



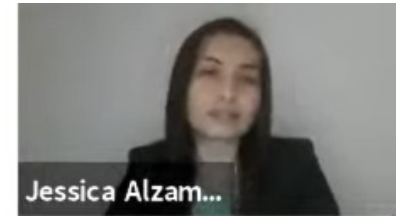
Metodologías ágiles

Jessica Alzam...

Prof. Jessica Alzamora Ruiz, Ph.D.



Los consumidores han cambiado



A. Hiper-empoderados

Consumidores buscan respuestas instantáneas, una experiencia integrada. Son exigentes, selectivos y cambiantes.

C. Les interesan las empresas sostenibles

Exigen que las empresas se preocupen más allá de los ingresos. Deben proteger a la sociedad y al mundo. No a la inequidad, sí al bienestar y al cuidado del medioambiente.

B. Mayor búsqueda de bienestar

Demandan una vida más plena, equilibrada y automejorada. Empresas deben facilitar a los usuarios el bienestar mental y físico.

D. Desean un mundo híbrido

Consumidores buscan un híbrido de mundos físicos y virtuales. Las empresas pueden integrar procesos virtuales en sus espacios físicos para brindarles la oportunidad de aventurarse.

Fuente: Euromonitor, 2021



La tecnología ha evolucionado a pasos agigantados

Jessica Alzam...

4ta Revolución industrial

- Entre nosotros desde el 2014
- Se ha presentado en un tiempo menor
- Se enfoca en la automatización inteligente.
- Marcada por avances tecnológicos emergentes:

Internet de las cosas

Big Data

Cloud computing

Nanotecnología

Sistemas autónomos

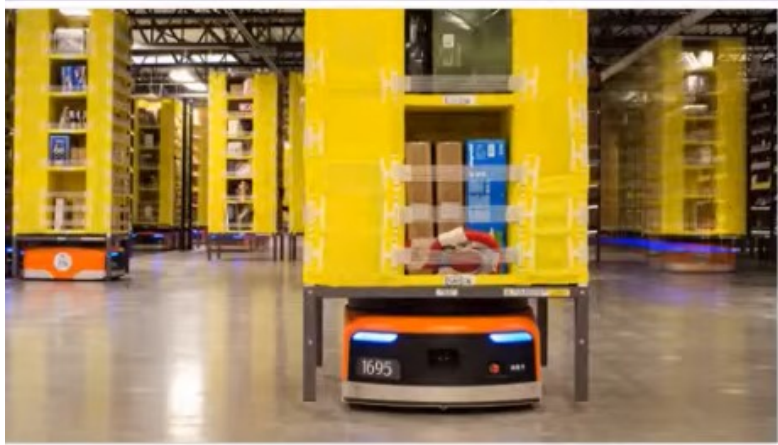
Impresiones 3D y 4D

Robótica

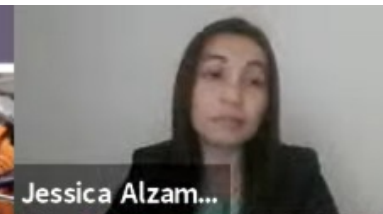
Inteligencia artificial

Computación cuántica



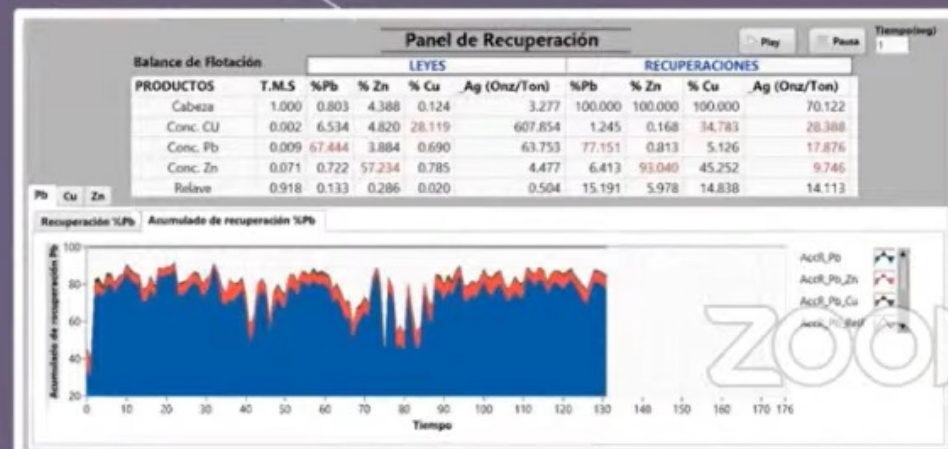


Amazon: Cambios para mejorar la logística usando Robótica y AI
Iniciativa: Kiva/proceso de almacenamiento e inventario

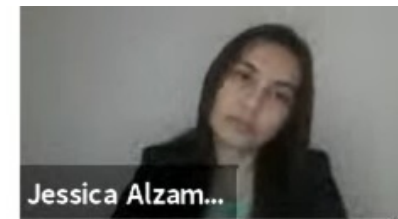


BMW: Cambios en el proceso de producción
Iniciativa: Automatización inteligente (Robótica y AI)

Minería y energía: Cambios para la optimización de procesos
Iniciativa: Desarrollo de sistema de monitoreo de maquinaria en línea o conectados (IoT, Big data y Machine Learning)



A toda esta dinámica se le ha sumado la pandemia...(cisne negro)



Ansiedad Económica

Recesión económica / reducción de la inversión / pérdida de trabajo / reajustes de sueldos = Más sensible al precio / Más cauto para comprar (elecciones)



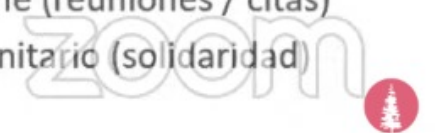
Preocupación por la salud

Interés por su seguridad física y mental = nuevos protocolos fuera y dentro de casa / boom productos protección, nuevos momentos y espacios para practicar deporte (virtual/presencial), actividades de

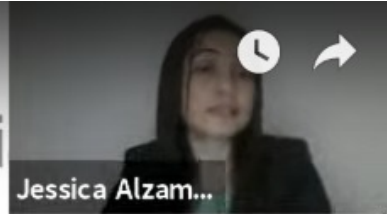


Síndrome de la soledad

Se incrementó en el confinamiento = Necesidad de interacción conexión (mantener el vínculo humano) / plataformas online (reuniones / citas) / espíritu comunitario (solidaridad)



A toda esta dinámica se le ha sumado la pandemia



Búsqueda de la verdad

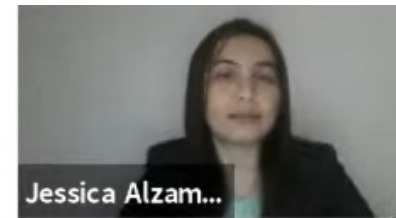
Exceso de información de diversas fuentes / qué fuente es confiable = sensación de desinformación / incertidumbre / no saber cómo actuar / escepticismo y pérdida de ~~credibilidad~~ sobre empresas, gobierno

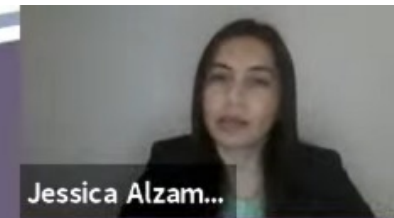


Miedo por falta de seguridad

Búsqueda de control y estabilidad para seguir actuando como antes = autorrestricciones

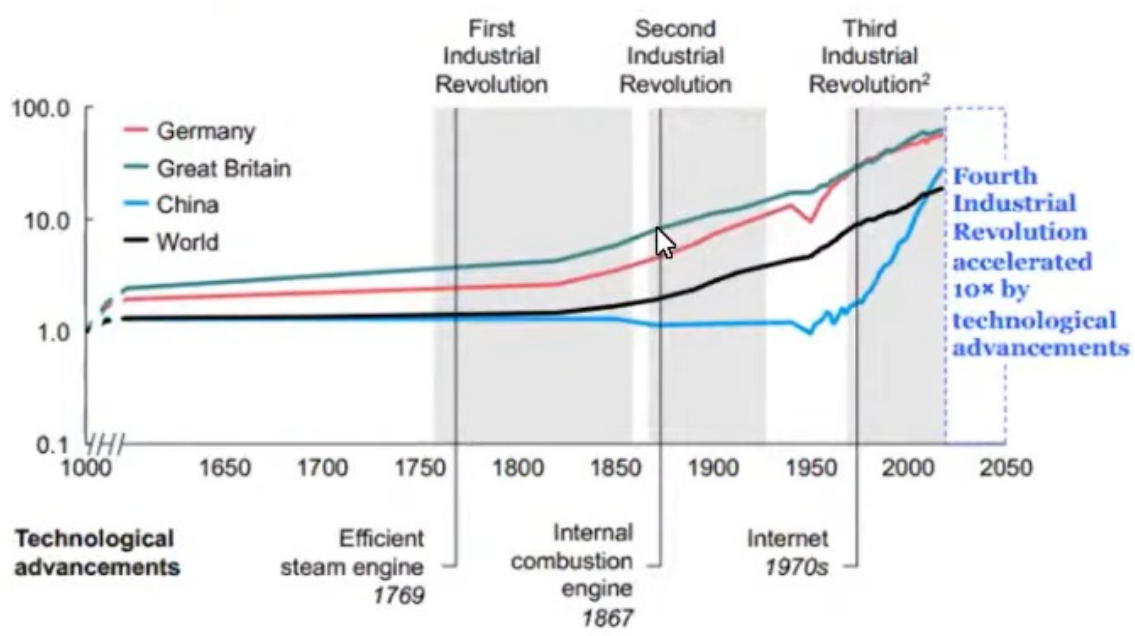






Jessica Alzam...

Changes in GDP per capita brought about by technological investments, 1000–2000 AD, by country, indexed¹



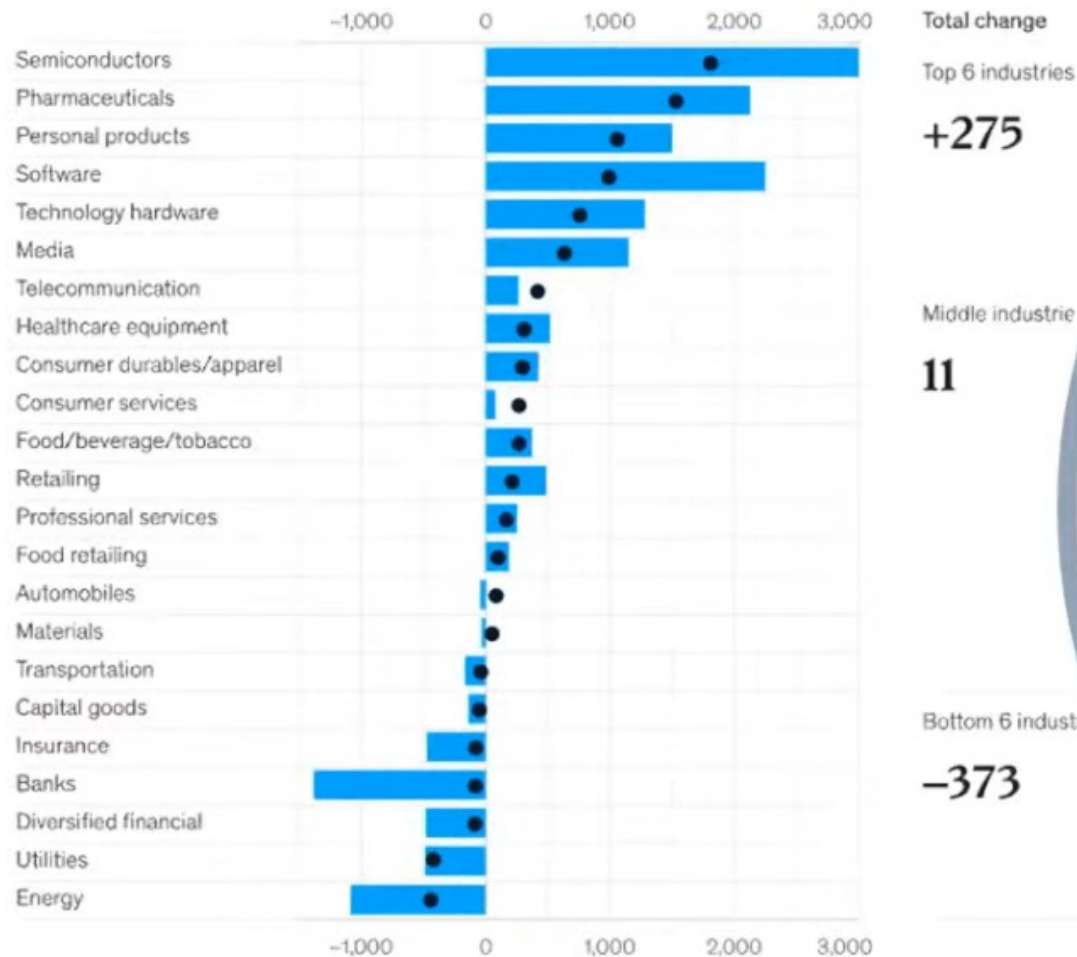
1. Estimated global GDP per capita in USD, adjusted to GDP in 1000 AD = 1; not exhaustive; 2. Includes Industry 4.0 (debate exists as to whether Industry 4.0 is seen as the Fourth Industrial Revolution or simply as the second phase of the Third Industrial Revolution).
Source: Angus Maddison, "Statistics on World Population, GDP & Per Capita GDP, 1-2008 AD," Maddison Project Database; UBS Asset Management; OECD

Fuente: Top tech trends. Mckinsey (2021)

- Seguirán acelerándose aún más rápido.
- “En la siguiente década experimentaremos más progreso tecnológico que en los últimos 100 años”.



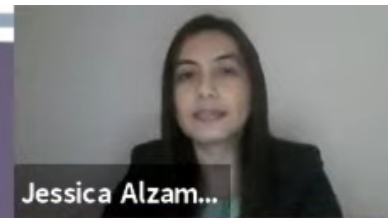
The best industries are getting better, and the worst are getting worse.



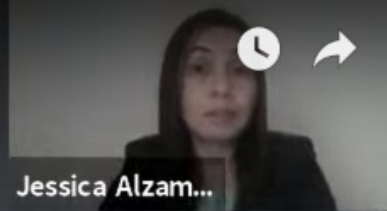
Independientemente de cómo les haya ido a las diferentes industrias las empresas que las conforman deberán estar preparadas para..

zoom

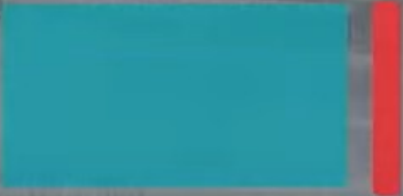
Fuente: Top tech trends. Mckinsey (2021)



Presiona **Esc** para salir de la pantalla completa



Jessica Alzam...

 **Adaptarse rápidamente, ser flexibles o incluso anticiparse al contexto y liderar un cambio**

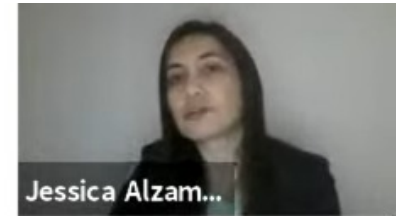
zoom 



19:39 / 1:39:36



Agilidad como enfoque adaptativo



Predictivo

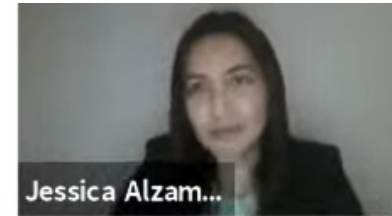
- Planificación y ejecución por etapas (ciclos largos)
- Foco en los procesos y herramientas.
- Se valoran los resultados por tanto se evitan los eventos inesperados.

Adaptativo

- Planificación y ejecución continua (ciclos cortos)
- Foco en individuos e interacciones (co-creación y colaboración)
- Se experimenta y se valora el aprendizaje



¿Predictivo, híbrido o ágil?



Jessica Alzam...

Naturaleza
de la
iniciativa



Naturaleza del Proyecto

- Alcance
- Duración
- Requisitos (dinámicos, claros)
- Riesgo de falla (humana, recursos financieros)

Entorno en el que se Desarrollo

- Grado de incertidumbre
- Complejidad de la industria
- Dinámica competitiva

Entorno donde se
desarrolla



¿Predictivo, híbrido o ágil?



Jessica Alzam...

Naturaleza
de la
iniciativa



Naturaleza del Proyecto

- Alcance
- Duración
- Requisitos (dinámicos, claros)
- Riesgo de falla (humana, recursos financieros)

Entorno en el que se Desarrollo

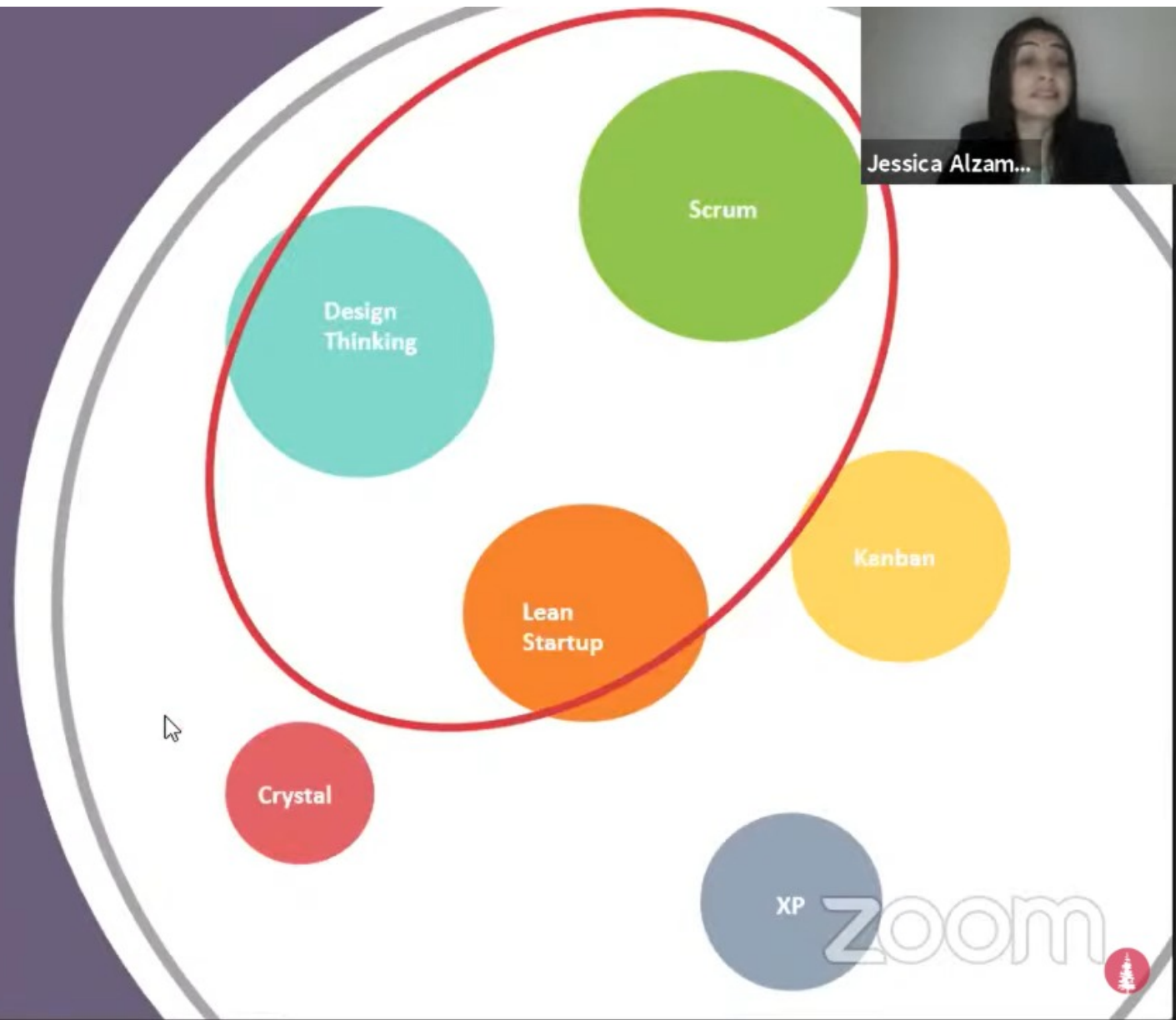
- Grado de incertidumbre
- Complejidad de la industria
- Dinámica competitiva





Ágil es un término genérico para muchos enfoques

Toma de temperatura



I. Design Thinking



Hecho para generar soluciones creativas y convertirlas en algo tangible a base de interacción.



D. School de Stanford y Tim Brown son los precursores.

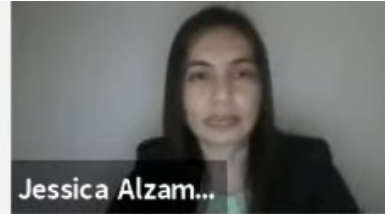


Enfoque basado en la perspectiva de los diseñadores.



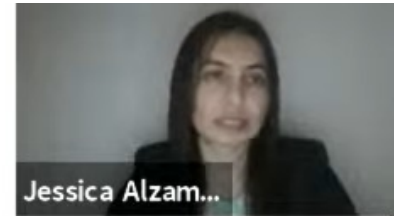
El punto de partida es el problema.

“Necesito entender las necesidades del cliente iterar prototipos hasta encontrar el producto que satisfaga la necesidad”



Jessica Alzam...

Design Thinking



Empatizar

¿Quién es el cliente?

¿Existe un solo segmento o varios?

¿Qué problemas tienen?

Cliente: Clientes antiguos, Tipo de producto, zona geográfica, datos personales, frecuencia

Segmentos:

Perfiles (Humanización): Jessica es tecnológica, quiere todo rápido, vida agitada.

Que dicen, que oyen, que piensa, que siente:



Definir

¿Cuáles son los problemas reales o raíz?

Ej. Te sientes contento con las horas trabajadas?

Problema: No me pagan un buen sueldo.

Insigh: Trabajo duro y mi jefe ni siquiera recuerdan mi nombre/ Este mes me quede 10 horas extras y nadie me dijo nada

Problemas e insights:

Proceso engorrosos, cobro de comisiones, **Tiempo de espera**, no existen muchos puntos de pago (cobertura a nivel de canales), caída de red cajeros.

Definición de la Entrenadora: Problemas			
Problema:			
Problema 1	Problema 2	Problema 3	Problema 4
Problema 5	Problema 6	Problema 7	Problema 8
Problema 9	Problema 10	Problema 11	Problema 12



lo

Jessica Alzam...

¿Cómo podríamos solucionar esos problemas?

¿Cuál será la mejor solución?

Soluciones:

Diferenciar las operaciones rápidas con las que ameritan una atención personalizada

Capacitación personal

Digitalizar operaciones

Entretenerlos

Ampliar necesidad

Mayor no cajeros.

Plataforma cita.

Onminicalidad

Créditos,

Buen ambiente sala de espera.

Crear una línea consulta. Incentivo al trabajador

Criterios:

Solución elegida



Prototipar

¿Cuál es el producto con las mín. características para satisfacer necesidades del cliente?

¿Cómo lo construiré? (Alta-media-baja fidelidad)

Plan de Prototipo:

Tipo:



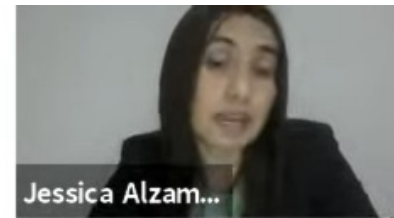
Testear

¿Qué le ha parecido la funcionalidad?

¿Qué le ha parecido la deseabilidad?

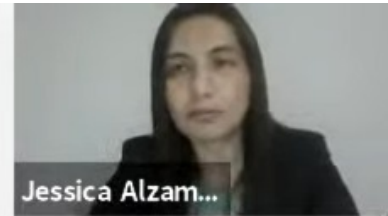
Funcionalidad:

Deseabilidad:

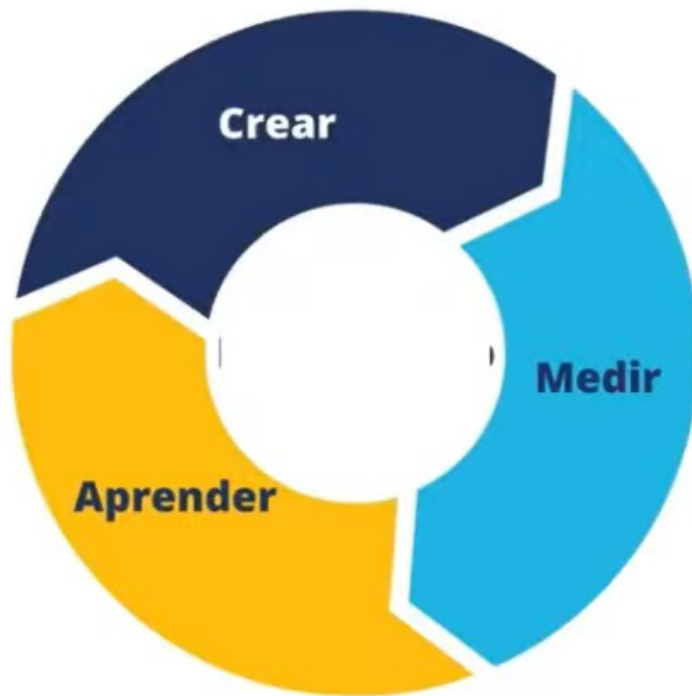
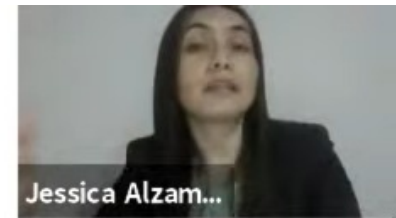


II. Lean Startup

- Basada en la metodología Lean Manufacturing de Toyota.
- Creada por Eric Ries (2008)
- Exclusiva para empresas de base tecnológica en un principio
- El punto de partida es una idea**
"Tengo un producto nuevo, ahora como puedo venderlo"



Lean Startup



Crear

Establecer hipótesis, conocer al cliente y convertir las ideas en productos mínimos viables.

Medir

Realizar experimentos y validar con los clientes para ver como responden.

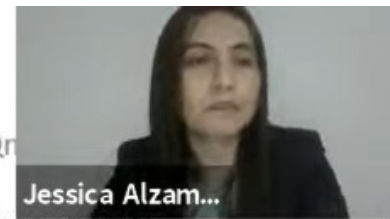
Aprender

Identificar los aspectos positivos y negativos. Decidir si se pivotea o se persevera.





Lanzaron el Sgte. video con la solución
<https://www.youtube.com/watch?v=AQr>



Jessica Alzam...

Luego invitaron a registrarse a los interesados en el
Landing page para evaluar la DESEABILIDAD

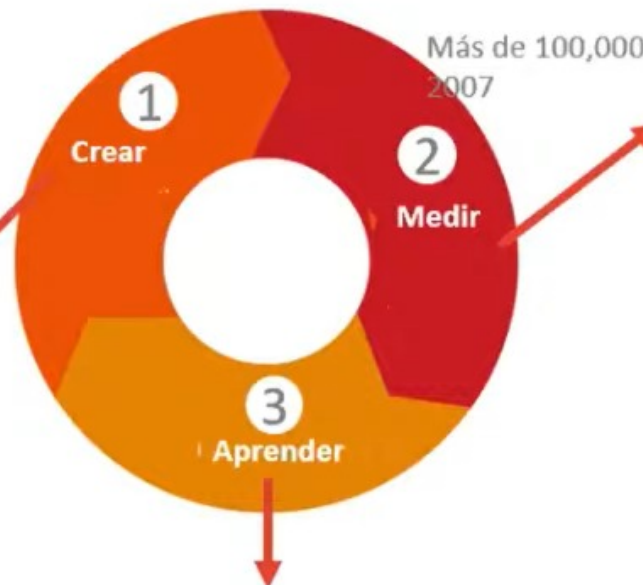
Más de 100,000 prospectos interesados a finales del
2007

Empezaron con una IDEA

Dropbox se generó a partir del olvido del
USB de Paul uno de los fundadores 2007.

Establecieron sus primeras HIPÓTESIS:

Cientes a los que se dirigían, propuesta de
valor, modelo de negocio y producto
mínimo viable (Video+Landing Page)



Dropbox synchronizes files across your computers and your team's computers. It's better than email, uploading, or a Windows file share. It just works.

It's seamlessly integrated into Windows, but there's also a web interface. It also stores past versions of documents, handles huge files gracefully, and works both through firewalls and offline. (Techies: imagine the best aspects of rsync, trac and subversion, but easy to use.)

Update 3/20/07: We haven't launched yet, but we are admitting people into the beta. We'd be happy to keep you posted about the beta program and launch (your email won't be used for anything else.)

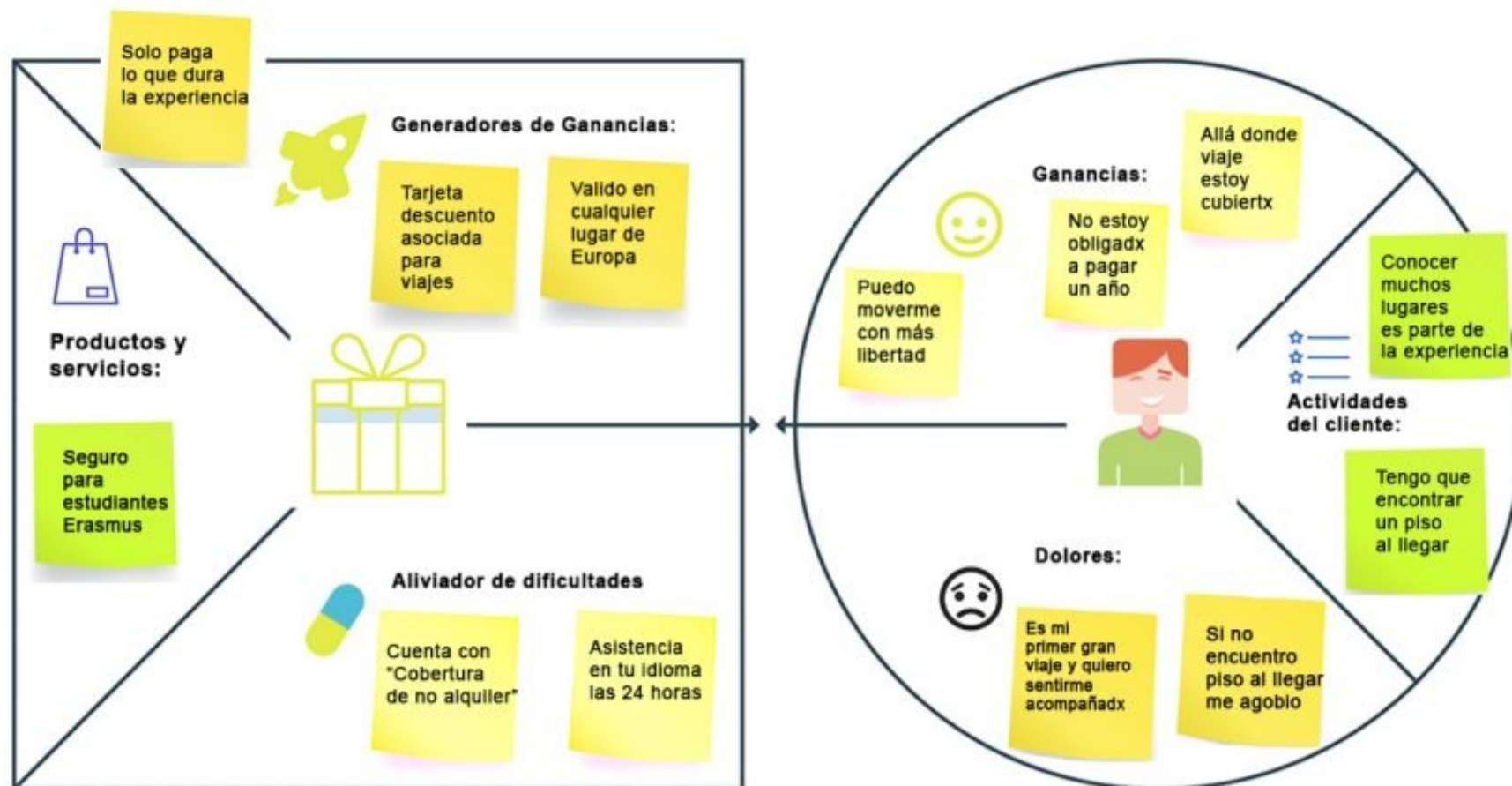
E-mail address:

Cuando lanzaron el servicio, enviaron correos a estos
prospectos y, así, pasaron de 10,000 usuarios antes de
a 100,000 pocos meses después del lanzamiento.

Presentaron a inversores ángeles y lograron su primera
ronda de inversión con la que desarrollaron el PRODUCTO
BETA. ..VOLVIERON A INICIAR EL CICLO.



LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR PARA SEGURO DE ESTUDIANTES ERASMUS



El Lienzo de la propuesta de valor es una creación de Alex Osterwalder, adaptada en esta plantilla por Design Thinking España.

Socios clave

¿quiénes son nuestros socios clave?
¿quiénes son nuestros suministradores clave?
¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?
¿qué actividades clave realizan los socios?

motivaciones para socios:

cooperación y economía
ventajas de negocio en el futuro
relaciones de confianza y estabilidad personal



Actividades clave

¿qué actividades clave requieren nuestra propuesta de valor?
¿nuestros canales de distribución?
¿nuestras relaciones con clientes?
¿nuestras fuentes de ingresos?

características

precios bajos
exclusión de proveedores
plataformas web



Propuestas de valor

¿qué valor entregamos al cliente?
¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver?
¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
¿qué necesidades de cliente estamos satisfaciendo?

características

novedad
innovación
servicios de "batería" y "cable"
altos
mejor que otros
gratis
más barato que otros
más barato que otros
más barato que otros
más barato que otros



Relaciones con clientes

¿qué tipo de relación es esta que establecemos y mantenemos con cada uno de nuestros segmentos de cliente?
¿cuáles hemos establecido?
¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?
¿cuánto cuestan?

ejemplos

asociación personal
asociación personal distribuida
asociación personal
asociación personal
asociación personal



Segmentos de cliente

¿para quién es tanto o tanto valor?
¿quiénes son nuestros clientes más importantes?

mercado de masas
mercado de nicho
segmentado
diversificado
diferenciado



Recursos clave

¿qué recursos clave requieren nuestra propuesta de valor?
¿nuestros canales de distribución y relaciones con clientes?
¿fuentes de ingresos?

tipos de recursos

financiación
recursos humanos
recursos tecnológicos
recursos físicos
recursos financieros



Canales

¿a través de qué canales queremos ser contactados nuestros segmentos de cliente?
¿cómo los contactaremos ahora?
¿cómo están integrados nuestros canales?
¿cuáles funcionan mejor?
¿cuáles son más eficientes en costes?
¿cómo los integramos con los recursos de cliente?

fases del canal

1. Descubrimiento
¿cómo descubrimos a nuestros clientes y cómo los contactamos?
2. Selección
¿cómo seleccionamos a nuestros clientes y cómo los contactamos?
3. Integración
¿cómo integramos a nuestros clientes y cómo los contactamos?
4. Entrega
¿cómo entregamos los productos y servicios a nuestros clientes?
5. Atención al cliente
¿cómo atendemos a nuestros clientes y cómo los contactamos?



Estructura de costes

¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
¿qué recursos clave son los más caros?
¿qué actividades clave son las más caras?

es tu negocio más:

basado en recursos escasos o en recursos abundantes
basado en recursos escasos o en recursos abundantes
basado en recursos escasos o en recursos abundantes

características de ejemplo:

costos fijos (salarios, alquiler, etc.)
costos variables
costos de inversión
costos de operación



Fuentes de ingresos

¿para qué se va a pagar realmente: dispuesto a pagar nuestros clientes?
¿para qué pagan actualmente?
¿cómo están pagando ahora?
¿cómo prefieren pagar?
¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

tipos

venta de productos
venta de servicios
venta de productos
venta de servicios
venta de productos
venta de servicios

precio tipo

precio de venta
precio de venta
precio de venta
precio de venta
precio de venta
precio de venta

precio individual

precio de venta
precio de venta
precio de venta
precio de venta
precio de venta
precio de venta



III. Scrum



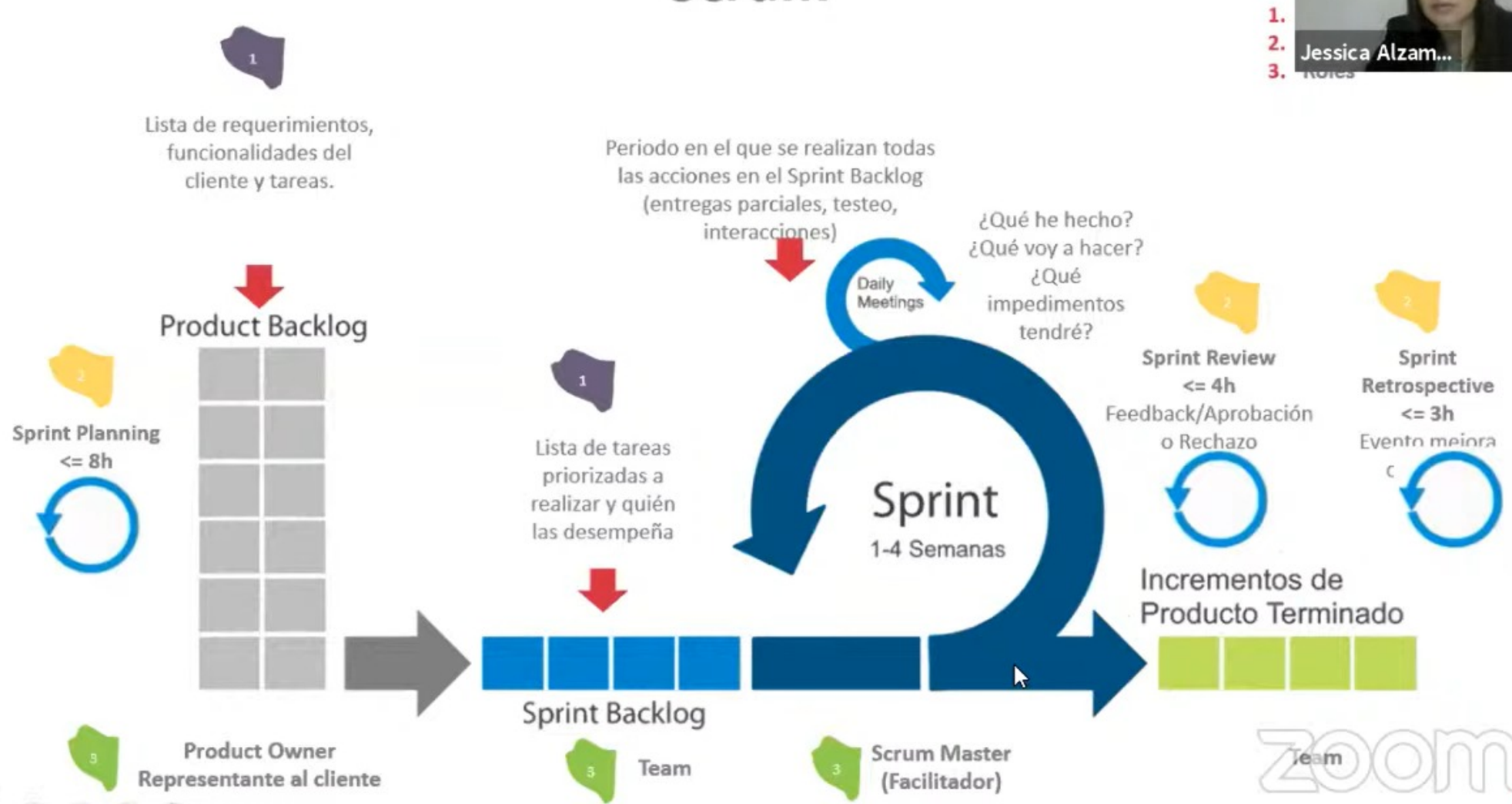
Metodología de trabajo que nos ayuda a agilizar la entrega de valor al cliente en iteraciones cortas de tiempo.

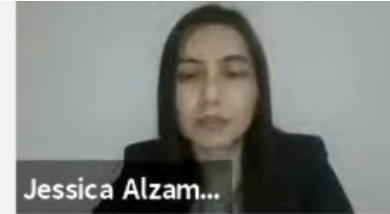


Se enfoca en problemas complejos y se basa en la transparencia, inspección, adaptación y colaboración con los clientes o usuarios.



Scrum





Beneficios de enfoques ágiles



Disminuye los costos y reduce el riesgo de pérdida porque nos permite fallar rápido sin invertir fuertes cantidades de recurso.



Promueve la creatividad e innovación al promover la experimentación



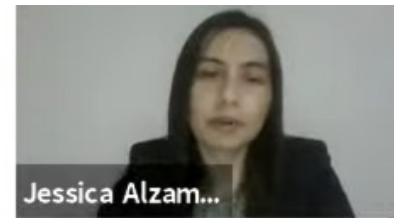
Nos acerca a los clientes gracias a que buscamos involucrarlos desde el inicio.



La capacidad de respuesta se vuelve más rápida.



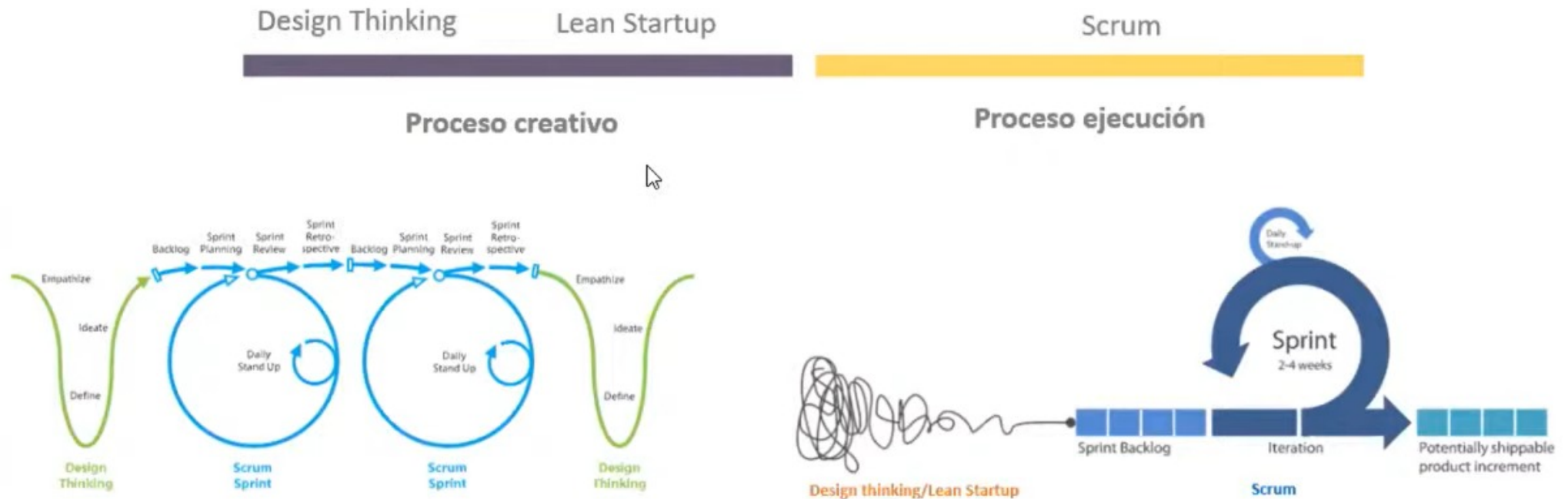
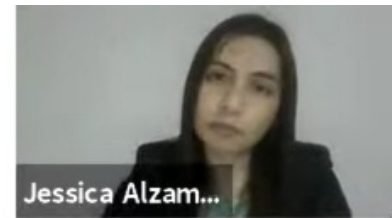
DT con LS probablemente NO



Jessica Alzam...



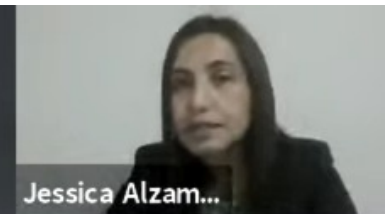
DT ó LS con SCRUM probablemente SÍ



Opción 1

Opción 2

zoom

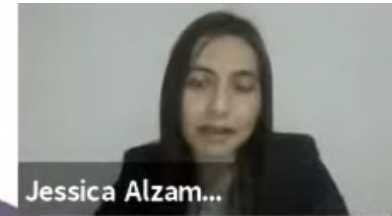


Jessica Alzam...

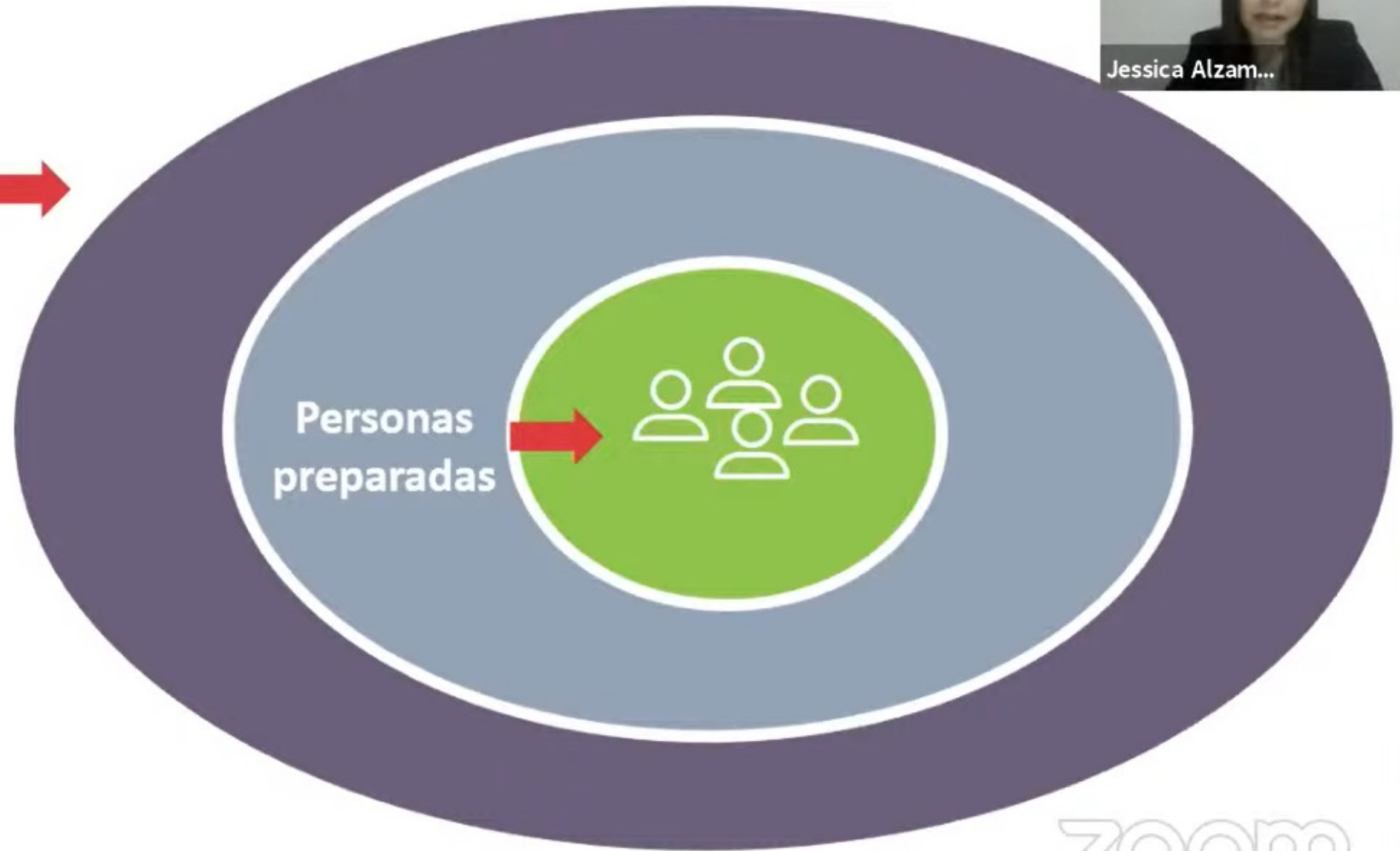


**Conocimientos, herramientas y equipos
¿Son suficientes?**

zoom 



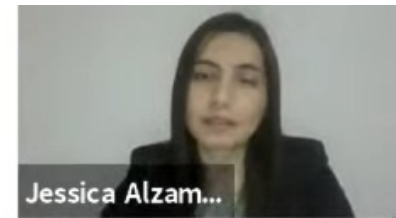
Cultura
organizacional
propicia



Personas
preparadas



Cultura organizacional propicia



Jessica Alzam...

Colaboración

- Foco en personas
- El éxito se logra por inteligencia colectiva más que individual.
- El equipo y las relaciones humanas está por encima de los rangos.
- El líder es un facilitador, es inspirador.
- El conocimiento y el aprendizaje surge de las necesidades del equipo.
- Los errores son necesarios y son parte importante del aprendizaje
- La productividad se mide por equipo no de forma individual.

Control

- Foco en los resultados y en el hoy.
- Si tienes más poder, tienes mas control que los demás, más éxito.
- Lenguaje deshumanizado y se suele hablar de "Recurso Humano".
- Enfoque en proceso, roles bien definidos.
- Poder es jerarquizado. Uno piensa los demás ejecutan.
- Manejo de la productividad individual (premio, castigo)

Cultivación

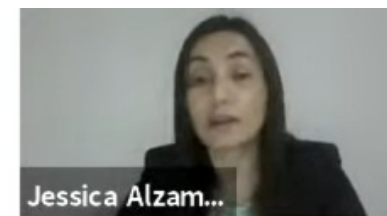
- Foco en las personas y en el mañana
- El éxito viene por crecimiento individual.
- Poder viene de tener carisma y ser el mejor en lo que hace.
- Líder es un referente, inspira y motiva al resto para lograr máximo rendimiento y compromiso.
- Dedicación a la formación.
- El error es clave para crecer y buscar la excelencia

Competencia

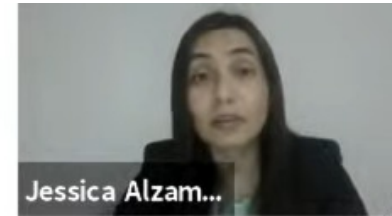
- Foco en los resultados y en el mañana
- El éxito se logra cuando yo soy mejor que el resto.
- Tengo poder cuando tengo mas expertise .
- Los expertos lideran y establecen las normas.
- Rechazan el error porque implica que el trabajo está mal hecho.



Personas preparadas



Personas preparadas



1. Buscar ser un ejemplo

Inspira y motiva a través de tu propia conducta y acciones

2. Fomentar el aprendizaje

Enseña lo que sabes, comparte conocimiento y conviértete en un coach para empoderar al equipo.

3. Mantener la mente abierta

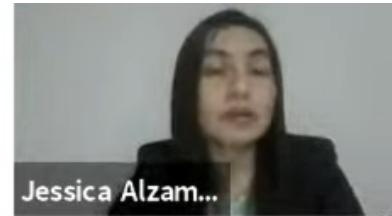
No se vale ser críticos extremos. Acepta críticas. Siempre ve nuevas oportunidades, tecnologías, herramientas, mercados

4. Mentalidad de salto

Crear cosas nuevas y disruptivas que agreguen valor nuevo al mercado..



Personas preparadas



1. Establecer objetivos pequeños, premiar fracaso.

Ayuda a probar nuevas ideas, aprender rápido y mejorar. Reduce el estrés que producen los fracasos grandes.

2. Comunicar eficientemente

Comunicación flexible y fluida. Cambia reuniones y presentaciones largas por frecuentes y estratégicas, siempre que se pueda.

3. Medir rendimiento y resultados

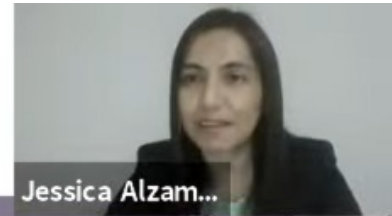
Ayuda a enfocarse en los progresos, ver las áreas de mejora y optimizar

4. No aferrarse al resultado final

Permite estar dispuesto a hacer cambios necesarios a tiempo y adaptarse a nuevas circunstancias



Personas preparadas



1. Incapacidad para admitir que no sé

(Sesgo de la certeza)

2. Necesidad de tener todo claro todo el tiempo

3. No incorporar el lenguaje y las emociones

(Sesgo de disponibilidad)

4. Creer que saber es sinónimo de tener la verdad

(Sesgo de la certeza)

5. Inhabilidad para delegar y confiar

(Sesgo de la autoridad)
(Sesgo de intensificación personal)

6. Inhabilidad para desaprender

(Sesgo de la maldición del conocimiento)



Fuente: adaptado de Agile Mindset | Enemigos del Aprendizaje en la Agilidad y Scrum

