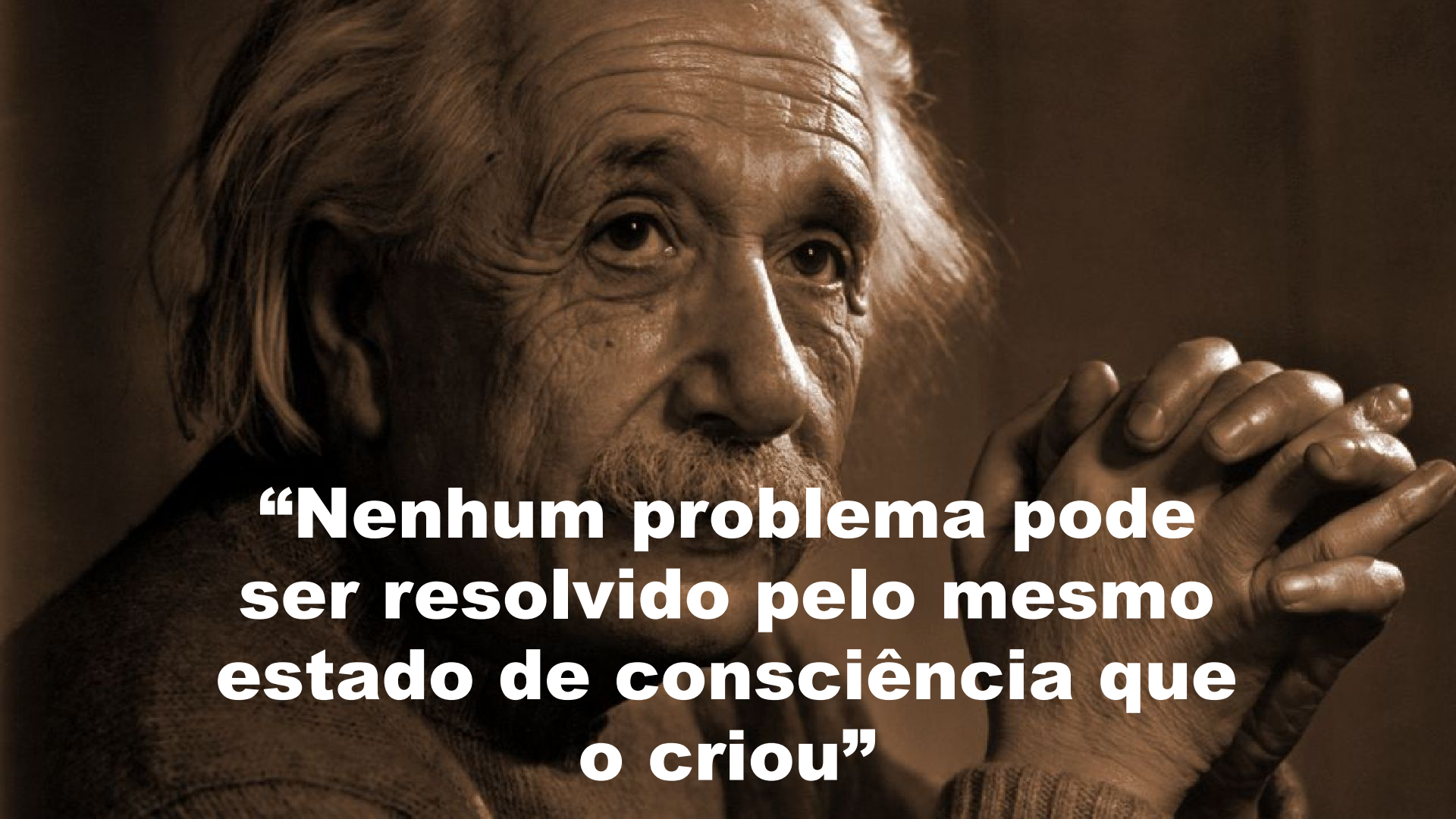


Business Agility

**Hackeando a Realidade nas
Organizações no Mundo VUCA**



A close-up portrait of Albert Einstein, showing his characteristic wild hair and mustache. His hands are clasped together in front of him. The image has a warm, brownish-gold color palette. Overlaid on the lower half of the image is a quote in white, bold, sans-serif font.

**“Nenhum problema pode
ser resolvido pelo mesmo
estado de consciência que
o criou”**



igti

Quem eu sou?

Juan Bernabó

**@jbernab Hacker de
Realidades**

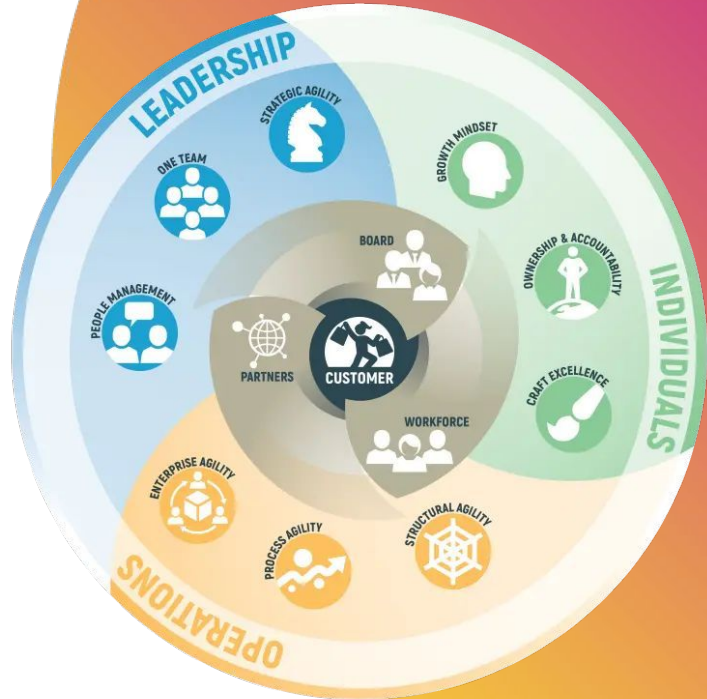


**Surfing the Third from the beginning
Unschooling, Internet, Communities, Agile, Start-ups,
Ecosystems, Especialista em Repensar a Gestão, Inovação e
Startups |**

**Autor do Pragmatic Management Approach | Fundador
da Germinadora e Teamware do Brasil |**

Co-founder ∞labs





“Agilidade nos Negócios é um conjunto de capacidades organizacionais, comportamentos e formas de trabalho que proporcionam à sua empresa liberdade, flexibilidade e resiliência para atingir seu objetivo. **Não importando o que o futuro traga.**”

Business Agility Institute

**Business Agility é
uma solução para
qual problema?**

Crise

perigo com

oportunidade

Sorte

preparação com

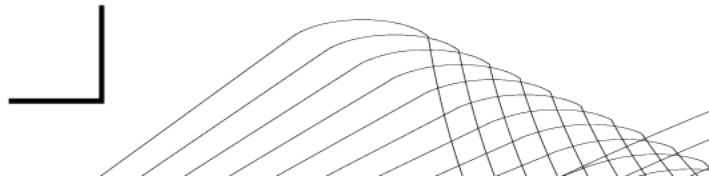
oportunidade

**Bem Vindos ao
Mundo VUCA**



Estamos vivendo a transição entre duas Eras...

**Da Era Industrial para a Era Do
Conhecimento**





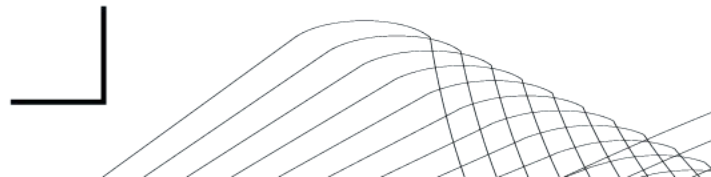
**O mundo ficou
mais volátil,
incerto, complexo
e ambíguo**

**Precisamos
aprender a surfar
a Terceira Onda!**





**Estamos sofrendo
transformações cada
vez maiores em várias
áreas
simultaneamente**



**Neste novo mundo
líquido nossas
expectativas são
frustradas o tempo
inteiro**



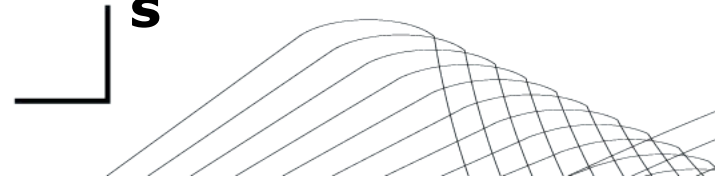
**Clientes
Frustrado
s**



**Colaboradore
s
Frustrados**



**Donos
Frustrado
s**

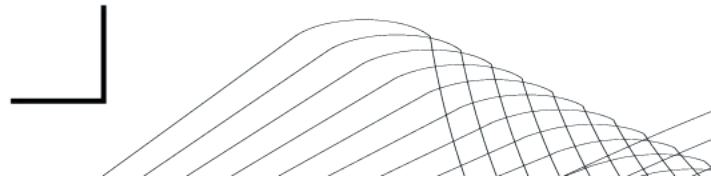




**50% das
empresas do
S&P 500 serão
substituídas
nos próximos**

<https://www.inc.com/ilan-mochari/innosight-sp-500-new-companies.htm>

10 anos





The Digital Vortex

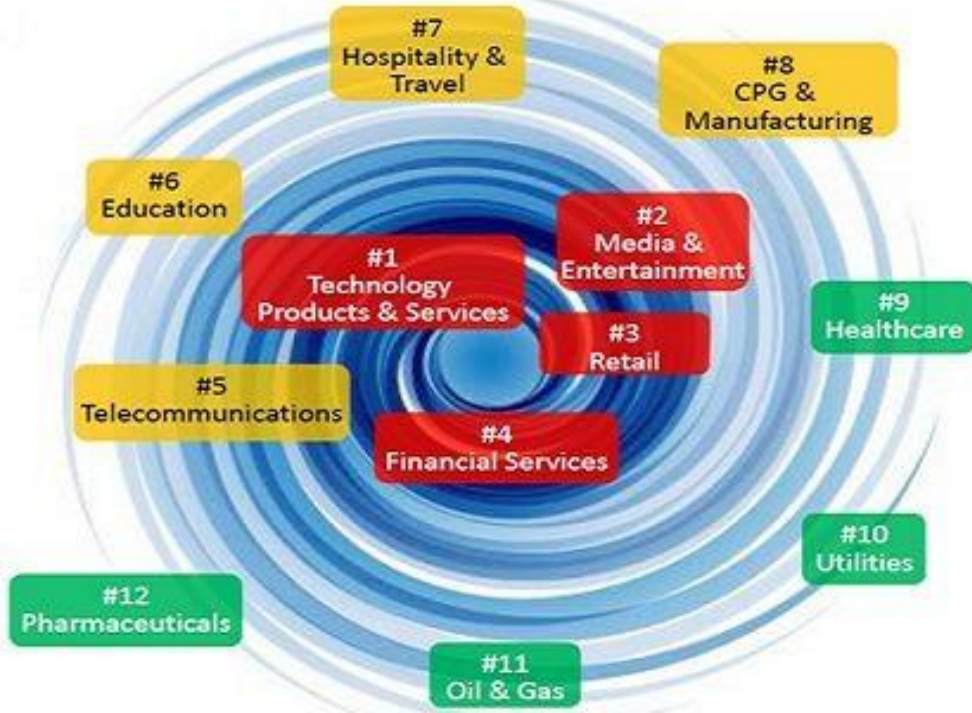
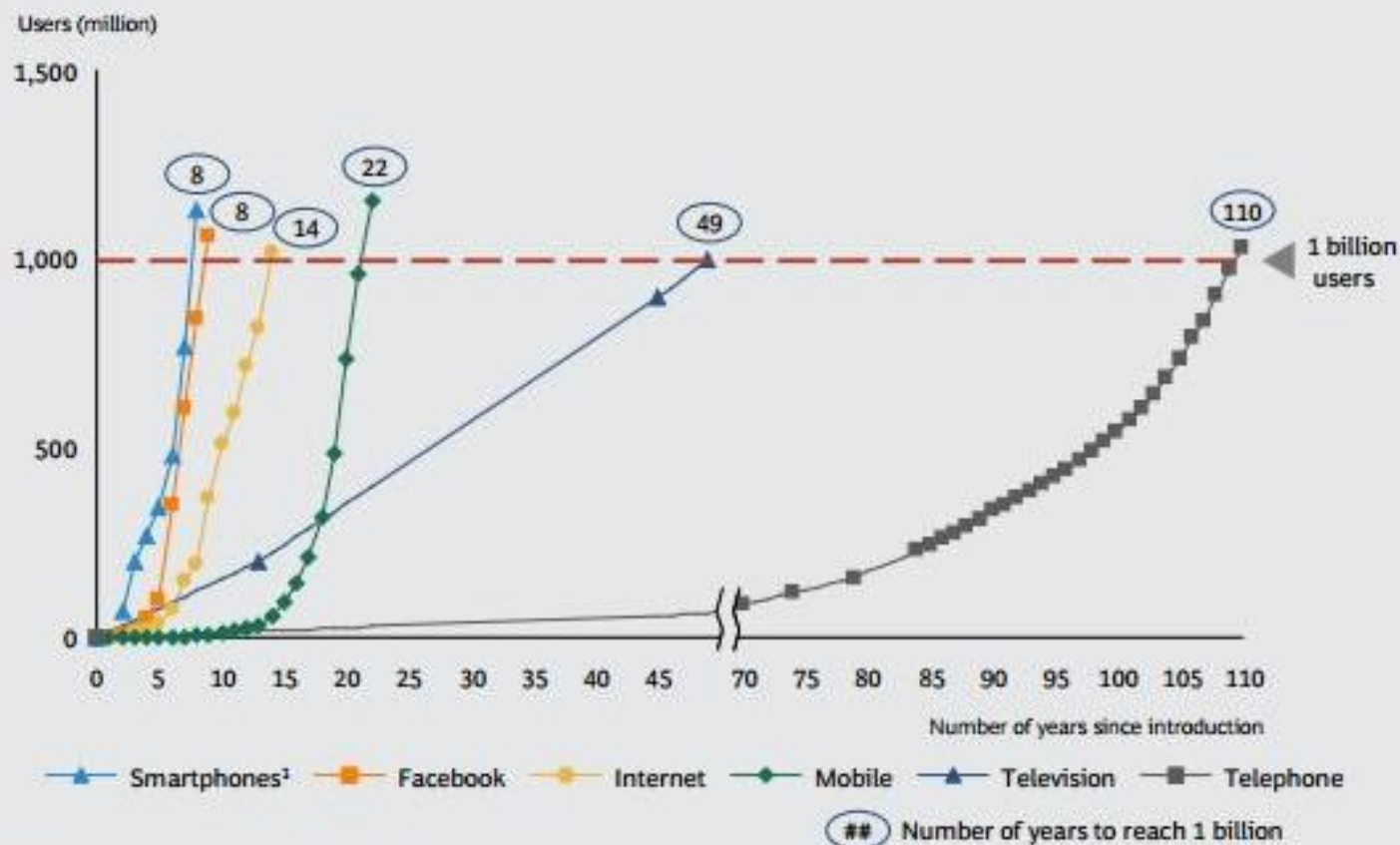


EXHIBIT 1.2 | Digital Technology Adoption Faster



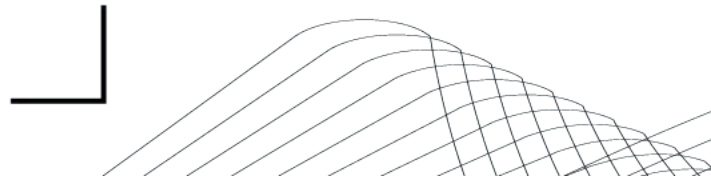
Source: ITU; Secondary Research; BCG analysis

Note: Data shown on the graph is only up to the year when user base touched one billion.

¹App based smart-phones.



**Em 2014 a
Indústria de
Telecomunicações
reportou 386 U\$S
bilhões em perdas
de receitas para o
Skype e o
Whatsapp**

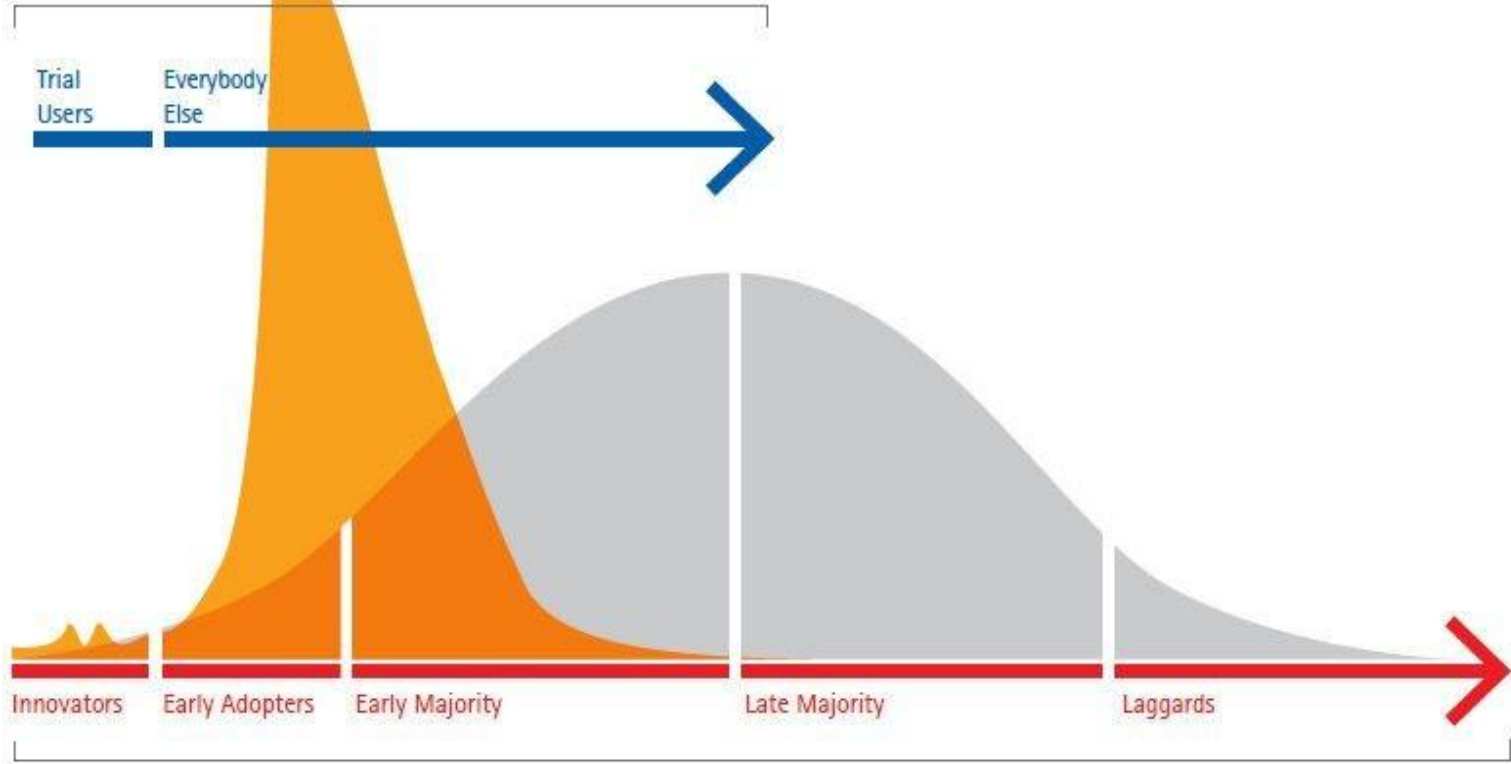





Big Bang Market Adoption

igti

BIG BANG MARKET
SEGMENTS



ROGERS'S MARKET SEGMENTS

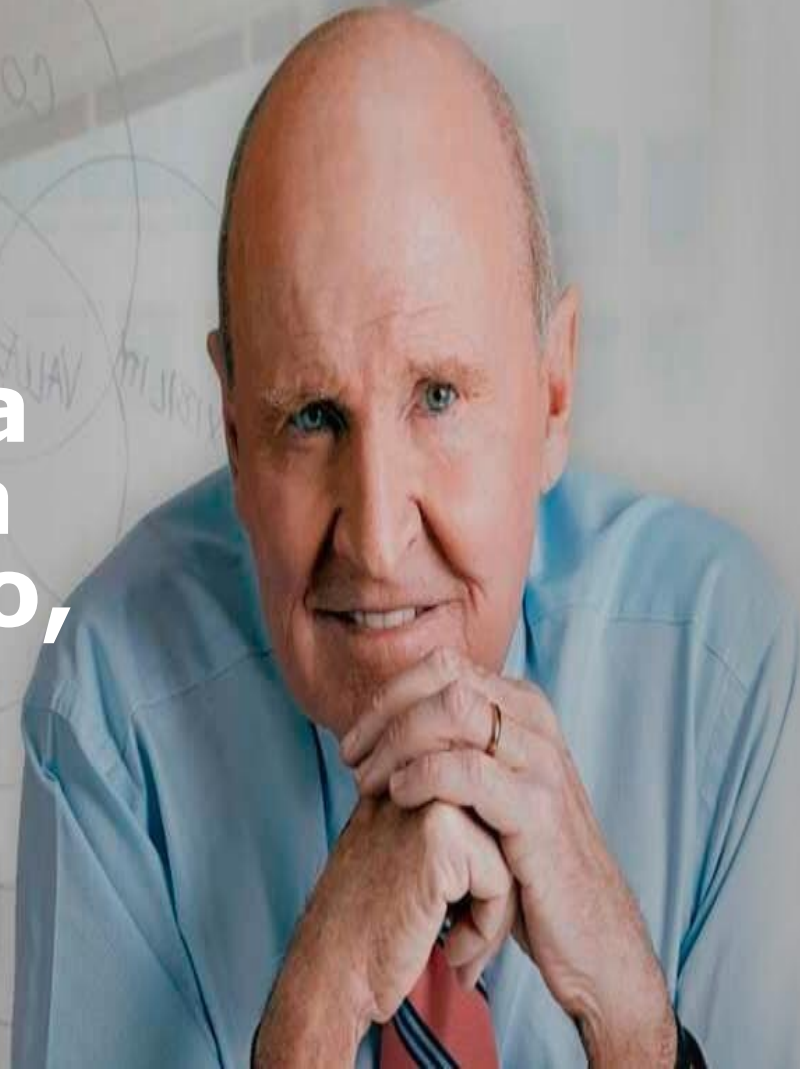


“As espécies que sobrevivem não são as espécies mais fortes, nem as mais inteligentes, e sim aquelas que se adaptam melhor às mudanças”

**Charles
Darwin**

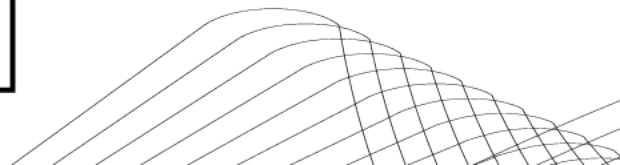
**“Se a taxa de
mudança do lado
de fora exceder a
taxa de mudança
do lado de dentro,
o fim está
próximo”**

**Jack
Welsh**



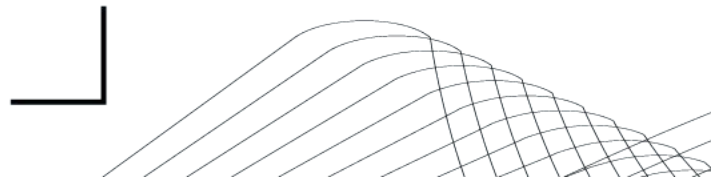


**Este novo mundo
requer não só uma
mudança nos
processos e sim uma
nova espécie de
organizações que
tenham mais
agilidade, mais foco e**



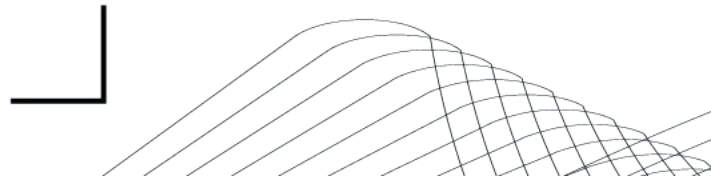


**Porém
continuamos
gerindo as
organizações com
o paradigma do
século passado**





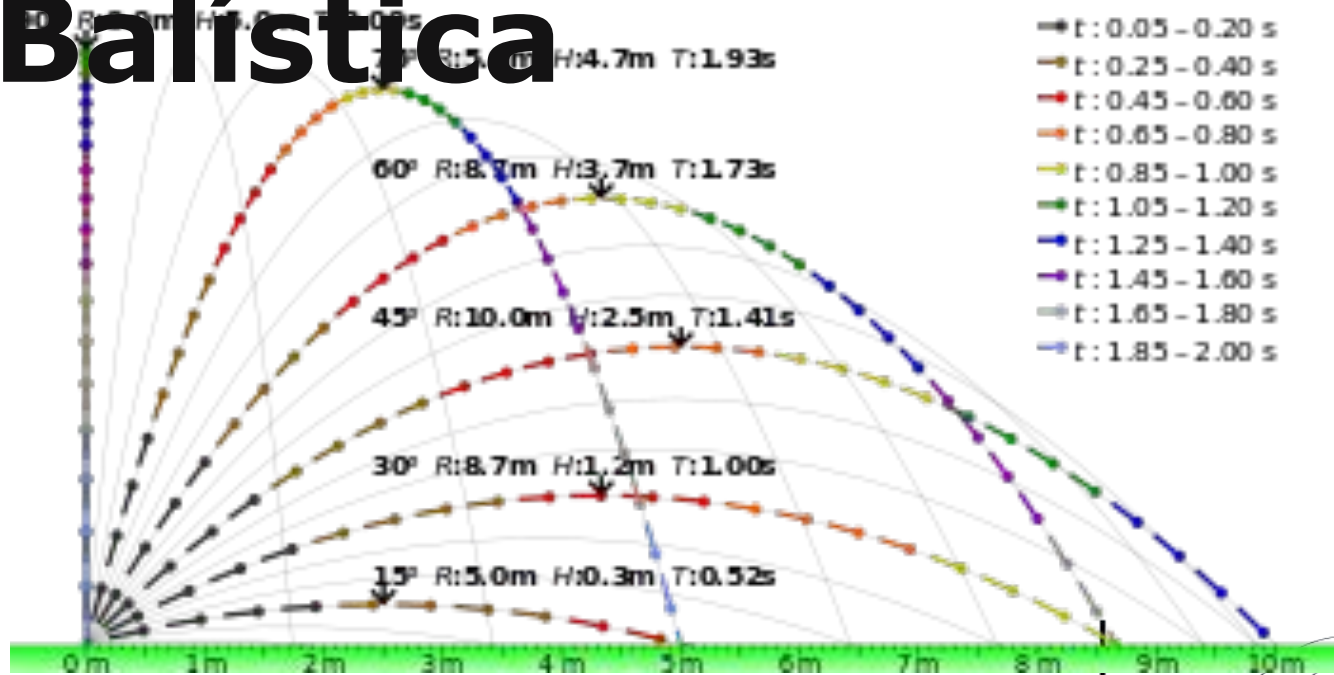
**E as metáforas
da gestão do
século passado
estão
falhando...**



**| Faz
sentido
disparar e
depois
apontar?**



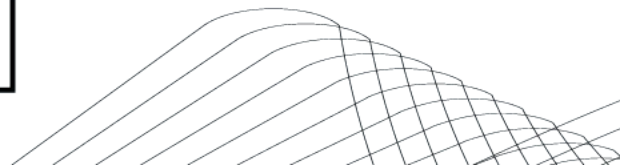
Metáfora Balística






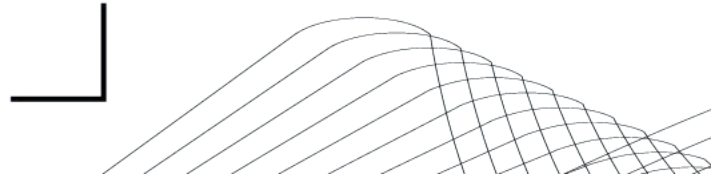
igti

Metáfora Misilística





**Todas as
ferramentas da
gestão do século
passado estão
baseadas na
metáfora
balística**





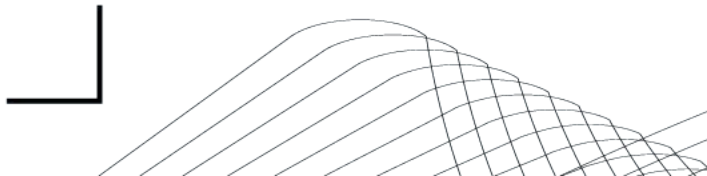
Precisamo s evoluir

as

Elas são as lentes pelas quais

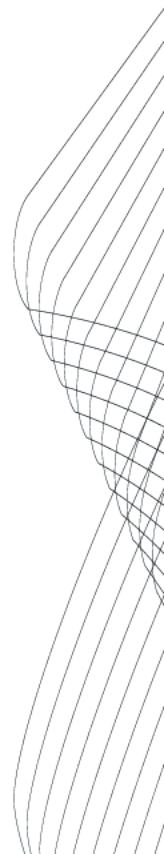
metaforas

...





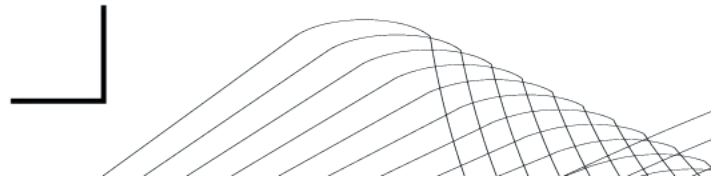
igti




Do balístico para o adaptativo

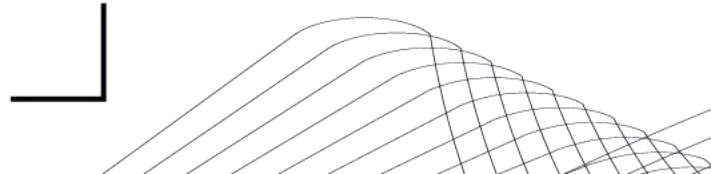


**A “meta” do
jogo era “não
se desviar da
trajetória
projetada”**





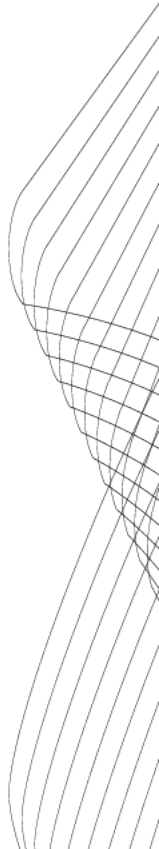
**O novo jogo é
sobre “atingir
alvos que
surgem do
nada e se
movem
rapidamente”**





igti

De gerir custos para gerir valor





Valor é subjetivo e hoje medimos coisas objetivas

<https://hbr.org/2016/09/the-elements-of-value>

IMPACTO SOCIAL



Autotranscendência

MUDANÇA DE VIDA



Oferece
esperança



Autorrealização



Motivação



Herança



Afiliação/
Pertencimento

EMOCIONAL



Reduz
ansiedade



Me
recompensa



Nostalgia



Design/
estética



Status



Bem-estar



Valor
terapêutico



Diversão/
entretenimento



Atratividade



Fornece
acesso

FUNCIONAL



Economiza
tempo



Simplifica



Gera
dinheiro



Reduz
risco



Organiza



Integra



Conecta



Reduz
esforço



Evita
problemas



Reduz
custo



Qualidade



Variedade



Apelo
sensorial



Informa

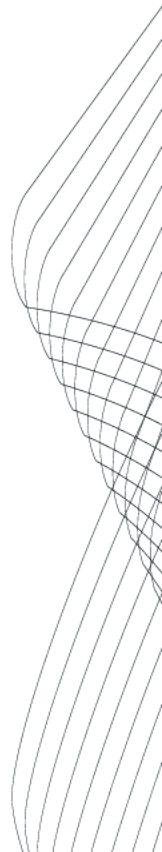
ADAPTADO DE BAIN & COMPANY

FONTE: The elements of value - Harvard Business Review



igti

De gerir custos para gerir valor





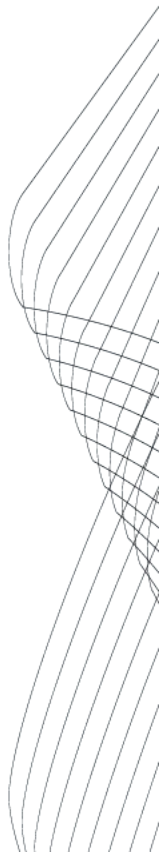
**“diga-me como
me medes que te
direi como me
comportarei”**

Eli Goldratt - Autor da Meta



igti

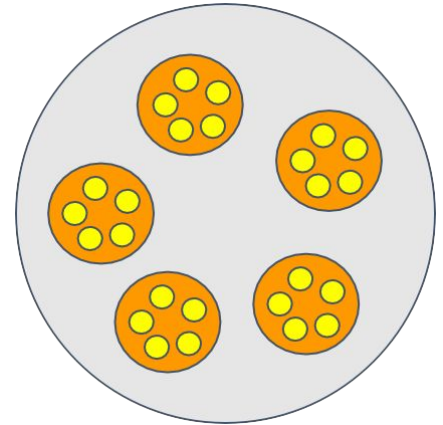
De máquinas para organismos



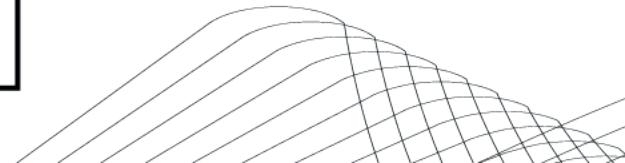
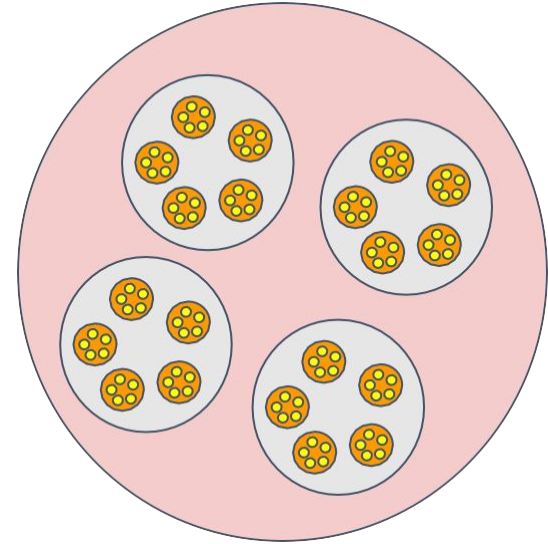
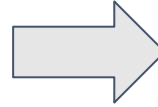
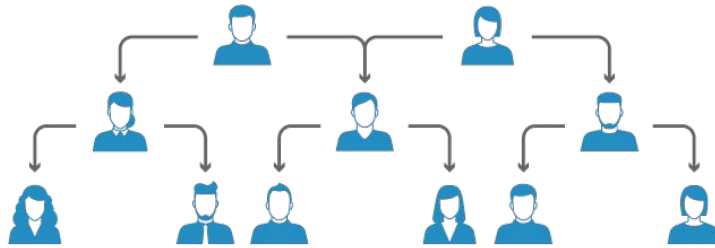
**A organização como
hierarquias e máquinas...
as pessoas como
engrenagens...**



A organização como um organismo, que continuamente sente, se transforma e se integra ao seu ambiente através de fluxos, ciclos e feedbacks



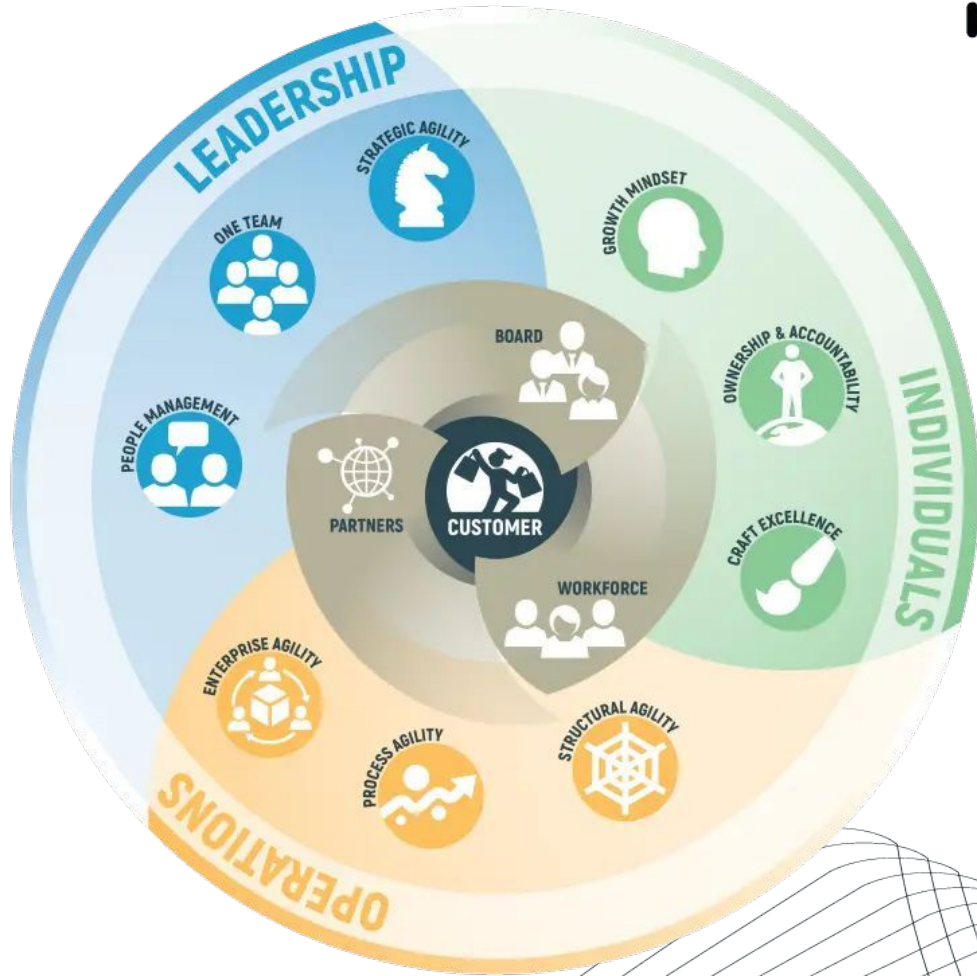
De Comando e Controle para Autogestão



**Que dimensões
precisamos
mexer?**

Modelo

Este modelo é mais para olhar
para áreas que não podemos
esquecer de olhar numa
transformação e menos sobre um
modelo para implementar.



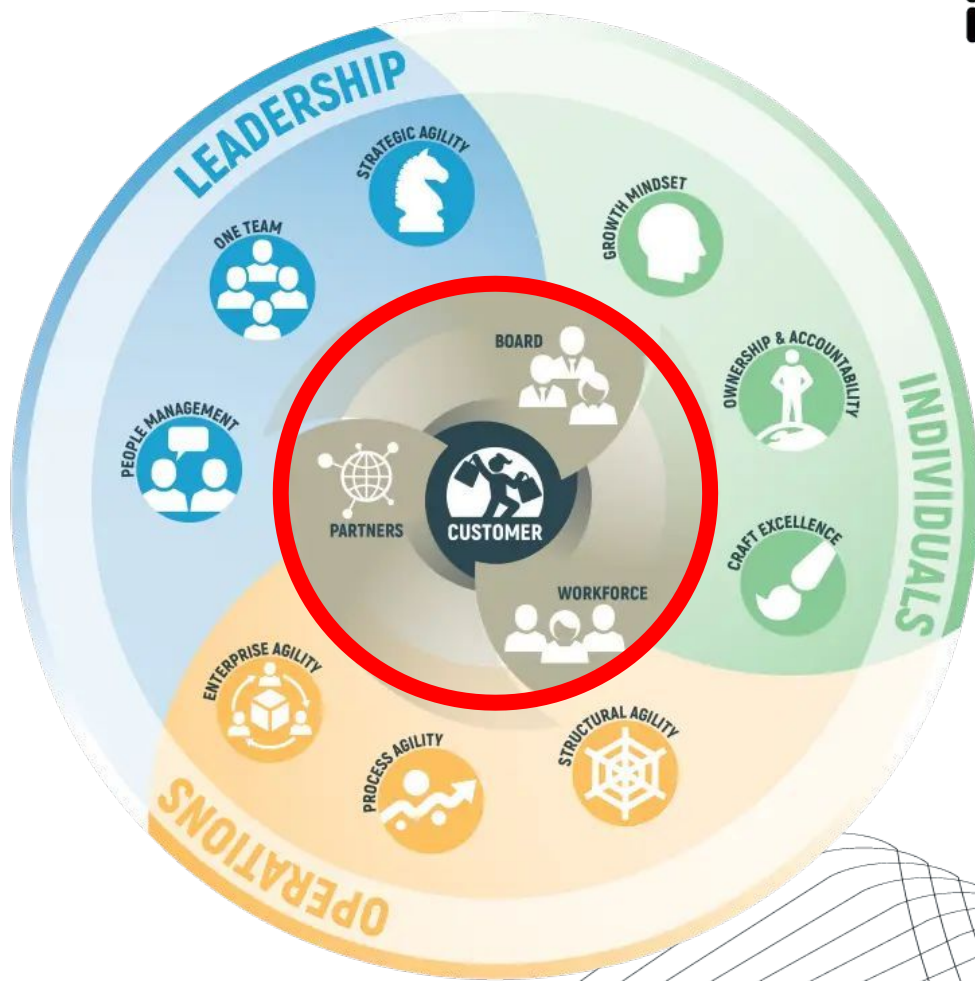


Coração

Cliente no Centro (A razão de
Existir) Conselho

Parceiros

Força de Trabalho

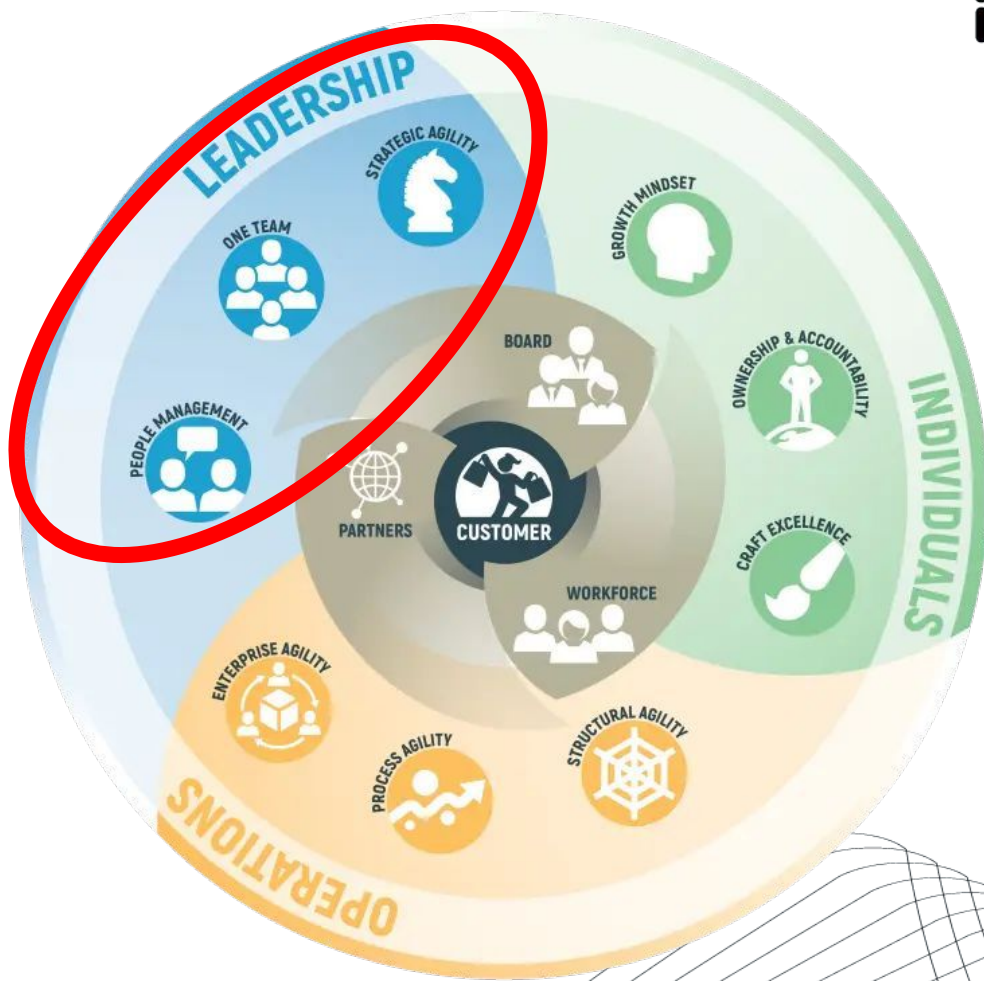




Liderança

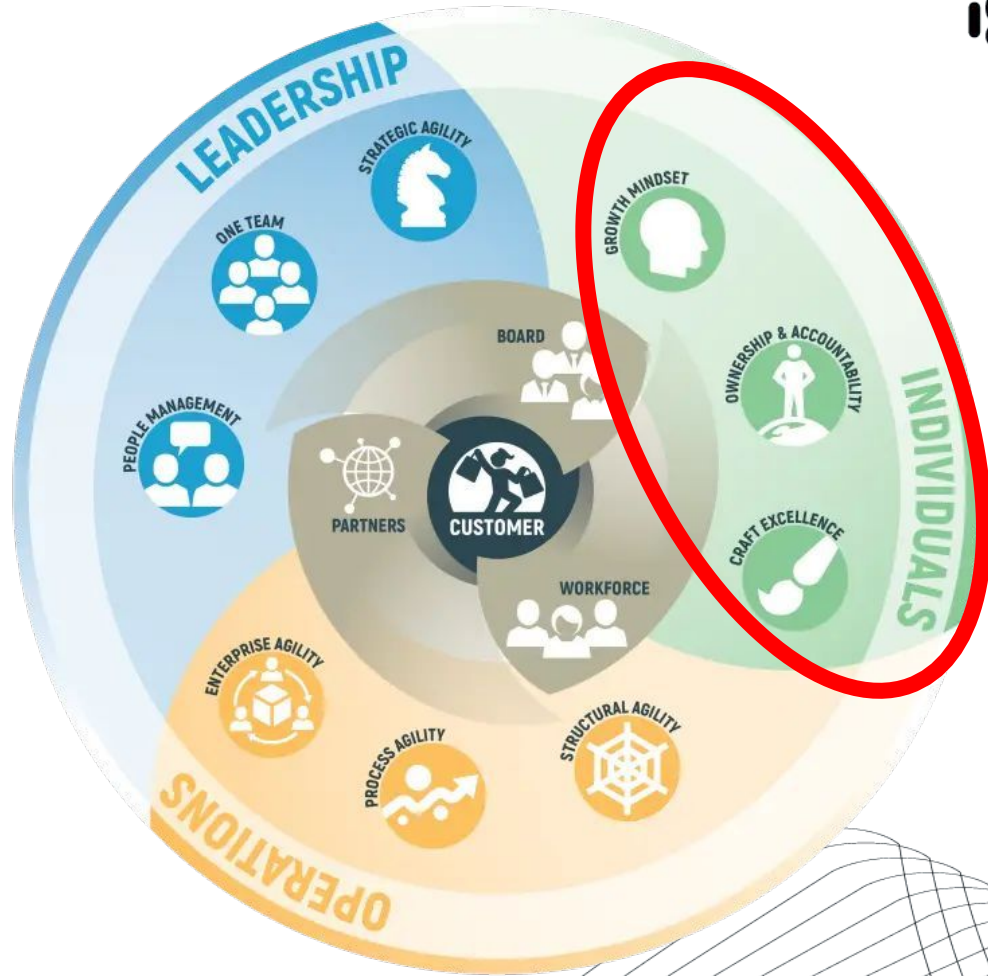
Agilidade

**Estratégica Um
único time Gestão
de Pessoas**



Indivíduos

- **Mindset de Crescimento**
- **Sentimento de Dono & Compromiso De Manter Informado**
- **Excelência na sua Arte**





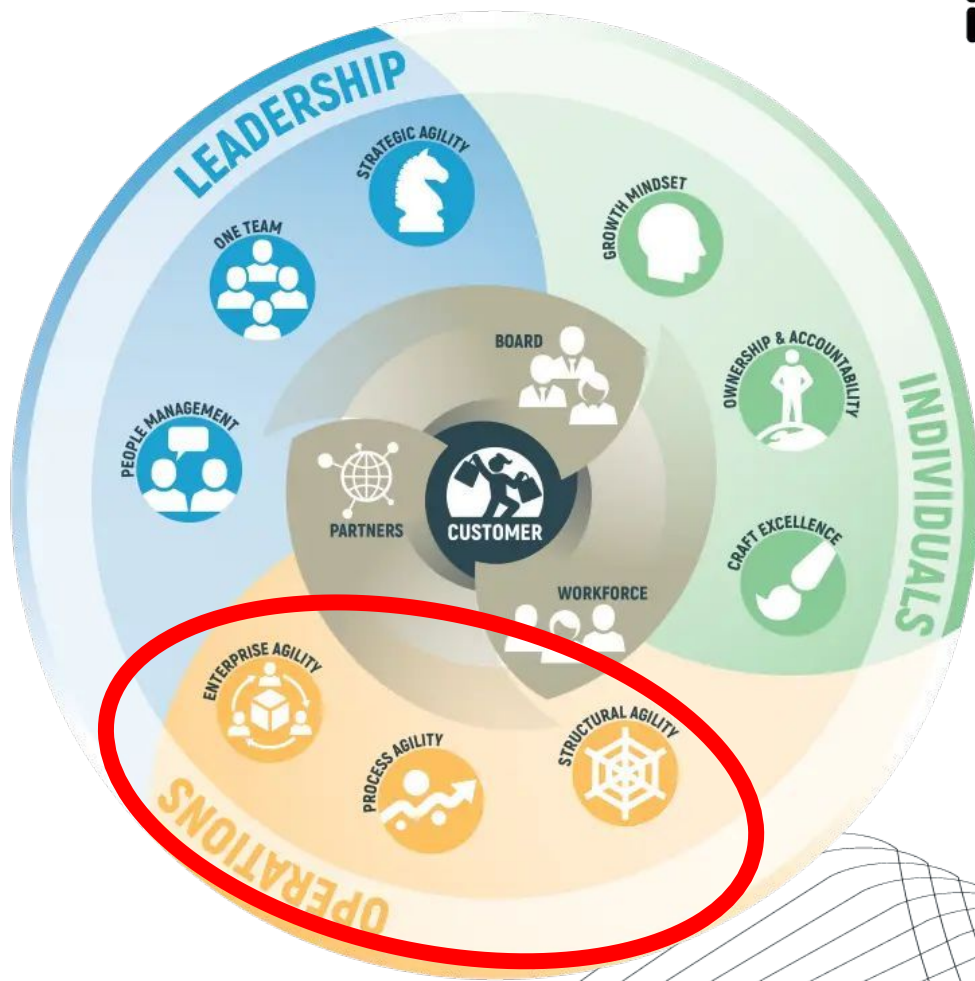
Operações

Agilidade

Organizacional

Agilidade Processual

Agilidade Estrutural



Como Hackear a Realidade da Organização?

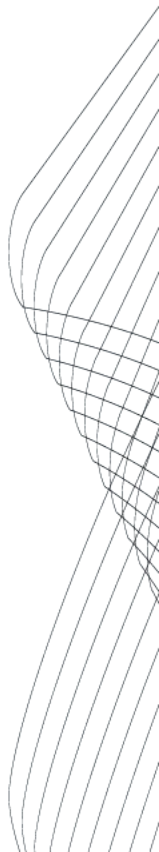
**O que é a
realidade?**

|

**O que é a
realidade
?**

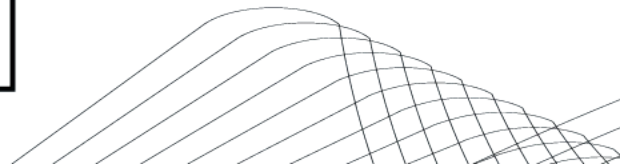


**A realidade não é o
que acontece e sim
os significados que
damos ao que
acontece**



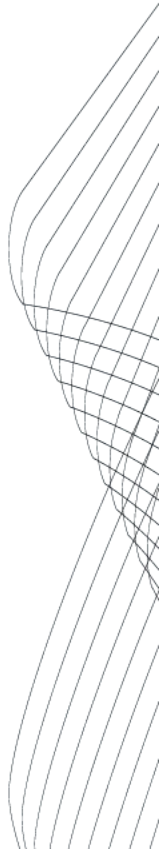


**A realidade
acontece
nas
interações
(vivência)**



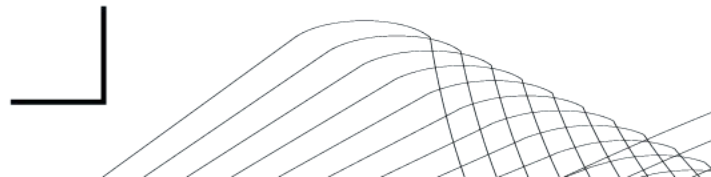


O significado que damos ao que acontece nas interações depende de qual papel assumimos e do jogo que estamos jogando no momento



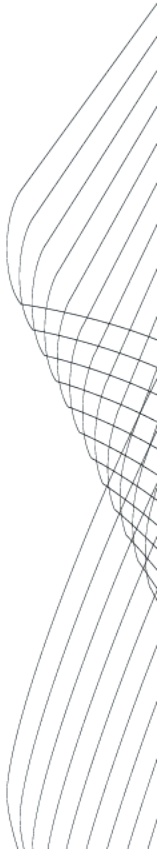


**A Criar Novas
Realidades envolve
decidir
conscientemente
parar de repetir o
passado (sair do
automático)**



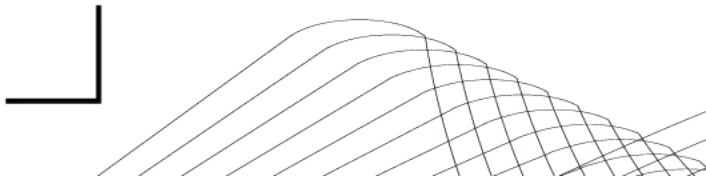


**Criar Novas Realidade
envolve Alterar as
Regras dos Jogos que
existem e Criar Novos**





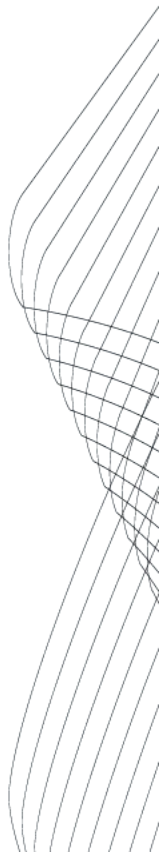
Criar novas formas de se relacionar





igti

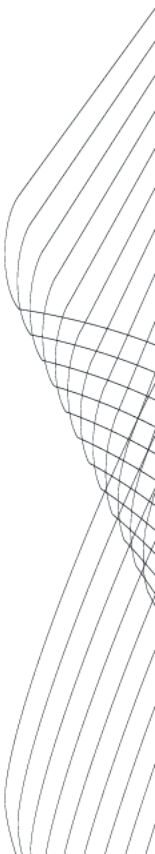
**Do jogo eu mando e
você obedece, para
juntos vemos qual é**



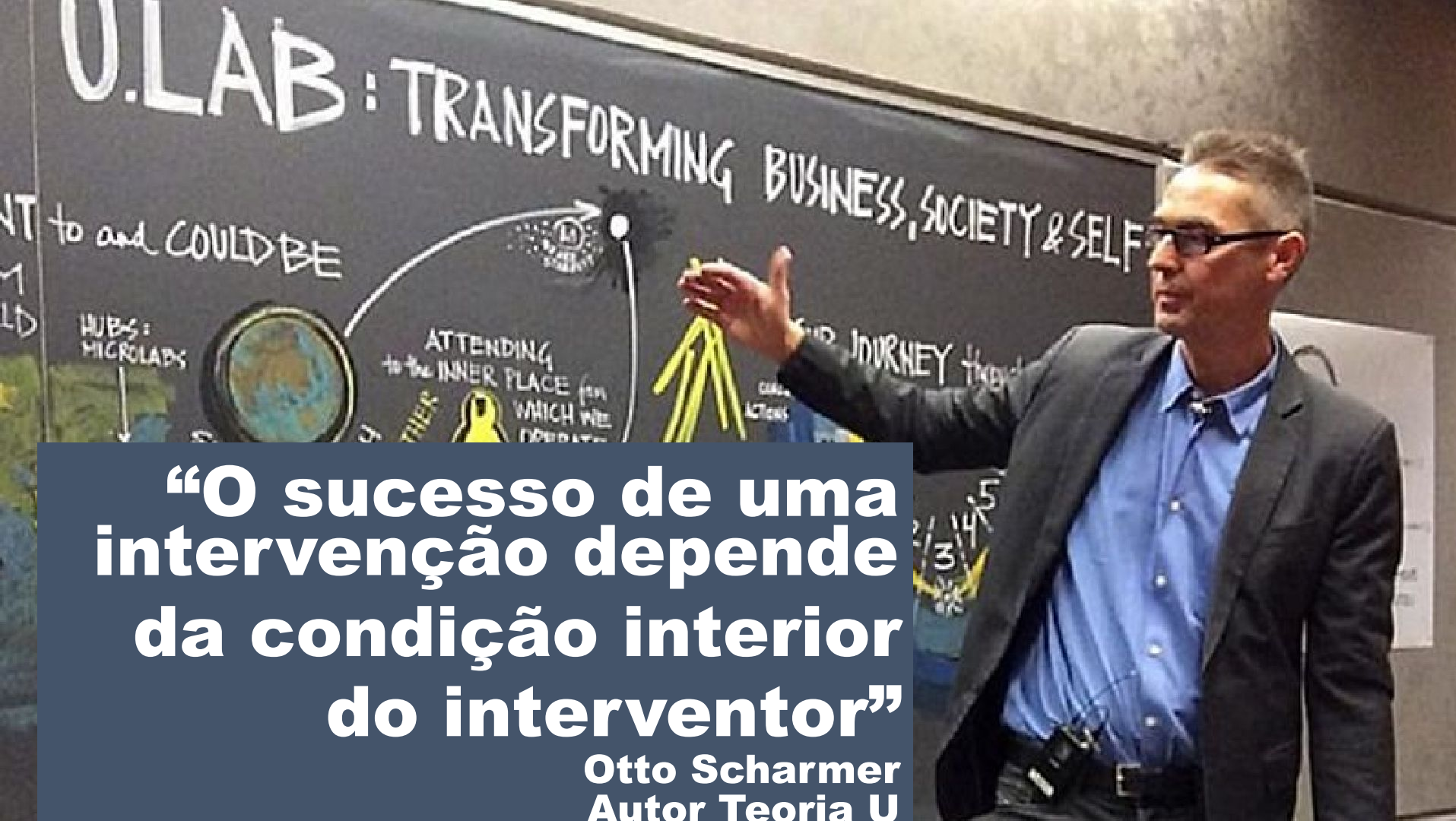


igti

**Do jogo de controlar
qual vai ser, para o
jogo de ir vendo qual é**



**O problema do futuro
emergente, é que é um
futuro que nunca
vivemos**



“O sucesso de uma intervenção depende da condição interior do interventor”

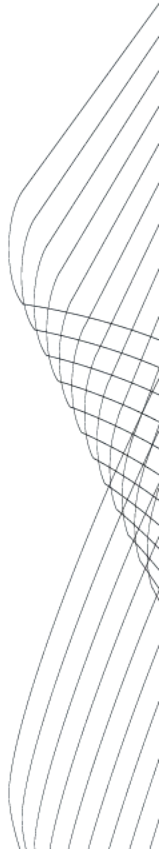
Otto Scharmer
Autor Teoria U

**Como
começar?**



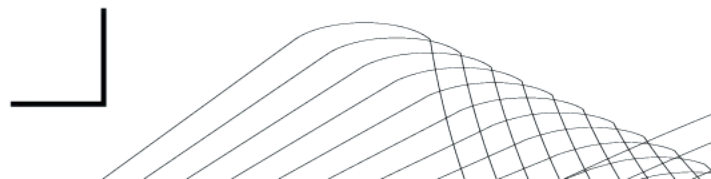
igti

**Comece por criar mais
consciência sobre
como nos tratamos
dentro da
organização**





**No final das
reuniões, pergunte
e capture:
Numa escala de -3 a
+3, você está saindo
da reunião se sentindo
mais vivo do que você
entrou nela, ou
sentindo que perdeu**



**Marque uma reunião para
entender juntos, por que
isso acontece?
(Não vale colocar culpa)**

Obrigado!

@jbernab

[linkedin.com/in/juanbernabo](https://www.linkedin.com/in/juanbernabo)

