Club de Investigación Tecnológica
Desde 1988

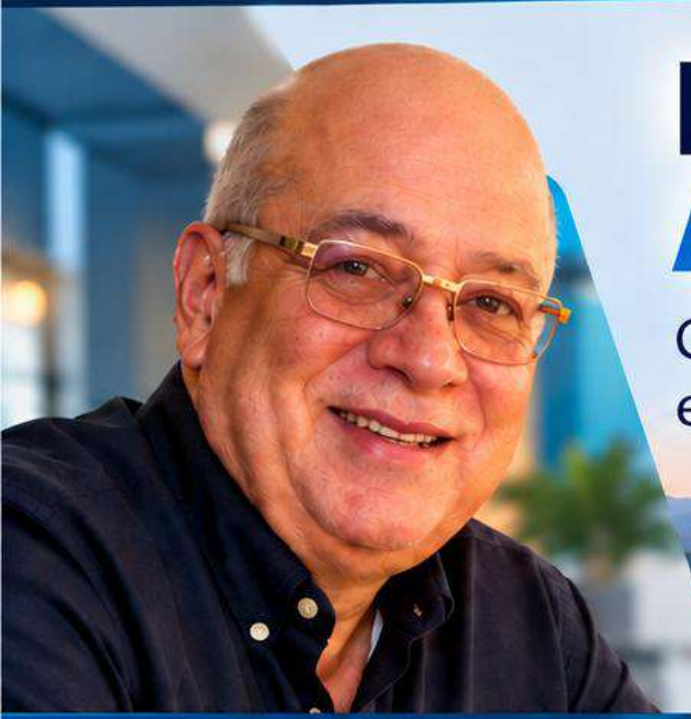
Conferencia para el Club de Investigación Tecnológica

Jueves
22 de octubre
7:30 am

La Hipótesis de la Agilidad Empresarial:

Tomorrow-Ready Today

Cómo la práctica deliberada del **agilismo** está moldeando el **ADN de las Organizaciones**



José F. Maldonado M.
Business Agility Professional (BAP)

Estratega en Agilidad Empresarial y Transformación Organizacional, Líder multiregional con enfoque en la generación de valor y desarrollo de capacidades organizacionales.

- **Hipótesis de Valor**
- **Apuesta, Promesa y Desafío Estratégico**
- **Dominios Medulares**
- **Capacidades Esenciales**
- **Comportamientos Catalizadores**

Si el futuro llegara mañana...

¿qué tendríamos que haber visto, sentido y transformado HOY en el ADN de nuestras organizaciones para estar preparados?

VISTO

SENTIDO

TRANSFORMADO



“**El futuro seguirá siendo incierto.**
Lo que sí podemos decidir **HOY** es qué **capacidades desarrollar, qué comportamientos cultivar y qué formas de trabajar transformar** para estar preparados, no importa lo que depare el mañana.”



“El ADN de una organización no se transforma por decreto: evoluciona mediante **nuevas experiencias, comportamientos y prácticas deliberadas** que se convierten en **capacidades organizacionales.**”


Desde los años 90 hasta hoy
ENTORNO VUCA
V
Volatility
U
Uncertainty
C
Complexity
A
Ambiguity
HACIA UN NUEVO PARADIGMA
CAMBIO
Desde 2020
ENTORNO BANI
Brittle
B
Frágil
Anxious
A
Ansioso
Nonlinear
N
No lineal
I
Incomprensible

Volar en la era IA (cambio continuo)



El Viaje hacia la Agilidad Empresarial

Agilidad en Equipos

Algunos equipos de desarrolladoras de productos y tecnología se benefician de una mayor autonomía para mejorar la entrega de productos.



Agilidad Escalada

Los equipos de equipos aprovechan la productividad de las técnicas y enfoques ágiles para entregar soluciones.



Agilidad fuera de TI

Adopción de prácticas ágiles fuera de los grupos tecnológicos para permitir una mayor productividad.



Agilidad Empresarial

Comportamientos y capacidades en la organización para crear de valor para el cliente y centrarse en el ser humano.



Agilidad del Ecosistema

Relaciones colaborativas y fluidas entre partes interesadas para lograr una causa común.



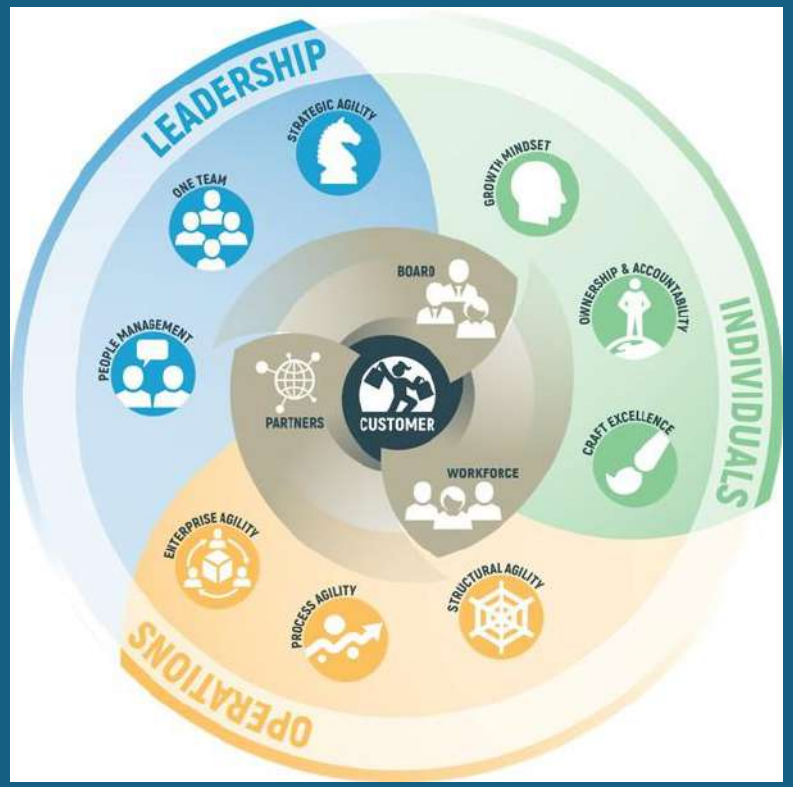
Agilidad Empresarial
Big Players



BUSINESS AGILITY INSTITUTE

business agility forum

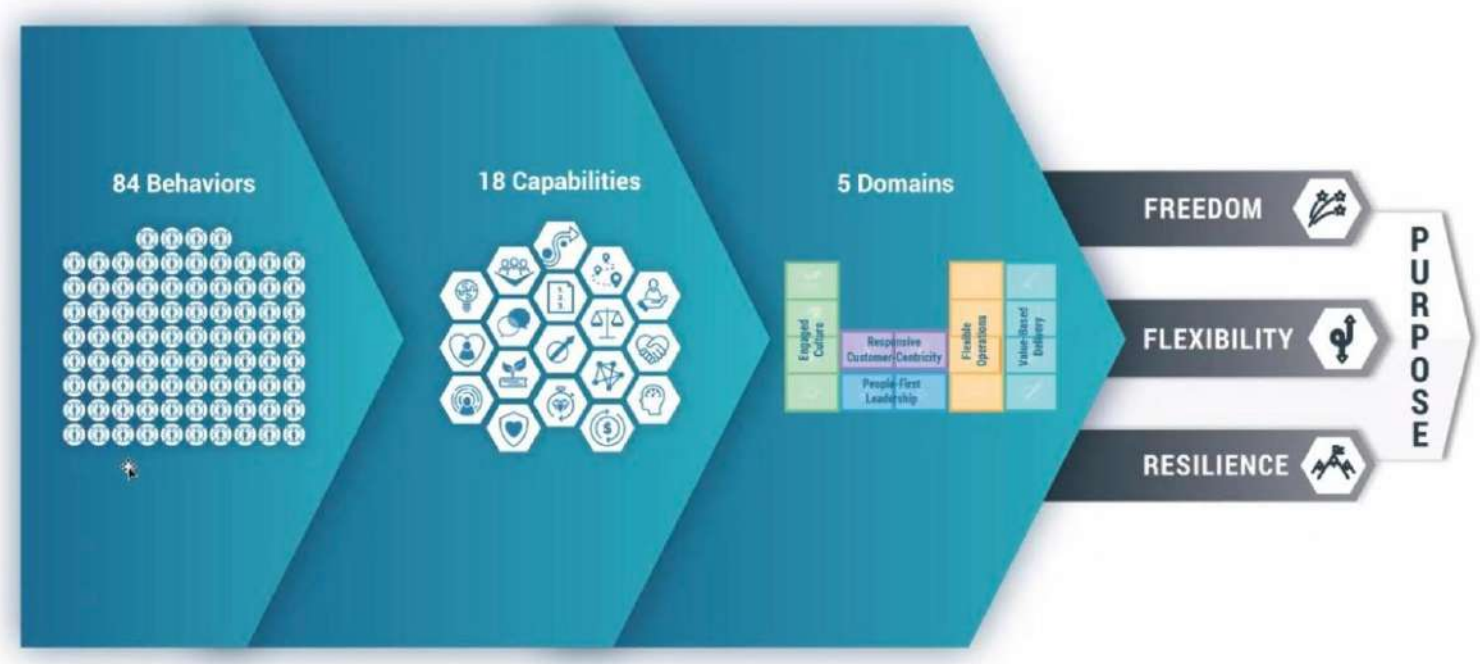
ICAgile
International Consortium for Agile



Versión 3.0 - 2022

BUSINESS AGILITY INSTITUTE

Versión 4.0 - 2024



AGILIDAD EMPRESARIAL (AE)

Responder hoy. Prosperar mañana.

LA NECESIDAD

El entorno cambia más rápido hoy que nuestra capacidad de respuesta.

LA MOTIVACIÓN

"Desarrollar un conjunto de capacidades, comportamientos y formas de trabajo organizacionales que le brindan a su empresa la **libertad, flexibilidad y resiliencia** para lograr su propósito, **no importa lo que depare el futuro**".



Modelo del BAI
Dominios (5)





BUSINESS AGILITY INSTITUTE



Dominios - Respuesta a la pregunta: ¿En cuál de estas áreas o dominios centraremos el esfuerzo inicial? o ¿Cuál es el dominio en donde podemos desbloquear el valor para el negocio?

Modelo del BAI
Capacidades (18)



BUSINESS AGILITY INSTITUTE



Cultura de compromiso

- Cultivar una organización que aprende
- Involucrar de manera transparente y valiente
- Integrar la seguridad psicológica
- Actuar como un solo equipo

BUSINESS AGILITY INSTITUTE

Centrado en el cliente y sensible a sus necesidades

- Defender apasionadamente al cliente
- Escuchar y responder de manera proactiva
- Integrar diversas ideas

Liderazgo centrado en las personas

- Fomentar relaciones auténticas
- Empoderar con rendición de cuentas
- Desarrollar el potencial de las personas

Operaciones flexibles

- Adaptar estrategias de manera fluida
- Financiar el trabajo de manera dinámica
- (Re)organizar estructuras con fluidez
- Equilibrar la gobernanza y el riesgo

Entrega basada en valor

- Liberar el flujo de trabajo de manera creativa
- Priorizar. Priorizar. Priorizar.
- Entregar valor más pronto
- Aprovechar oportunidades emergentes

Capacidad: Poder o habilidad de una organización para hacer algo

Modelo del BAI
Comportamientos (+80)





BUSINESS AGILITY INSTITUTE

Centrado en el cliente y sensible a sus necesidades

Defender apasionadamente al cliente	> Deleitar proactivamente al cliente > Refinar la experiencia del cliente > Comprender la motivación del cliente > Mejorar los resultados del cliente > Diseñar estrategias de alto impacto > Actuar como un visionario creativo
Escuchar y responder de manera proactiva	> Identificar y monitorear tendencias emergentes > Dar espacio a los equipos para innovar > Usar el cambio como ventaja estratégica
Integrar diversas ideas	> Promover ideas y oportunidades > Animar a los equipos a asumir riesgos > Encontrar oportunidades de colaboración > Involucrar deliberadamente a equipos diversos

Entrega basada en valor

Liberar el flujo de trabajo de manera creativa	> Optimizar el flujo de trabajo > Crear procesos considerando a las personas > Eliminar trabajo innecesario > Retirar impedimentos
Priorizar. Priorizar. Priorizar.	> Priorizar de manera rigurosa > Reevaluar continuamente los resultados > Alinear el trabajo con estrategias y objetivos > Balancear la capacidad para el cambio
Entrega de valor más pronto	> Entregar resultados al cliente > Crear equipos estables entre funciones > Establecer expectativas claras > Habilitar nuevas y mejores formas de trabajar
Aprovechar oportunidades emergentes	> Aprovechar oportunidades para generar valor > Mantener opciones abiertas el mayor tiempo posible > Diseñar para oportunidades emergentes > Construir capacidad para oportunidades

Operaciones flexibles

Adaptar estrategias de manera fluida	> Crear una visión vívida del futuro > Planificar con escenarios > Realizar revisiones estratégicas periódicas > Planificar en múltiples horizontes temporales
Financiar el trabajo de manera dinámica	> Asignar fondos de manera dinámica > Asegurar autonomía sobre presupuestos locales > Desacoplar recursos de actividades de bajo valor > Adaptar la asignación de recursos
(Re)organizar estructuras con fluidez	> Identificar y desarrollar talento > Alinear la estructura organizacional > Desarrollar funciones laborales para el futuro
Equilibrar la gobernanza y el riesgo	> Eliminar controles innecesarios > Diseñar controles de gobernanza adaptativos > Reconocer tensiones y compensaciones > Crear procesos para tomadores de decisiones > Gestionar contratos esperando el cambio > Tratar a las personas con equidad

Cultura de compromiso

Cultivar una organización que aprende	> Compartir y aplicar aprendizajes > Priorizar alto impacto > Realizar experimentos > Iterar con retroalimentación > Tomar decisiones balanceadas > Incorporar una cultura de aprendizaje
Involucrar de manera transparente y valiente	> Cuestionar el estado actual > Compartir información abiertamente > Modelar conversaciones valientes > Comunicar el impacto del cambio > Hacer visible el trabajo > Comunicar los controles de gobernanza
Integrar la seguridad psicológica	> Fomentar un entorno abierto > Construir confianza con mentalidad de crecimiento > Crear un sentido de pertenencia
Actuar como un solo equipo	> Alinear prioridades estratégicas > Trabajar más allá de las tareas > Actuar en el mejor interés de la organización > Colaborar sin problemas con socios externos > Colaborar para ganar, no para imponer

Liderazgo centrado en las personas

Fomentar relaciones auténticas	> Crear espacios para conexiones auténticas > Desarrollar líderes con enfoque en las personas > Apoyar a las personas a través del cambio
Empoderar con rendición de cuentas	> Delegar la toma de decisiones con autoridad > Dar propiedad sobre los resultados del negocio > Empoderar a los equipos para actuar > Tomar decisiones con sentido común > Medir regularmente los resultados del negocio > Usar historias para inspirar e influir
Desarrollar el potencial de las personas	> Brindar retroalimentación accionable de forma regular > Dedicar tiempo para el desarrollo > Reforzar el comportamiento positivo > Desarrollar la capacidad de rendición de cuentas > Crear una experiencia positiva para los empleados > Diseñar incentivos intrínsecos > Fomentar una cultura sólida de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)

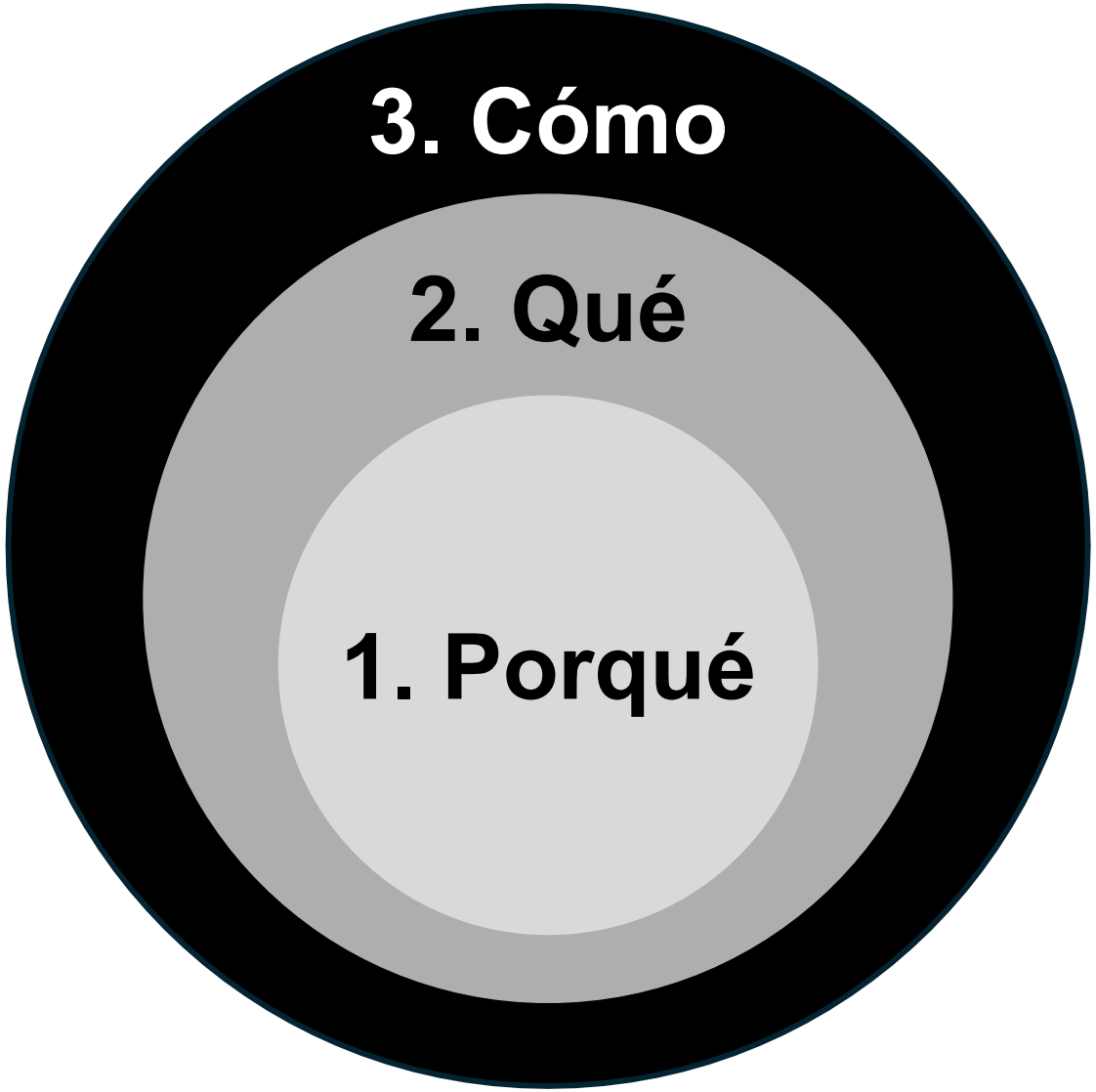
Comportamiento:

acción específica, observable, medible, repetible y moldeable del modo de actuar de las partes interesadas dentro de una organización

- Definidos para las partes interesadas: ejecutivos, líderes y todos
- Agrupados bajo la capacidad a la que más contribuyen

La Preparación del Camino





El Camino Experimentado:
¿Qué hacemos para entregar MCV?

Mínimo Experimento Viable (MEV)

Analizar Capacidades y Formular Hipótesis Estratégica Valor

- ❑ Inducción Ejecutiva AE
- ❑ Perfilado Lite
- ❑ Gap Analysis de Compet. Organiz actuales vs BAI.
- ❑ Acuerdo Dominio y Capacidades BAI

Formación de los Equipos Ágiles

Aprender, Seleccionar, Organizar y Equipos Ágiles

- ❑ Postulación, evaluación y selección de EA
- ❑ Escape Room
- ❑ Bootcamp de AE
- ❑ Acuerdos de Comportamientos BAI

Iteración Primaria *(PoC y MCV)*

Aplicar y Ejecutar Experimentos para Desarrollar Nuevas Capacidades

- ❑ Selección de la PoC
- ❑ Cierre de brechas de Compet. Indiv.
- ❑ SCRUM + OKR en Acción
- ❑ Construcción del MCV (Cambio)

Iteraciones Secundarias

Ampliar, Sostener, Escalar & Mejorar Aprendizaje

- ❑ Institucionalizar MVC
- ❑ Contabilidad del Aprendizaje (medición y análisis)
- ❑ Pivotar o Perseverar
- ❑ Etapa de Aceleración o Motor de Crecimiento

Gestión del Cambio Organizacional (GCO)

Comprender el Valor

C-Suite busca nuevas formas para generar valor

Rentabilidad

¿Cómo podemos aumentar nuestros ingresos manteniendo los costos constantes?

Tecnología

¿Cómo podemos utilizar tecnologías digitales avanzadas y análisis de datos para revolucionar el mercado?



Crecimiento

¿Cómo podemos invertir y escalar nuestros negocios futuros sin afectar los actuales?

Fuerza laboral

¿Cómo podemos canalizar la pasión, el propósito y el desempeño de nuestra fuerza laboral para que alcancen su máximo potencial?

Sostenibilidad

¿Cómo podemos ser más ágiles y adaptarnos a las cambiantes necesidades de los clientes y del mercado?

Matriz de Valor para las Iniciativas

Generar impacto positivo para los Stakeholders



Generar Valor

Workshops Gerenciales



Comprender el Valor para el Negocio

- Conocer los objetivos estratégicos
- Definir el significado del valor para el liderazgo
- Establecer la dirección
- Comprometer a las partes interesadas claves



Identificar los BPI claves y formular hipótesis de valor

- Establecer una primera perspectiva sobre las áreas de beneficio estratégico
- Desarrollar una propuesta de valor basada en hipótesis para la transformación



Identificar iniciativas y desarrollar casos de negocio

- Validar las hipótesis
- Desarrollar un caso de valor tangible
- Cuantificar el valor de la inversión planificada



Desarrollar las Capacidades para Impulsar el Valor

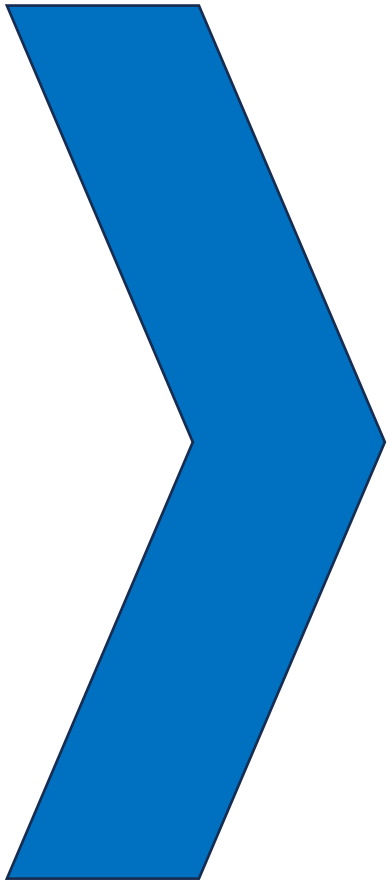
- Mantener un enfoque en el valor
- Establecer mecanismos de gobernanza
- Monitorear la generación de valor
- Considerar acuerdos de reparto de valor y riesgo

Empoderamiento con Rendición de Cuentas

Workshops Equipos Ágiles

Hoja de Ruta Estratégica Clara

- Basada en el valor y los BPI´s para impulsar la priorización y la ejecución
- Con las KPI´s y OKR´s para cada iniciativa
- Y los responsables de las iniciativas con el poder para pivotar o descartar las iniciativas, en función de los resultados claves y el valor potencial



Equipos Ágiles Empoderados

- Guiados por objetivos de contribución con autonomía
- para desarrollar soluciones integrales
- Y llevar a cabo una mejora continua con una visión orientada al negocio

PERSPECTIVA: FUERZA LABORAL

Liderazgo centrado en el talento



¿Estamos generando valor y alcanzando los resultados empresariales esperados?

BPI 01 – *Índice de Madurez en Seguridad Psicológica*	Mide el nivel de confianza de los Colaboradores para desafiar una idea, un proceso o una decisión sin temor a represalias
BPI 02 – *Employee Net Promoter Score (eNPS)*	Mide el grado en que los Colaboradores recomiendan a SPI como un excelente lugar para trabajar
BPI 02 – *Índice de Ausentismo y Presentismo*	Mide el porcentaje de días laborales perdidos por permisos médicos relativos a salud, estrés o desmotivación



¿Estamos logrando los cambios estratégicos que nos propusimos?

Objetivo (O):
Consolidar una cultura de alta Seguridad Psicológica, donde los colaboradores propongan ideas libremente y se sientan valorados

Resultado Clave (KR) 01
Elevar el índice de madurez de la seguridad psicológica de Nivel 1 a Nivel 2 dentro de la escala de SP de Amy Edmondson

KR 02
Reducir la rotación voluntaria de la fuerza laboral de un 3% mensual a menos del 1%.

KR 03
Aumentar el FCRR de un 65% a un 80%, otorgando mayor autonomía y capacitación al 1er. nivel de soporte



¿Qué tan bien estamos ejecutando el desempeño y la gestión operativa?

KPI 01 – *Employee Net Promoter Score (eNPS)*
¿Recomendarían los colaboradores a SPI como un excelente lugar para trabajar?

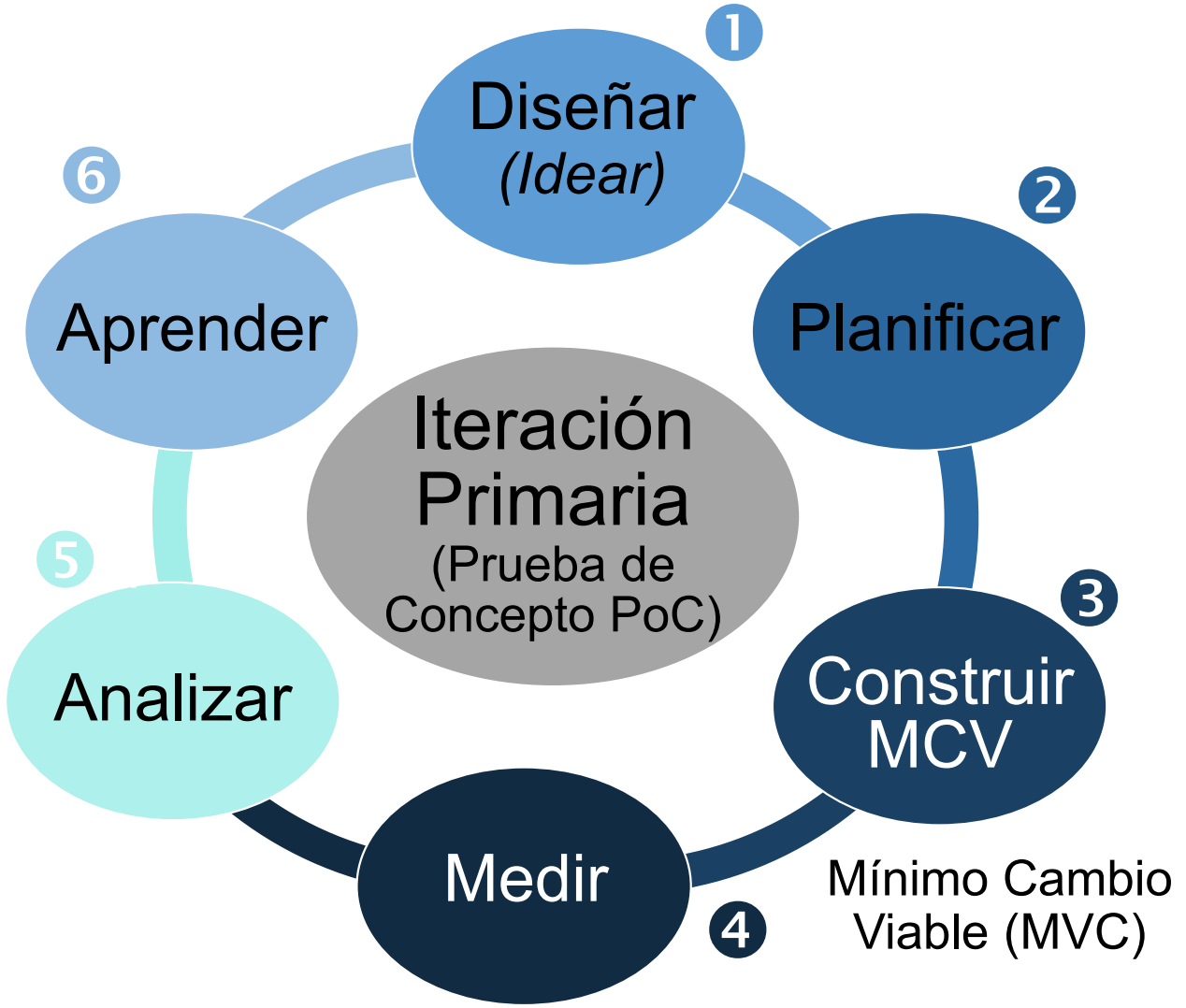
KPI 02 – *Índice de Rotación Voluntaria*
Porcentaje de colaboradores que deciden dejar la empresa por cuenta propia

KPI 03 – *% de Resolución en el 1er. Contacto (FCRR)*
Porcentaje de tickets resueltos en el 1er. nivel de contacto (refleja el empoderamiento del Colaborador)

LUB D

El Camino Probado:
¿Qué hacemos para entregar MCV?

Bucles de las Iteraciones Primarias (IP)



Método Lean Startup (Eric Ries)

Primer Ciclo de Iteraciones
Liderazgo Primero Personas



B78: *Los **líderes** son accesibles, brindan apoyo y ofrecen retroalimentación procesable con regularidad*

B80: *Los **líderes** refuerzan el comportamiento positivo*

B83: *Los **ejecutivos** diseñan sistemas de incentivos y recompensas que aprovechen la motivación intrínseca*

Primer Ciclo Iteraciones
Centrado Sensible Cliente

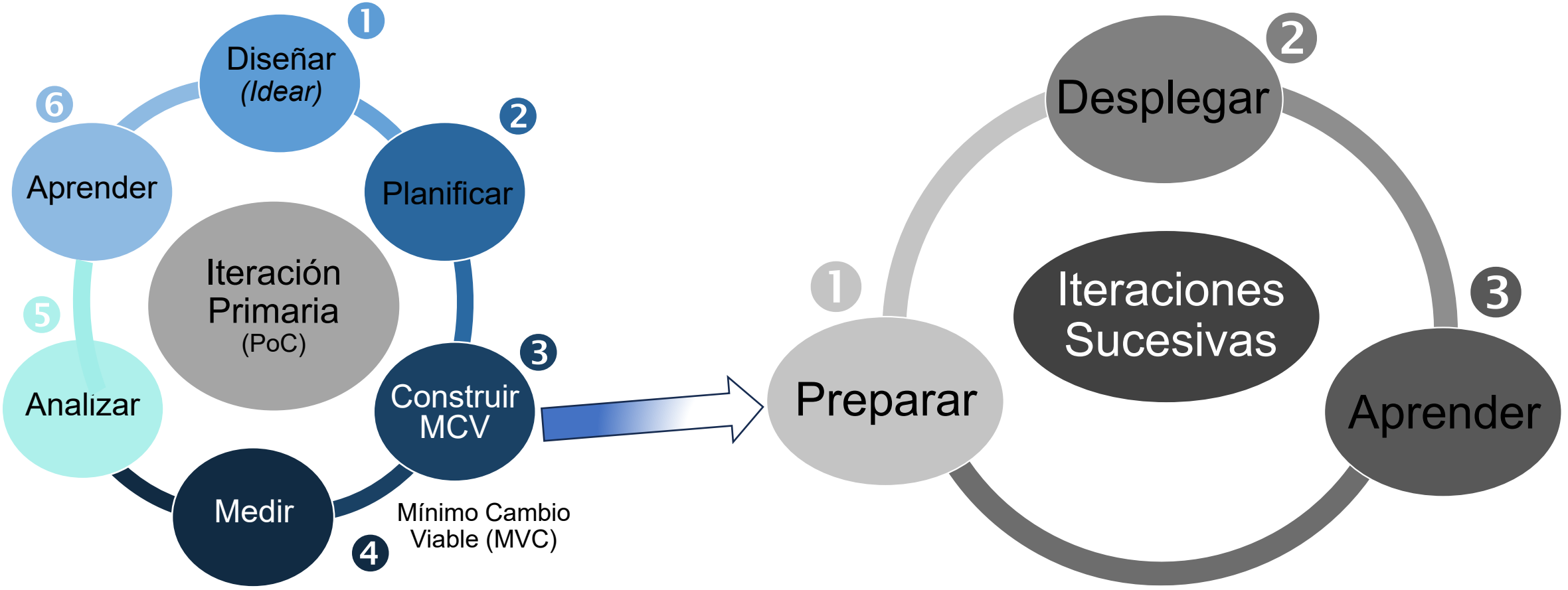


Octubre 2025

B01: ***Todos*** *buscan proactivamente oportunidades para satisfacer y deleitar al cliente.*

B02: ***Todos*** *elaboran deliberadamente y refinan iterativamente la experiencia del cliente.*

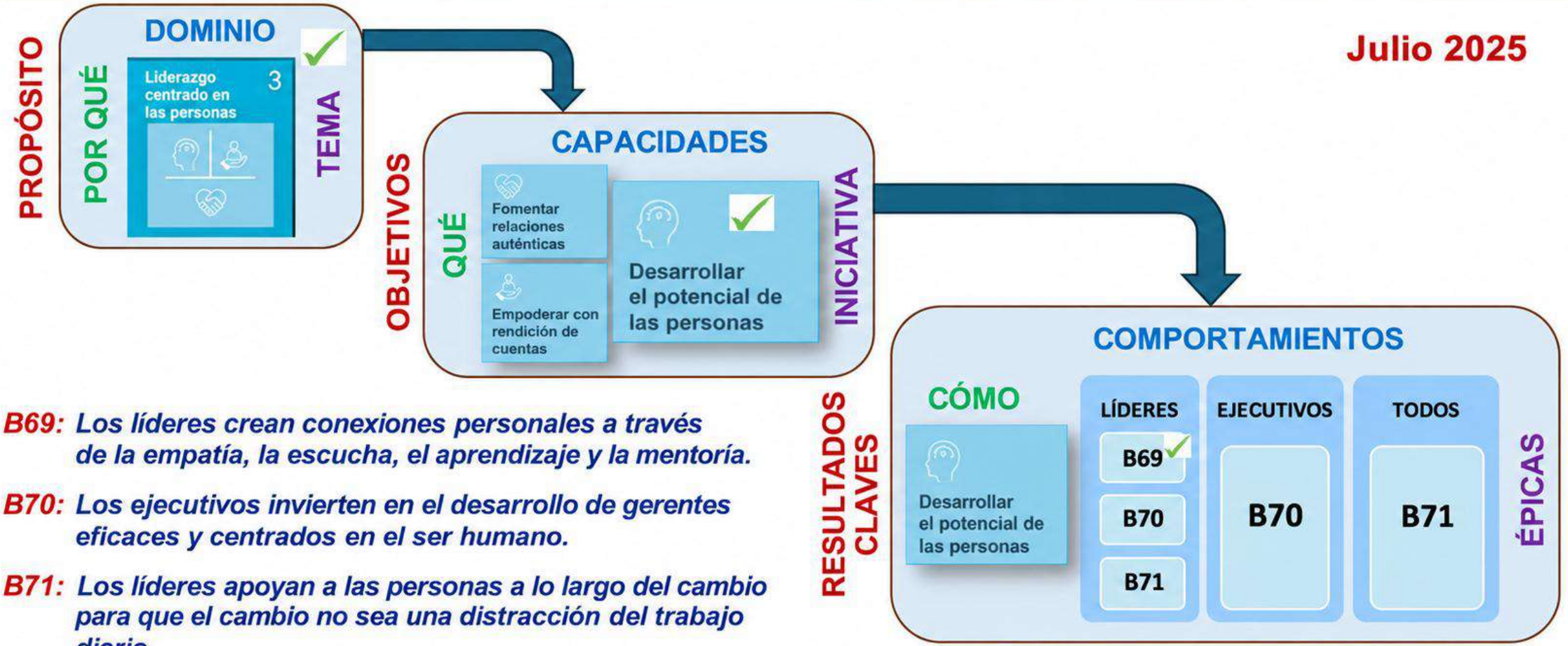
El Camino Probado:
¿Qué hacemos para entregar MCV?



Ciclos de Experimentación (Build-Measure-Learn) o
Bucles de Aprendizaje Continuo

Nuevo Ciclo de Iteraciones
Liderazgo Primero Personas

Julio 2025



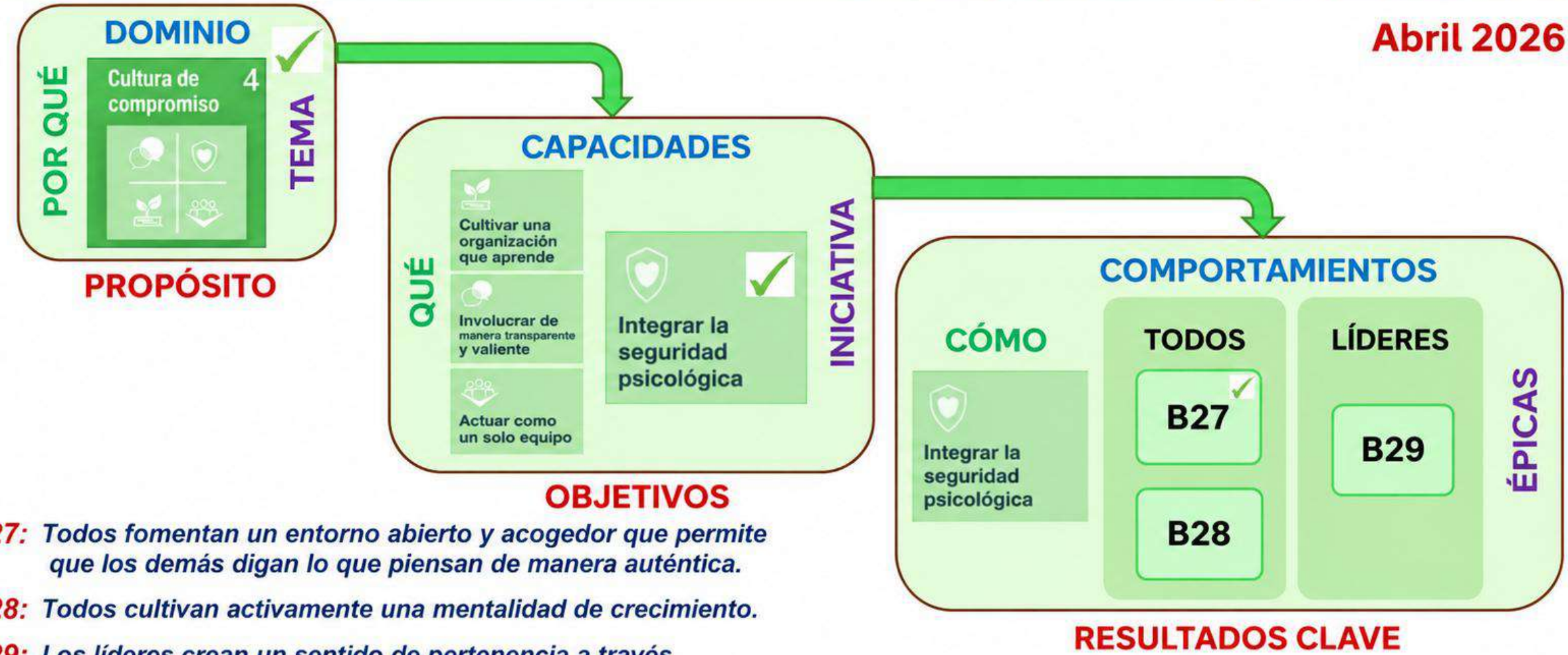
B69: ***Los líderes crean conexiones personales a través de la empatía, la escucha, el aprendizaje y la mentoría.***

B70: ***Los ejecutivos invierten en el desarrollo de gerentes eficaces y centrados en el ser humano.***

B71: ***Los líderes apoyan a las personas a lo largo del cambio para que el cambio no sea una distracción del trabajo diario.***

Nuevo Dominio/Capacidad
La Seguridad Psicológica

Abril 2026



B27: *Todos fomentan un entorno abierto y acogedor que permite que los demás digan lo que piensan de manera auténtica.*

B28: *Todos cultivan activamente una mentalidad de crecimiento.*

B29: *Los líderes crean un sentido de pertenencia a través de experiencias inclusivas.*

Las Prácticas Organizativas Ágiles
Reformuladas, Novedosas y Emergente

















2026 - Ecosistema Colaborativo







Presentamos el ADN preparado para el futuro

Principios Claves



Principio 1

Espectro. No es un interruptor

La agilidad empresarial no es algo que se tiene o no se tiene. Existe un espectro de madurez.

Las preguntas clave son: "¿En qué somos fuertes y qué necesitamos mejorar?".

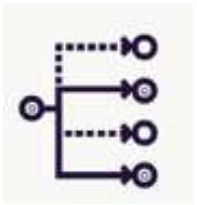


Principio 2

Las fortalezas varían

Ninguna organización es uniformemente buena o mala.

Diferentes áreas de la empresa demostrarán distintos niveles de capacidad, algunas sólidas, otras aún en desarrollo.



Principio 3

No existe un único camino

No hay una única forma correcta de lograr la agilidad empresarial.

Lo que importa no es el método, sino la capacidad que este posibilita, independientemente de la práctica, el marco de trabajo o el modelo operativo.



Principio 4

Cambios de comportamientos

Si actúas con agilidad, posees agilidad.

Esta se expresa y se mide a través de los comportamientos cotidianos: cómo se toman las decisiones, cómo fluye el trabajo y cómo colaboran las personas.

Estrategia centrada en el cliente

Liderazgo centrado en lo humano

Entrega basada en el valor

Cultura de alto desempeño

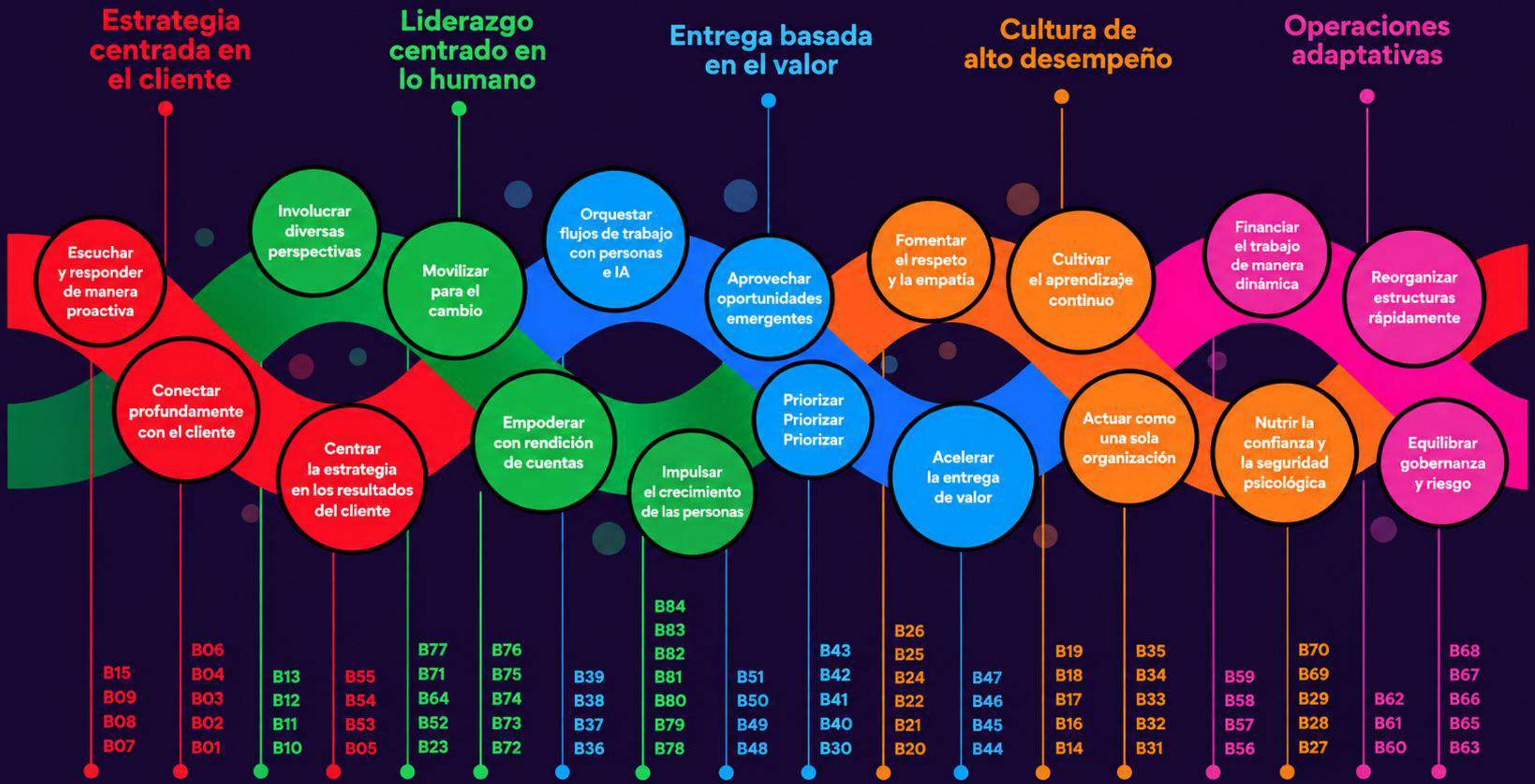
Operaciones adaptativas



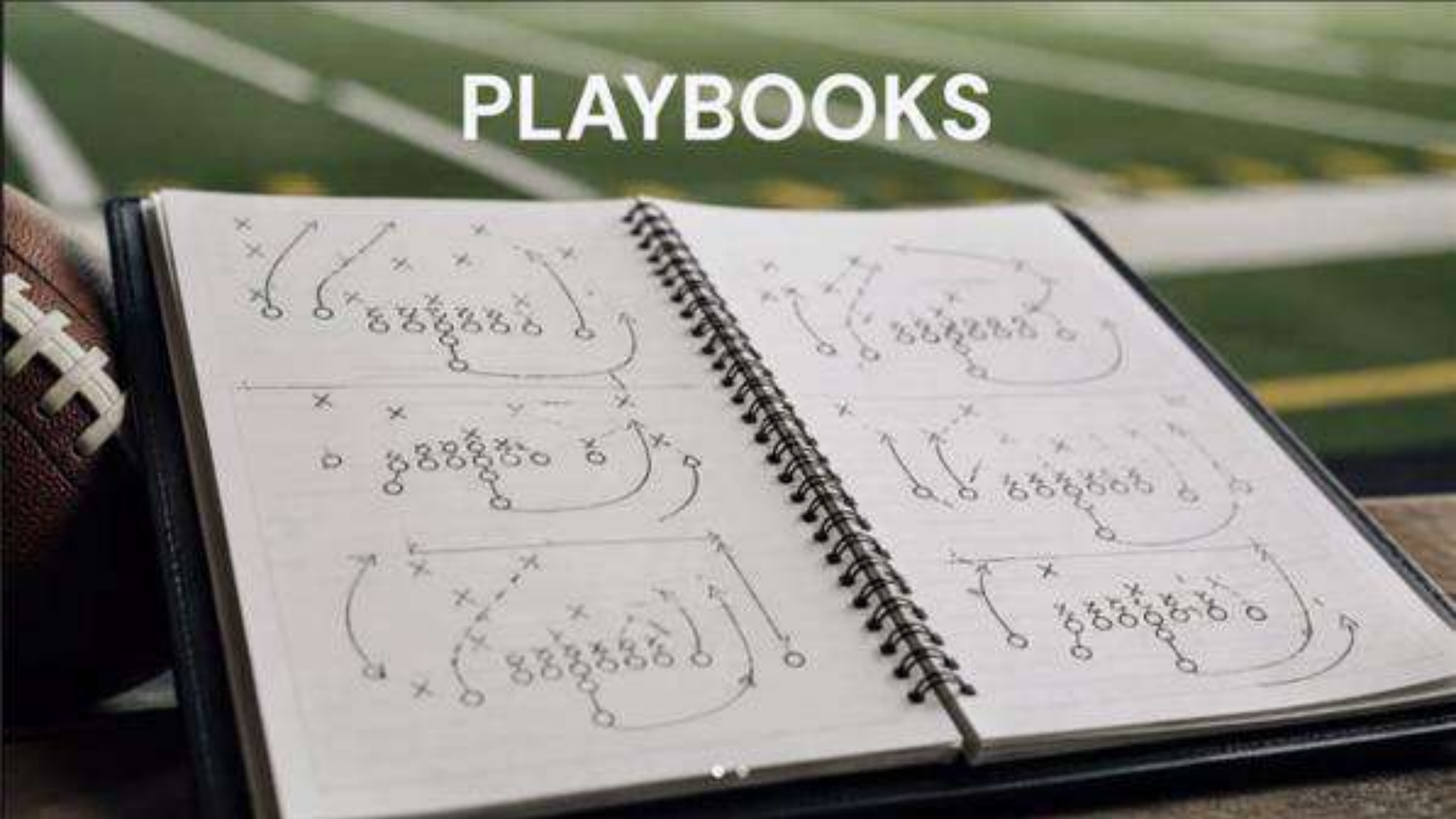
X2A

ICA

BUSINESS AGILITY INSTITUTE


Estrategia centrada en el cliente
Liderazgo centrado en lo humano
Entrega basada en el valor
Cultura de alto desempeño
Operaciones adaptativas
Escuchar y responder de manera proactiva
Conectar profundamente con el cliente
Centrar la estrategia en los resultados del cliente
Involucrar diversas perspectivas
Movilizar para el cambio
Empoderar con rendición de cuentas
Impulsar el crecimiento de las personas
Orquestar flujos de trabajo con personas e IA
Aprovechar oportunidades emergentes
Priorizar Priorizar Priorizar
Acelerar la entrega de valor
Fomentar el respeto y la empatía
Cultivar el aprendizaje continuo
Actuar como una sola organización
Financiar el trabajo de manera dinámica
Nutrir la confianza y la seguridad psicológica
Reorganizar estructuras rápidamente
Equilibrar gobernanza y riesgo
B15 B09 B08 B07
B06 B04 B03 B02 B01
B13 B12 B11 B10
B55 B54 B53 B05
B77 B71 B64 B52 B23
B76 B75 B74 B73 B72
B39 B38 B37 B36
B84 B83 B82 B81 B80 B79 B78
B51 B50 B49 B48
B43 B42 B41 B40 B30
B26 B25 B24 B22 B21 B20
B47 B46 B45 B44
B19 B18 B17 B16 B14
B35 B34 B33 B32 B31
B59 B58 B57 B56
B70 B69 B29 B28 B27
B62 B61 B60
B68 B67 B66 B65 B63

PLAYBOOKS



Manual de Jugadas de Desempeño

PLAYBOOKS

The H2O® Playbook
HIERARCHY TO OWNERSHIP

Un manual de desempeño para ayudar a las organizaciones a ir más allá del liderazgo de "comando y control", rediseñando cómo funciona realmente el poder, la responsabilidad y la propiedad dentro de la cultura organizacional



The N2N® Playbook
NOW TO NEXT

Un manual de desempeño para afrontar los desafíos de la gestión de cambio moderna centrándose en los comportamientos y haciéndolos inevitables a través de la cultura



The F2F® Playbook
FRICTION TO FLOW

Un manual de desempeño para eliminar la fricción organizativa y rediseñar los flujos de trabajo, de modo que los equipos puedan generar valor de forma más rápida, inteligente y con mayor adaptabilidad



The V2V® Playbook
VISION TO VALUE

Una guía práctica para mejorar el rendimiento que ayuda a las organizaciones a convertir la estrategia centrada en el cliente en resultados medibles, alineados en torno a los comportamentos que generan una profunda conexión con el cliente

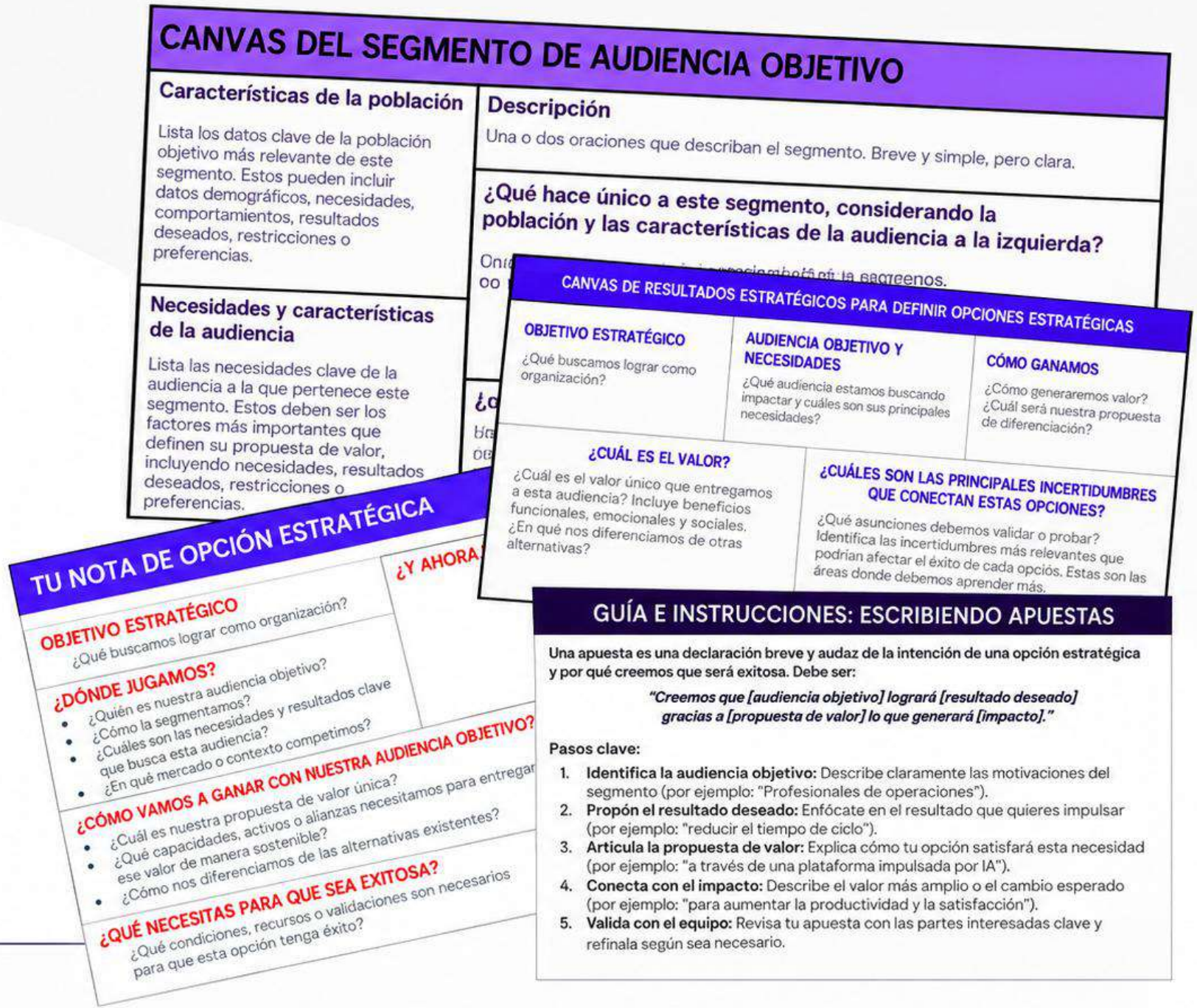


REC

Plantillas, Guías y Canvas

Herramientas prácticas diseñadas para ayudar a los equipos a ejecutar los plays de forma efectiva, incluyendo guías de facilitación para sesiones de liderazgo, canvas y plantillas para estructurar el pensamiento y la toma de decisiones, y herramientas de apoyo que hacen el trabajo más fácil de aplicar, repetir y adaptar.

X2A



CANVAS DEL SEGMENTO DE AUDIENCIA OBJETIVO

Características de la población

Lista los datos clave de la población objetivo más relevante de este segmento. Estos pueden incluir datos demográficos, necesidades, comportamientos, resultados deseados, restricciones o preferencias.

Descripción

Una o dos oraciones que describan el segmento. Breve y simple, pero clara.

¿Qué hace único a este segmento, considerando la población y las características de la audiencia a la izquierda?

Necesidades y características de la audiencia

Lista las necesidades clave de la audiencia a la que pertenece este segmento. Estos deben ser los factores más importantes que definen su propuesta de valor, incluyendo necesidades, resultados deseados, restricciones o preferencias.

CANVAS DE RESULTADOS ESTRATÉGICOS PARA DEFINIR OPCIONES ESTRATÉGICAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO

¿Qué buscamos lograr como organización?

AUDIENCIA OBJETIVO Y NECESIDADES

¿Qué audiencia estamos buscando impactar y cuáles son sus principales necesidades?

CÓMO GANAMOS

¿Cómo generaremos valor? ¿Cuál será nuestra propuesta de diferenciación?

¿CUÁL ES EL VALOR?

¿Cuál es el valor único que entregamos a esta audiencia? Incluye beneficios funcionales, emocionales y sociales. ¿En qué nos diferenciamos de otras alternativas?

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES INCERTIDUMBRES QUE CONECTAN ESTAS OPCIONES?

¿Qué asunciones debemos validar o probar? Identifica las incertidumbres más relevantes que podrían afectar el éxito de cada opción. Estas son las áreas donde debemos aprender más.

TU NOTA DE OPCIÓN ESTRATÉGICA

OBJETIVO ESTRATÉGICO

¿Qué buscamos lograr como organización?

¿DÓNDE JUGAMOS?

- ¿Quién es nuestra audiencia objetivo?
- ¿Cómo la segmentamos?
- ¿Cuáles son las necesidades y resultados clave que busca esta audiencia?
- ¿En qué mercado o contexto competimos?

¿CÓMO VAMOS A GANAR CON NUESTRA AUDIENCIA OBJETIVO?

- ¿Cuál es nuestra propuesta de valor única?
- ¿Qué capacidades, activos o alianzas necesitamos para entregar ese valor de manera sostenible?
- ¿Cómo nos diferenciamos de las alternativas existentes?

¿QUÉ NECESITAS PARA QUE SEA EXITOSA?

¿Qué condiciones, recursos o validaciones son necesarios para que esta opción tenga éxito?

GUÍA E INSTRUCCIONES: ESCRIBIENDO APUESTAS

Una apuesta es una declaración breve y audaz de la intención de una opción estratégica y por qué creemos que será exitosa. Debe ser:

"Creemos que [audiencia objetivo] logrará [resultado deseado] gracias a [propuesta de valor] lo que generará [impacto]."

Pasos clave:

1. **Identifica la audiencia objetivo:** Describe claramente las motivaciones del segmento (por ejemplo: "Profesionales de operaciones").
2. **Propón el resultado deseado:** Enfócate en el resultado que quieres impulsar (por ejemplo: "reducir el tiempo de ciclo").
3. **Articula la propuesta de valor:** Explica cómo tu opción satisfará esta necesidad (por ejemplo: "a través de una plataforma impulsada por IA").
4. **Conecta con el impacto:** Describe el valor más amplio o el cambio esperado (por ejemplo: "para aumentar la productividad y la satisfacción").
5. **Valida con el equipo:** Revisa tu apuesta con las partes interesadas clave y refínala según sea necesario.

Experiencias de Aprendizaje y Certificaciones

Experiencias de aprendizaje estructuradas diseñadas para enseñar los principios detrás de los plays y construir dominio a lo largo del tiempo; desde certificaciones profundas del playbook hasta visiones ejecutivas en talleres enfocados y cursos cortos.





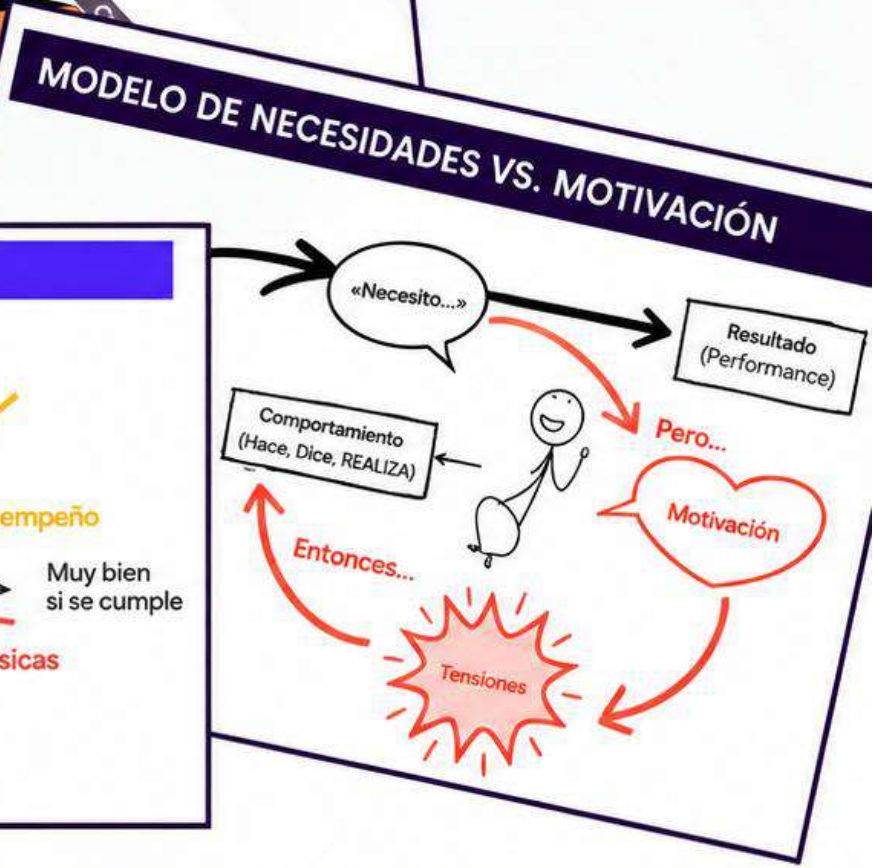
ICAgile V2V VISIÓN AL VALOR

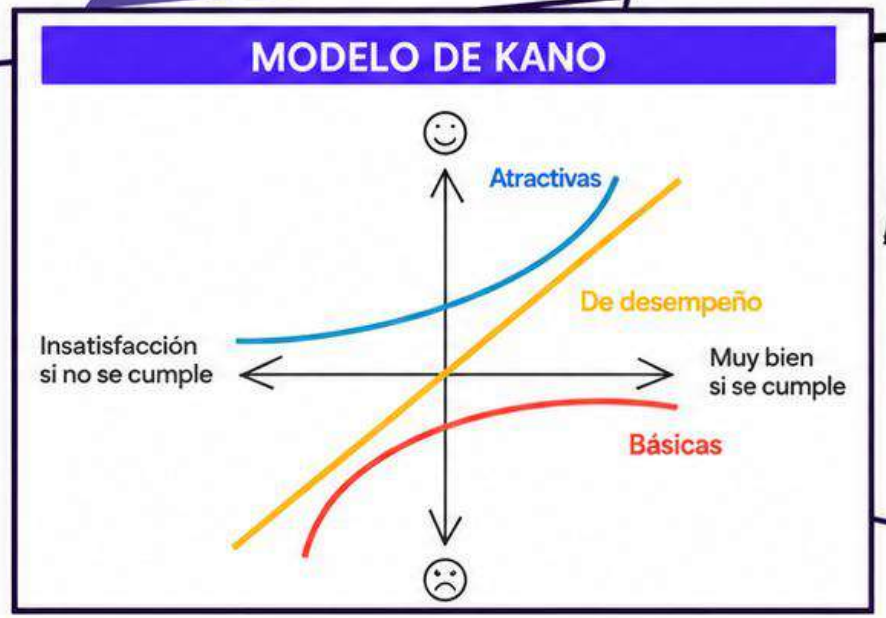
Cursos oficiales del Playbook V2V	• **Visión al Valor (V2V): Construye lo que el Cliente Elige** 16 horas | En línea o presencial • **Visión al Valor (V2V): Panorama Ejeuctivo** 7 horas | En línea o presencial
Clases relacionadas	• **El Pilar Silencioso de la Estrategia Centrada en el Cliente: Tus Métricas** 7 horas | En línea o presencial • **Una Estrategia Más Inteligente en Condiciones de Incertidumbre** 7 horas | En línea o presencial
Cursos cortos relacionados	• **De Salidas a Resultados: Liderando para un Impacto Real** 3 horas | En línea o presencial • **La IA Hace Posible el Cambio: ¿Ahora Qué?** 3 horas | En línea o presencial
Charlas relacionadas	• **Construyendo Productos que tus Clientes Aman** 1 hora | En línea o presencial • **Por Qué los KPIs Están Socavando tu Éxito** 1 hora | En línea o presencial

Modelos, Marcos de Referencia y Herramientas

Una combinación de modelos creados por X2A y marcos de referencia probados en la industria, junto con herramientas prácticas que ayudan a los equipos a estructurar el pensamiento, guiar la toma de decisiones y comprender cuándo y cómo utilizarlos en el contexto de cada play.







X2A

Asistentes de IA Aumentativa

Asistentes de IA diseñados a propósito para apoyar los plays, ayudando a los equipos a acelerar el análisis, generar ideas, facilitar sesiones y ejecutar más rápido, al mismo tiempo que brindan orientación sobre cuándo y cómo debe utilizarse la IA.



Evaluaciones y Diagnósticos

Las evaluaciones y herramientas de diagnóstico ayudan a los equipos a comprender dónde se encuentran hoy, para que los plays correctos puedan priorizarse, adaptarse y aplicarse donde generarán el mayor impacto. También ayudan a medir el progreso a medida que se desarrollan nuevas capacidades con el tiempo.

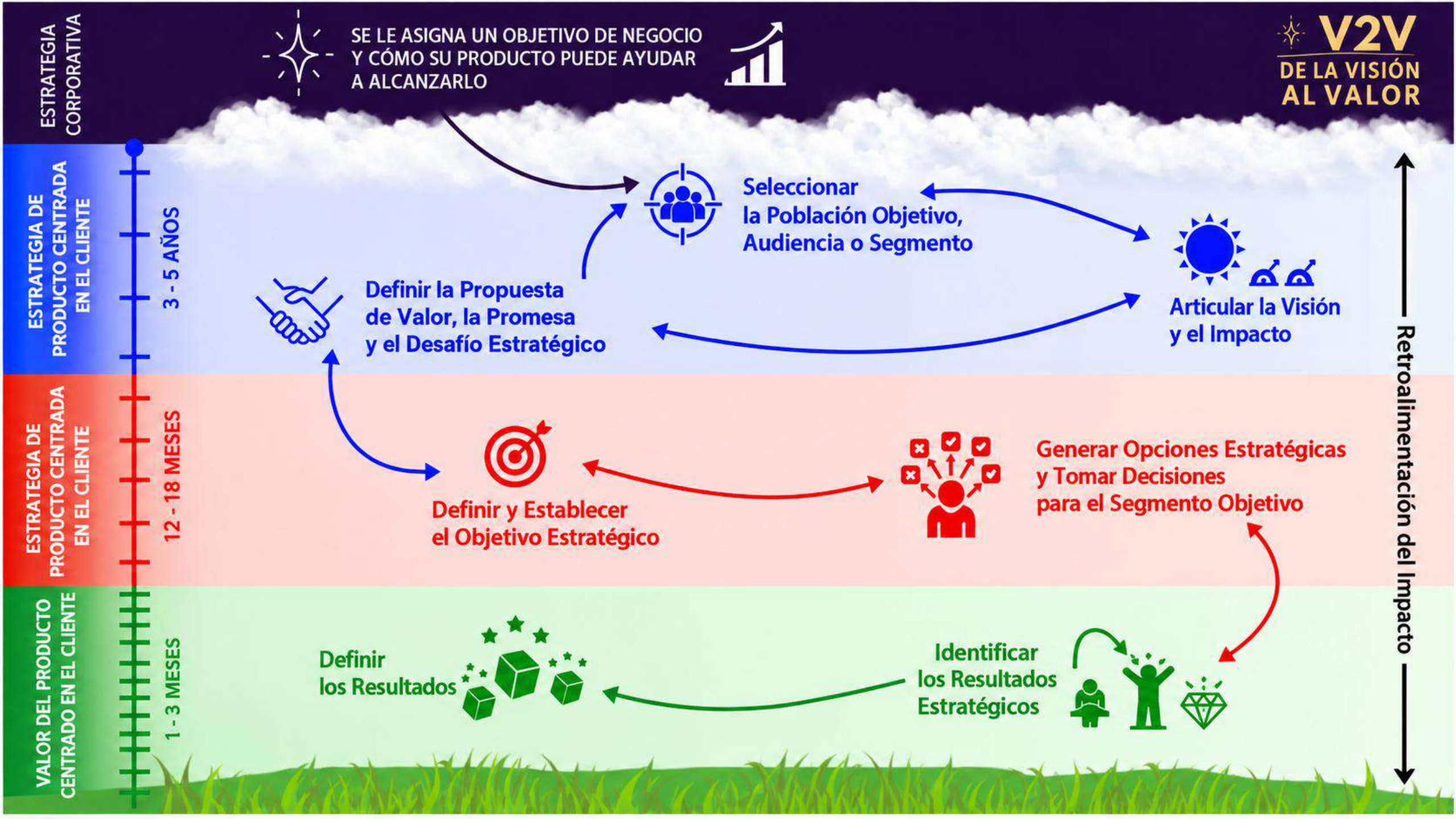


MANUAL DE JUEGO V2V™

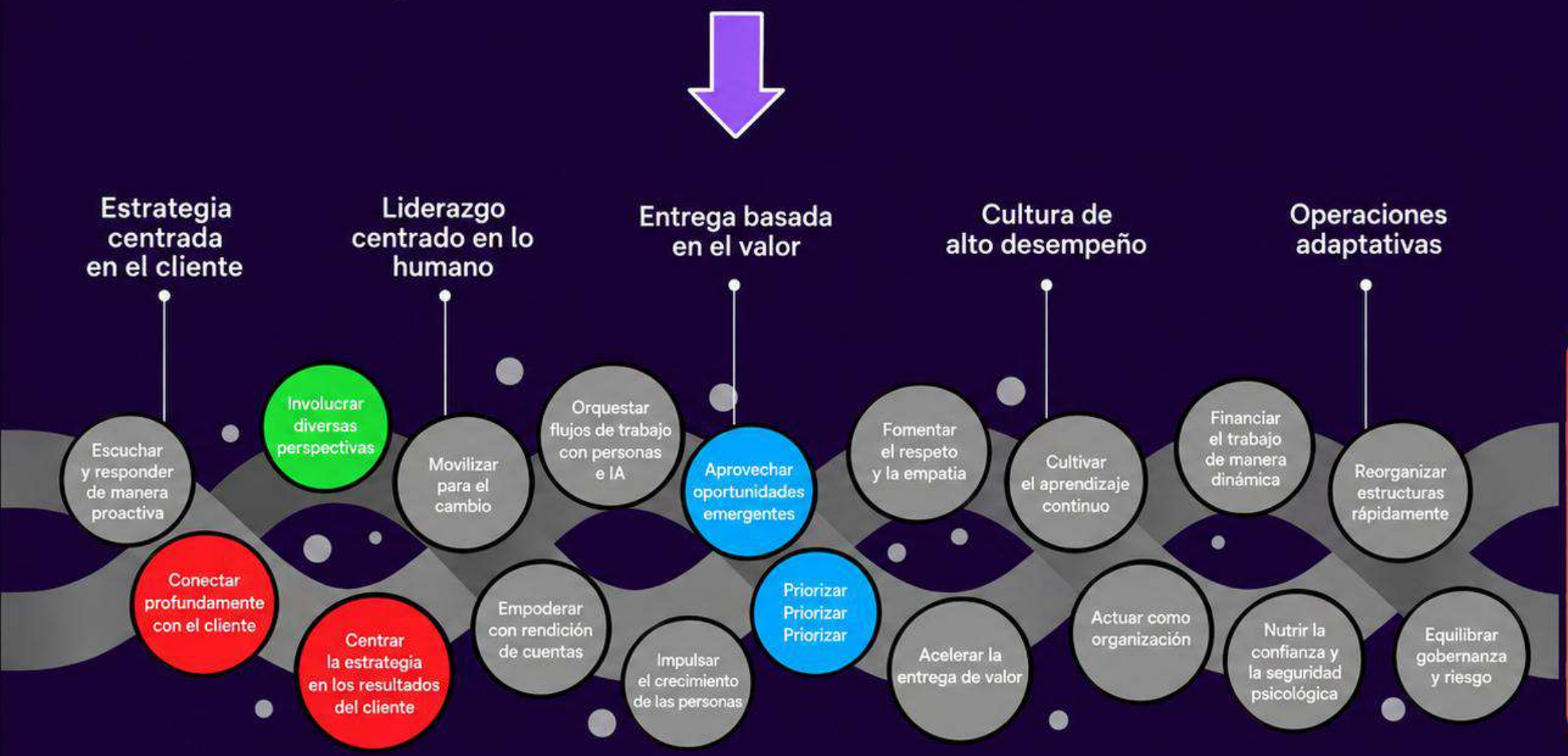
Visión para generar valor

Crea aquello que a tus clientes les encanta y por lo que vuelven.




ESTRATEGIA CORPORATIVA
SE LE ASIGNA UN OBJETIVO DE NEGOCIO
Y CÓMO SU PRODUCTO PUEDE AYUDAR
A ALCANZARLO
V2V
DE LA VISIÓN
AL VALOR
ESTRATEGIA DE PRODUCTO CENTRADA EN EL CLIENTE
3 - 5 AÑOS
Seleccionar
la Población Objetivo,
Audiencia o Segmento
Articular la Visión
y el Impacto
Definir la Propuesta
de Valor, la Promesa
y el Desafío Estratégico
ESTRATEGIA DE PRODUCTO CENTRADA EN EL CLIENTE
12 - 18 MESES
Definir y Establecer
el Objetivo Estratégico
Generar Opciones Estratégicas
y Tomar Decisiones
para el Segmento Objetivo
VALOR DEL PRODUCTO CENTRADO EN EL CLIENTE
1 - 3 MESES
Definir
los Resultados
Identificar
los Resultados
Estratégicos
Retroalimentación del Impacto

Preparados para el **mañana.** **HOY.**

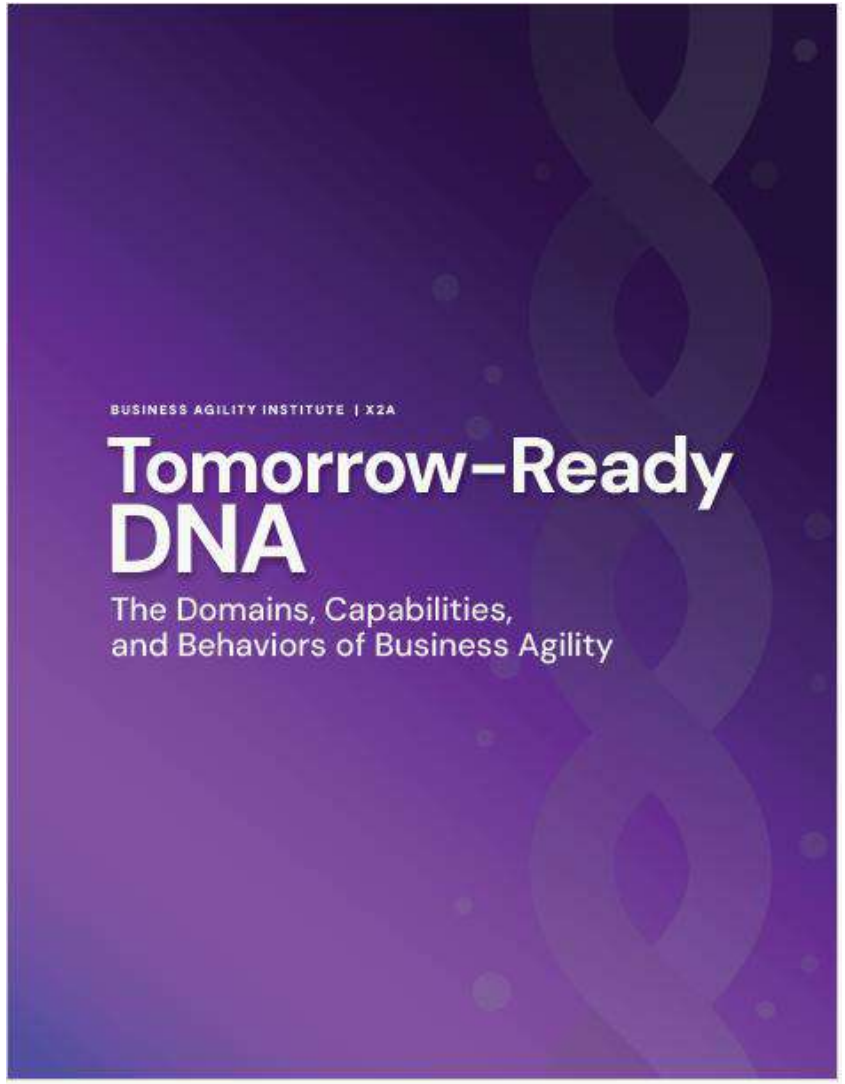


El Playbook

V2V

DE LA VISIÓN AL VALOR

X2A


BUSINESS AGILITY INSTITUTE | X2A
Tomorrow-Ready DNA
The Domains, Capabilities, and Behaviors of Business Agility


The Business Agility Report
8th Edition - 2025
PROGRESS UNDER PRESSURE
BUSINESS AGILITY INSTITUTE

SHUHARI
en la Agilidad Empresarial

Un viaje de aprendizaje, adaptación y creación de valor hacia un **ADN organizacional ágil**

守 SHU
APRENDER

- Comprender los fundamentos
- Aplicar las prácticas
- Desarrollar disciplina

Construimos una base sólida

破 HA
ADAPTAR

- Cuestionar con criterio
- Adaptar al contexto
- Experimentar y aprender

Exploramos nuevas posibilidades

離 RI
INNOVAR

- Trascender las prácticas
- Crear nuevas formas
- Generar valor sostenible

Actuamos con autonomía y propósito

Las 4A's
Aprendizaje en movimiento

1. ANALIZAR
Observar, entender y detectar oportunidades

2. APRENDER
Adquirir conocimiento y generar nuevas perspectivas

3. APLICAR
Experimentar en la práctica y obtener resultados

4. AMPLIAR
Escalar, compartir y generar mayor impacto

"El arte no sigue líneas rectas

y la **Agilidad Empresaria tampoco:** comenzamos aprendiendo (**SHU**), evolucionamos adaptándonos (**HA**) y trascendemos innovando (**RI**).

Porque el verdadero viaje no consiste en llegar a ser ágiles, sino en desarrollar la capacidad de seguir evolucionando, no importa lo que depare el futuro».

Tomorrow-Ready Today

Club de Investigación Tecnológica
Desde 1988

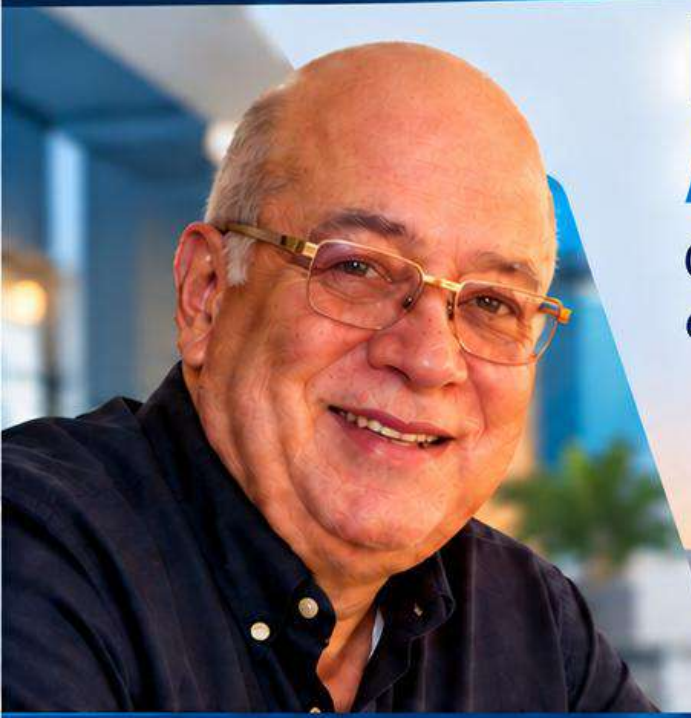
Conferencia para el Club de Investigación Tecnológica

Jueves
22 de octubre
7:30 am

La Hipótesis de la Agilidad Empresarial:

Cómo la práctica deliberada del **agilismo** está moldeando el **ADN de las Organizaciones**

Tomorrow-Ready Today



¡Muchas Gracias!

Instagram
josem4ldonado

LinkedIn
@Jose F Maldonado

Email
jfmaldona@spi.com.ve

José F. Maldonado M.
Business Agility Professional (BAP)

Estratega en Agilidad Empresarial y Transformación Organizacional, Líder multiregional con enfoque en la generación de valor y desarrollo de capacidades organizacionales.



Hipótesis de **Valor**

Apuesta, Promesa y **Desafío Estratégico**

Dominios Modulares

Capacidades Esenciales

Comportamientos Catalizadores