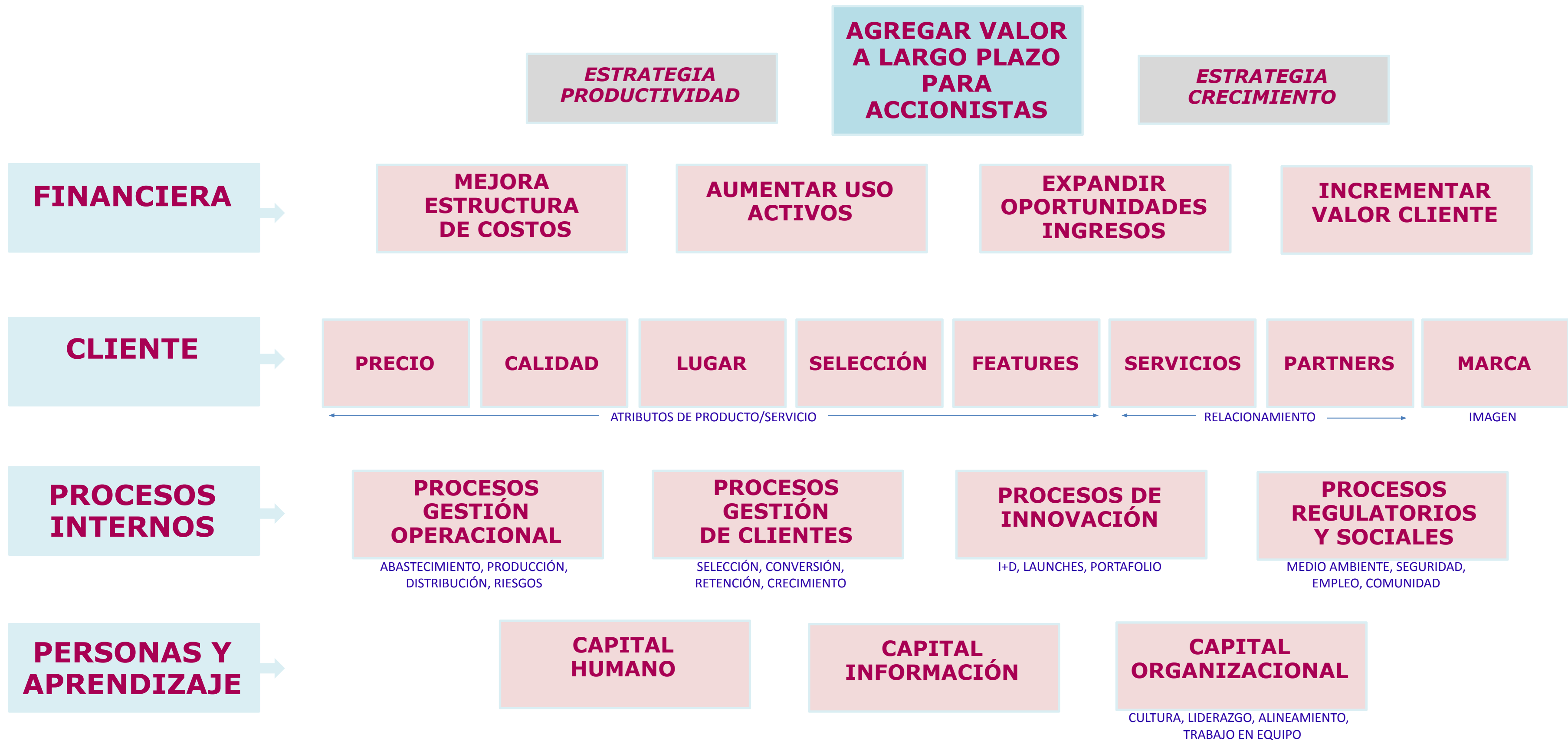
**¿USAS LA AGILIDAD COMO ESTRATEGIA
O
TIENES UNA ESTRATEGIA ÁGIL?**



**CONSULTA TU MAPA ESTRATÉGICO, TU
ADN EMPRESARIAL**

MAPA ESTRATEGICO

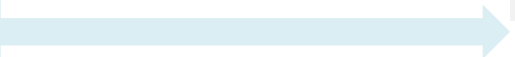
PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS



MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS

**PERSONAS Y
APRENDIZAJE**



**CAPITAL
HUMANO**

- PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN ESBELTOS Y POR COMPETENCIAS
- SUBSISTEMAS DE RECURSOS HUMANOS ÁGILES
- CAPACITACIÓN CONSTANTE Y ON DEMAND

**CAPITAL
INFORMACIÓN**

- SISTEMAS DE INFORMACIÓN ABIERTOS Y CON DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- REDES
- BASES DE DATOS
- DISPONIBILIDAD DE AMBIENTES

**CAPITAL
ORGANIZACIONAL**

- CULTURA DE APERTURA Y ADAPTABILIDAD.
- SIMBOLOGÍA, ESTRATEGIA COMUNICACIÓN.
- TRABAJO EN EQUIPO Y NO EN SILOS
- OBJETIVOS COMPARTIDOS.
- ESTRUCTURA MATRICIAL

CULTURA, LIDERAZGO, ALINEAMIENTO,
TRABAJO EN EQUIPO

MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS



MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS

- HERRAMIENTAS DE PROTOTIPADO VARIAS, DESDE EL PAPEL HASTA PROTOTIPOS EN DISTINTOS MATERIALES/DEMOS
- ESPACIO DIGITAL A PESAR DEL BRICK AND MORTAR
- VALIDACIÓN DE PROTOTIPOS MEDIANTE EXPERIMENTOS, MVPs y VALIDACIONES DE HIPÓTESIS SOBRE LOS ATRIBUTOS Y EL BUYER PERSONA
- PIVOT, PIVOT, PIVOT
- INVOLUCRAMIENTO DEL CLIENTE EN TODO EL PROCESO
- BÚSQUEDA DE OCEÁNOS AZULES

- PROVEEDORES Y CLIENTES COMO ALIADOS DE LA CADENA DE VALOR.
- POSICIONAMIENTO COMO MARCA INNOVADORA.

- CONSTRUIR LA MARCA CON EL CLIENTE

CLIENTE

PRECIO

CALIDAD

LUGAR

SELECCIÓN

FEATURES

SERVICIOS

PARTNERS

MARCA

← ATRIBUTOS DE PRODUCTO/SERVICIO →

← RELACIONAMIENTO →

IMAGEN

PROCESOS INTERNOS

PROCESOS GESTIÓN OPERACIONAL

ABASTECIMIENTO, PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN, RIESGOS

PROCESOS GESTIÓN DE CLIENTES

SELECCIÓN, CONVERSIÓN, RETENCIÓN, CRECIMIENTO

PROCESOS DE INNOVACIÓN

I+D, LAUNCHES, PORTAFOLIO

PROCESOS REGULATORIOS Y SOCIALES

MEDIO AMBIENTE, SEGURIDAD, EMPLEO, COMUNIDAD

PERSONAS Y APRENDIZAJE

CAPITAL HUMANO

CAPITAL INFORMACIÓN

CAPITAL ORGANIZACIONAL

CULTURA, LIDERAZGO, ALINEAMIENTO, TRABAJO EN EQUIPO

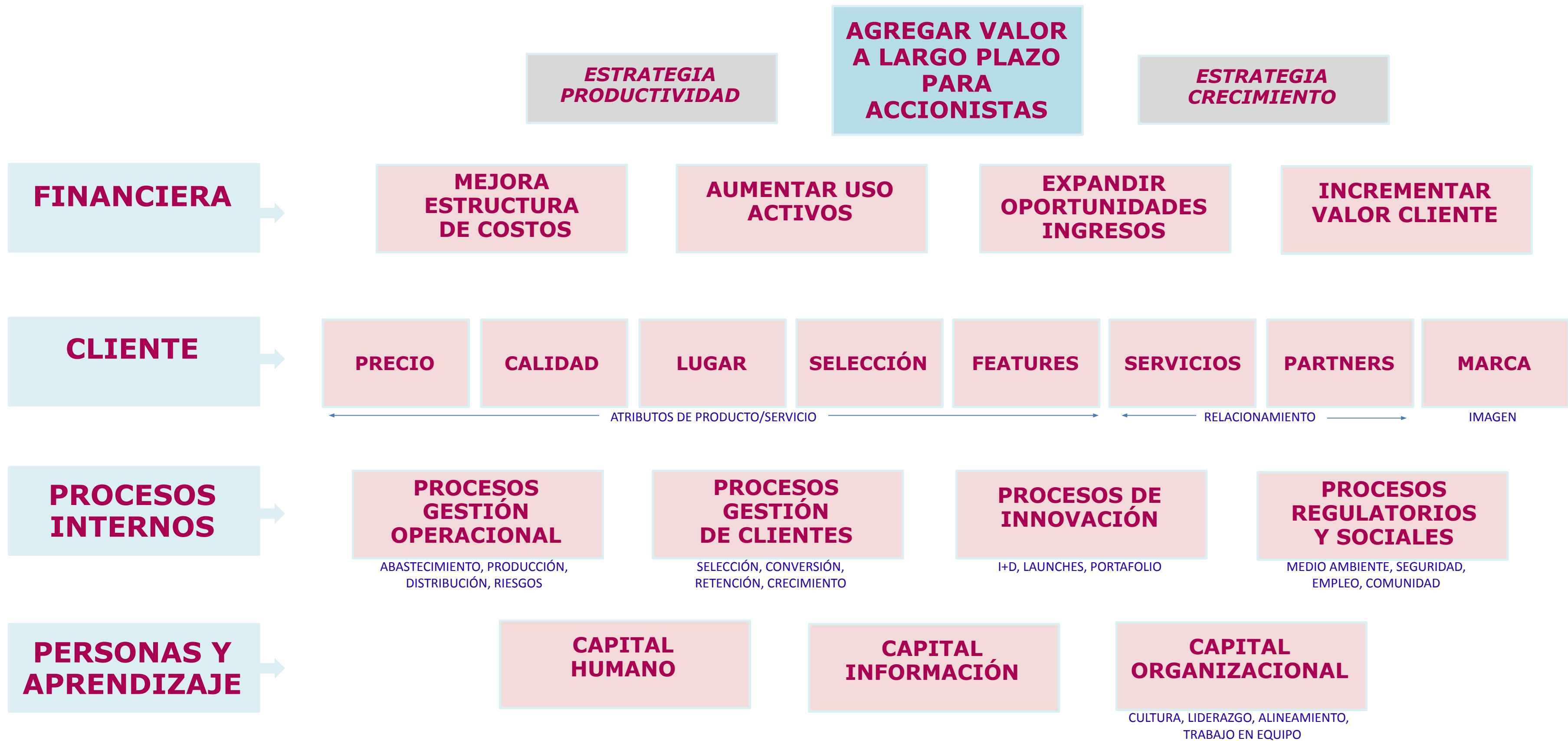
MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS



MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS





**¿ES NUESTRO ADN
EMPRESARIAL LO
SUFICIENTEMENTE
ÁGIL, PARA
MANTERNOS
RELEVANTES?**

CONTACTO



AGILE COACH, CHIEF SCRUM MASTER Y SAFE AGILIST. INGENIERA INDUSTRIAL, MBA, ESPECIALISTA Y PROFESORA EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y DESIGN THINKING. CONSULTORA EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. COACH DE VIDA.

