



El **GPS** de las Organizaciones del **Futuro**

Claves de la Hoja Ruta para la
TRANSFORMACIÓN

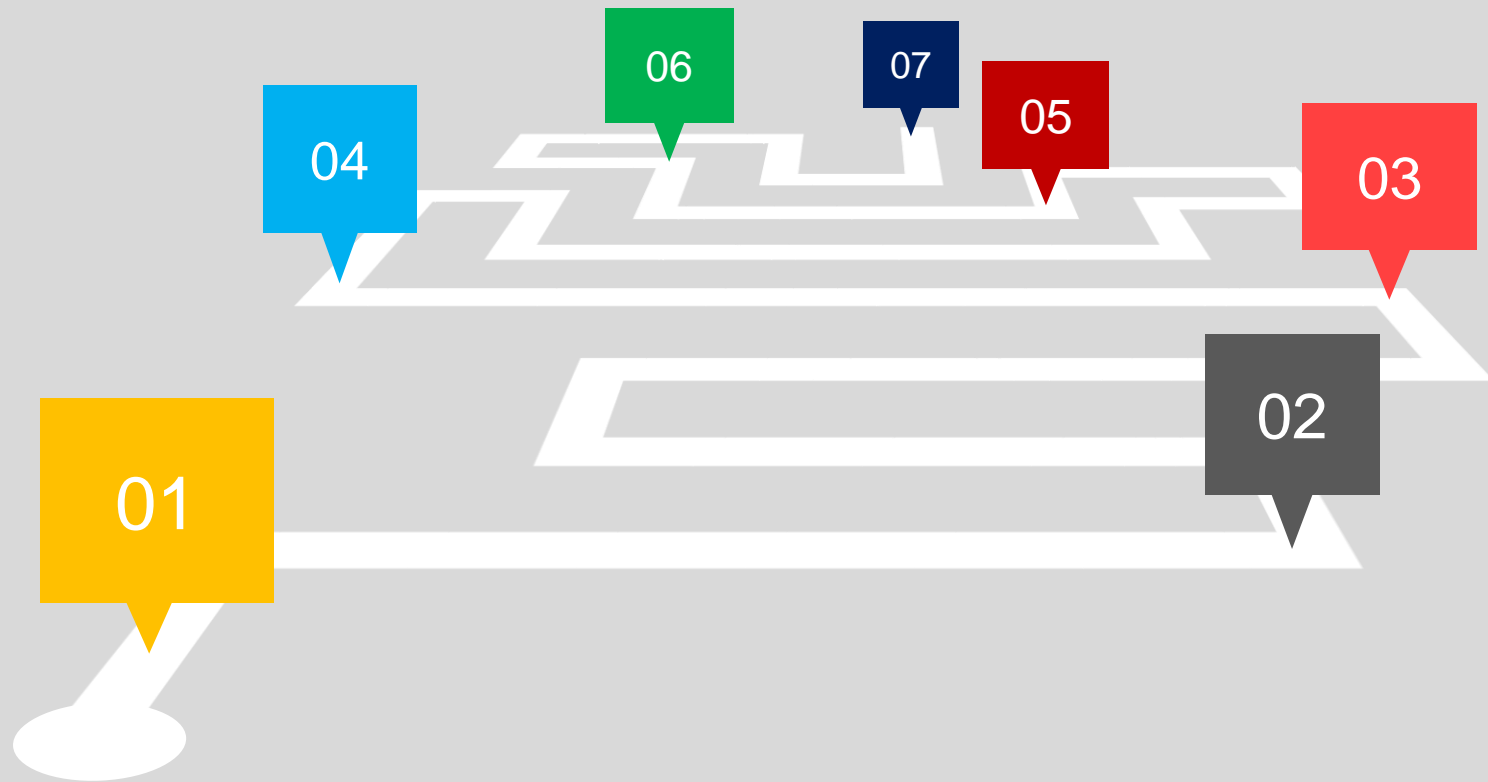


www.clubexcelencia.org



www.cegos.es

Describir la Hoja de Ruta del Futuro, es decir, cómo transformarnos... ¿misión imposible?



Para avanzar hacia el futuro necesitamos un mapa

01



¿Cómo caracterizar el futuro?

¿Cuáles son las nuevas realidades de las organizaciones?

¿De qué manera impactan en la estructura?

¿Cuáles son los retos que debemos superar?

Modelo GPS de las Organizaciones del Futuro



Es clave ser conscientes del camino por recorrer



¿Están las organizaciones preparadas para el futuro?

Autovaloración de Organizaciones: 6,5

Valoración objetiva GPS: 3,8

¿Está más preparada que otras organizaciones de su sector?

Igual de preparada: 35%

Más preparada: 48%

La diferenciación es una estrategia clave



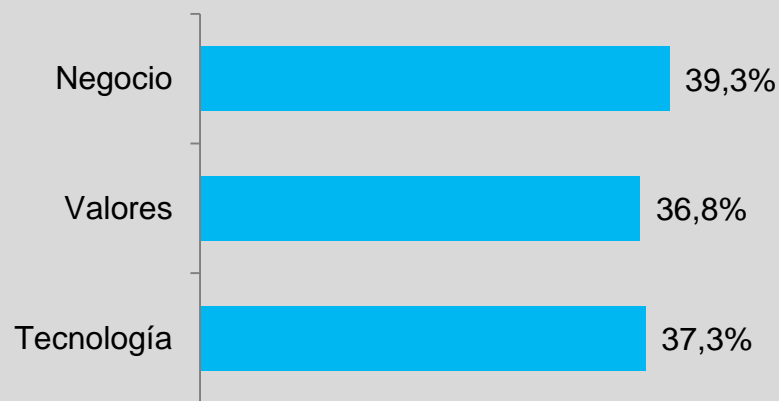
Retos considerados estratégicos por las organizaciones

- ▶ Experiencia de cliente
- ▶ Propuesta de Valor
- ▶ Innovación
- ▶ Digitalización

Hay un nivel similar de gestión de las nuevas realidades que condicionan el futuro; sin embargo, hay *gaps* entre las distintas funciones de la estructura orgánica



Nuevas realidades



Funciones



Recomendaciones relacionadas con las nuevas tecnologías



05

- ▶ Digitalizar la **selección** de personas
Selección, destrezas
- ▶ Ampliar el **uso de las nuevas tecnologías** en la producción
Realidad virtual o blockchain
- ▶ Gestionar el impacto de la robotización en las personas yendo **más allá de la formación de uso de las nuevas tecnologías**
Reubicación de las personas o replanteando objetivos de productividad
- ▶ Ampliar el uso de **datos predictivos** yendo más allá de los económicos y operacionales
Comerciales, de marca o de percepción de clientes y empleados

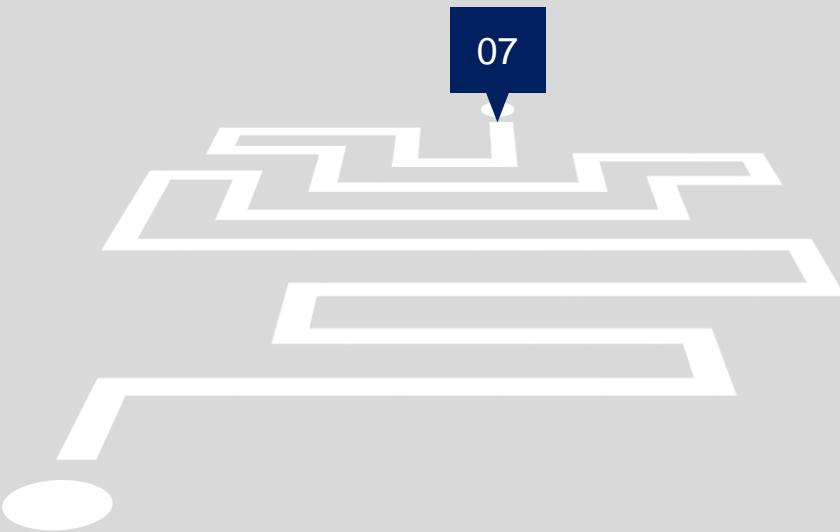
Recomendaciones relacionadas con los nuevos valores de las personas

06



- ▶ Incrementar la capacitación de las personas con mando **para empoderar** a sus equipos y personas
- ▶ Aprovechar los nuevos hábitos de los clientes **relacionados con la colaboración** comenzando por un análisis de impacto en su actividad
- ▶ Extender acciones de **desarrollo medioambiental** a través de modelos contrastados (ISO, EMAS)
- ▶ **Proporcionar más información** a los Grupos de Interés yendo más allá de los datos corporativos básicos

Recomendaciones relacionadas con la transformación del negocio



- ▶ Avanzar en desarrollo de la **experiencia de cliente** yendo más allá de la medición de satisfacción
Diseñando experiencias o capacitando los procesos internos que las generan
- ▶ Complementar los actuales mecanismos de medición de percepción de las personas con **medidas de su experiencia** y de la calidad del servicio interno recibido
- ▶ **Calibrar con datos la Propuesta de Valor** que contrasten su utilidad para el cliente, su diferenciación vs. competidores, su apalancamiento en un punto fuerte de la Compañía y su rentabilidad



El **GPS** de las Organizaciones del **Futuro**

Claves de la Hoja Ruta para la
TRANSFORMACIÓN



www.clubexcelencia.org



www.cegos.es