

Guía Experimento

EX - Manual Astara Buddies

Agenda

1. **Gestión del Cambio**
2. **Movilizadores Master**
3. **Visión Astara 2024**
4. **Experimento**
5. **Conformación Equipo de Valor**
6. **Cronograma de trabajo: Fases, objetivos y actividades**
7. **Espacios de Orientación**

1. Introducción: Gestión del Cambio

Gestión del Cambio in a blink



Gestión del Cambio es la brújula para alcanzar la nueva visión de Astara

“Somos una empresa de movilidad abierta, con un enfoque centrado en las personas, comprometida con la sostenibilidad”



Los valores Astara

Valientes

Creemos en la necesidad de cambiar para avanzar usando el poder de los datos para liderar el cambio. Actuamos con determinación para lograr el progreso respondiendo con agilidad y audacia.

Mente abierta

Tenemos curiosidad por conocer otras visiones, puntos de vista y tendencias de futuro. Valoramos la diversidad de experiencias, competencias e ideas. Escuchamos a nuestros clientes, empleados, socios y accionistas para explorar nuevas oportunidades, creando sólidas redes de colaboración basadas en la confianza.

Innovadores

Imaginamos, creamos y desarrollamos nuevas formas de resolver los desafíos de la movilidad. Nuestra disrupción ayudará a las personas a moverse de manera más inteligente y mejor.

Humanos

Comprometidos a influir positivamente en la vida real de las personas. Somos fieles a nuestro compromiso de progreso humano.

Hasta 2024: 8 Iniciativas, 16 experimentos, 73 colaboradores.

Iniciativas 2022

- 1 Actualización sobre los proyectos
- 2 Testimonios de Movilidad
- 3 Open Innovation
- 4 Customer Experience

Iniciativas 2023

- 4 Customer Experience
- 5 Employee Experience
- 6 Astara Open

Iniciativas 2024

- 4 Customer Experience
- 5 Employee Experience
- 6 Astara Open
- 6 Protagonistas del Progreso
- 6 Inteligencia Astara

Iniciativas 2024

En esta iniciativa está
tu experimento

Astara Open

Construir un área que se encargue de **gestionar la propuesta de valor de la organización hacia los colaboradores**. Que defina la identidad de la organización y fomente comportamientos alineados a la cultura que la organización desea reforzar.

Customer Experience

Diagnosticar, diseñar y refinar la experiencia del cliente para cada marca, así como la experiencia del futuro cliente de Astara.

Employee Experience

Diagnosticar, diseñar y refinar la experiencia del colaborador durante toda su trayectoria en Astara, incorporando la en los procesos clave de la organización.

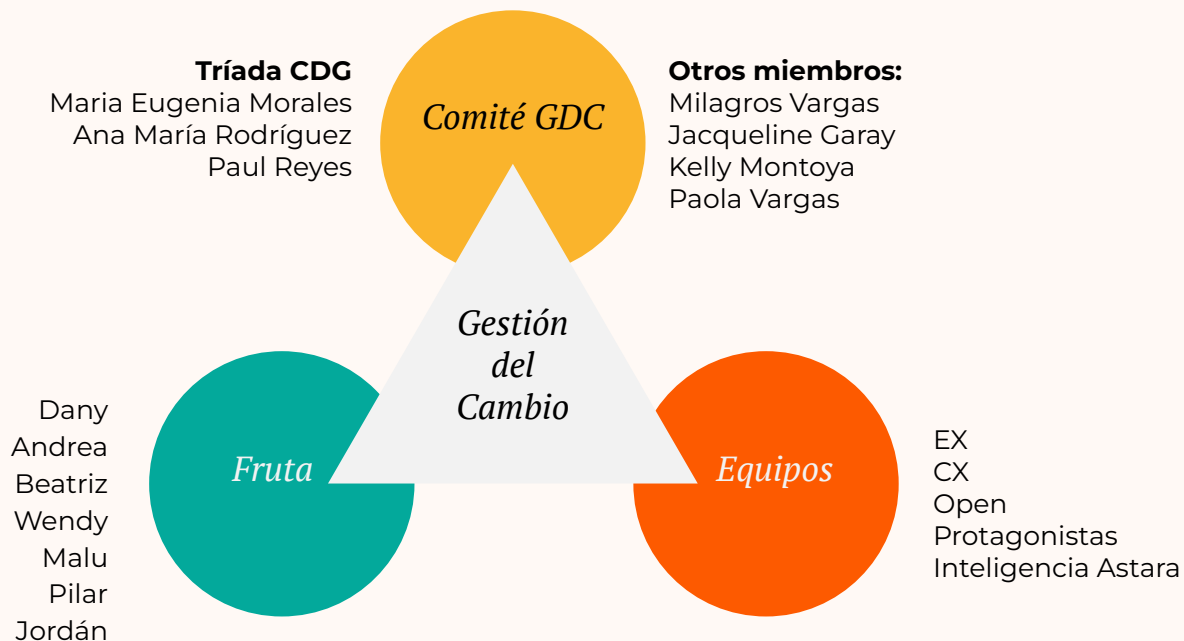
Protagonistas del Progreso

Identificar Protagonistas del Progreso relacionados directa o indirectamente con **la movilidad y difundir sus historias**.

Inteligencia Astara

Comprender las utilidades de la AI e identificar posibles implementaciones de la AI para **mejorar procesos de astara interna y de cara al cliente**.

¿Cómo interactuamos en equipo?

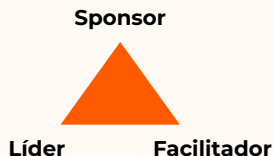


¿Cómo es un equipo ágil?

Para la ejecución de los experimentos se decidió **formar equipos ágiles** los cuales llevan a cabo los experimentos de manera más eficiente y teniendo como foco siempre **aportar valor en cada parte del *sprint***.

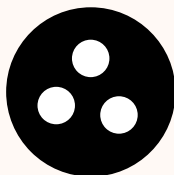
Tríada de liderazgo

Asegura que la iniciativa se desarrolle de acuerdo a la visión de Gestión del Cambio.



Equipo de valor

Logra el objetivo de la **iniciativa** y la **evoluciona**, logrando la **autonomía** necesaria.



Roles del equipo: Tríada de liderazgo

Sponsor

Un miembro directivo o ejecutivo como persona de autoridad para cuidar la evolución de los equipos.

Líder

Enfocado/a en la experiencia o eficiencia con el propósito de dar visión y claridad a los objetivos de la iniciativa.



Facilitador/a

Acompaña directamente al equipo en su evolución y fluidez cuidando el modelo operacional.

Roles del equipo: Equipo de valor

Sponsor

Un miembro directivo o ejecutivo como persona de autoridad para cuidar la evolución de los equipos.

Equipo de valor

Desarrollan el experimento, transformando sus habilidades durante el proceso de acompañamiento.

Líder

Enfocado/a en la experiencia o eficiencia con el propósito de dar visión y claridad a los objetivos de la iniciativa.



Facilitador/a

Acompaña directamente al equipo en su evolución y fluidez cuidando el modelo operacional.

2. Movilizadores Master

Movilizadores vs Movilizadores Master

Movilizador

- **Ha participado en Gestión del Cambio** y ha adquirido conocimientos básicos.
- Posee **conocimientos básicos sobre GDC** y su metodología.
- Puede colaborar y **trabajar en equipo bajo el acompañamiento**.

Movilizador Master

- **Además de haber participado** en Gestión del Cambio, **aplica de manera autónoma lo aprendido**.
- Tiene un **conocimiento profundo y detallado sobre GDC**, y sabe usar la metodología.
- Demuestra **habilidades avanzadas de liderazgo**, guiando y creando nuevos movilizadores.

Gestión del Cambio y Movilizadores Máster

Eje Cuidar el NEGOCIO de hoy						
Iniciativas	Customer Experience (CX)		Employee Experience (EX)		Open	
Experimentos	Movilizadores	Movilizadores Master	Movilizadores	Movilizadores Master	Movilizadores	Movilizadores Master
Equipos	Acompañados por Fruta	Autónomos	Acompañados por Fruta	Autónomos	Acompañados por Fruta	Autónomos
Formación						
Toda la compañía	Píldoras de conocimiento			Encuentros de Cultura		
Movilizadores Máster	Curso Movilizadores Master: Certificación Change Management					

Perfil Movilizador Master



Experimentado

Haber pasado por un experimento completo de Gestión del Cambio.



Visionario

Abraza la visión de astara y está comprometido con los objetivos y valores de la organización.



Líder

Habilidad y ambición para liderar efectivamente y tener impacto en el equipo y la organización.



Cooperativo

Capacidad para fomentar la colaboración y el trabajo en equipo.



Mentor

Deseo y habilidad para transmitir conocimiento de manera asertiva a otras personas.



**Disponibilidad horaria*

Para el curso y ejecución de experimentos.

Día a día del Movilizador Master



Fomentar la capacidad de **tomar decisiones independientes** y asumir la responsabilidad de la ejecución de los proyectos.

Estimular la **colaboración entre los miembros del equipo**, trabajando juntos para alcanzar los objetivos del proyecto.



Estimular la **iniciativa y la búsqueda activa de oportunidades**, soluciones y recursos para avanzar en los proyectos de manera efectiva.

Cultivar la capacidad de **enfrentar desafíos y obstáculos de manera creativa y eficaz**, buscando soluciones innovadoras y adaptándose a las circunstancias cambiantes.



Promover un **enfoque analítico y reflexivo**, fomentando la capacidad de evaluar y cuestionar las ideas, procesos y resultados para mejorar continuamente.

Priorizar tareas y actividades de manera eficiente, gestionando el tiempo de manera efectiva para cumplir con los plazos y mantener la productividad.



3. Visión Astara 2024

Visión Astara y ejes estratégicos 2024

“Somos una empresa de movilidad abierta, con un enfoque centrado en las personas, comprometida con la sostenibilidad”

2024-...



Eje: Cuidar el NEGOCIO de hoy

Para **cuidar el negocio de hoy**, hay una clara evidencia de **velar por la experiencia de los clientes y colaboradores, la automatización de procesos, teniendo una cultura sólida** y establecer una **marca diferencial** en el mercado.



Iniciativa Customer Experience

Diagnosticar, diseñar y refinar la experiencia del cliente para cada marca, así como la experiencia del futuro cliente de Astara.

Iniciativa Employee Experience

Mejorar la experiencia actual del colaborador Astara y detectar puntos específicos que son clave para lograr **construir la empresa en la que todos soñamos trabajar.**

Iniciativa Open

Proyecto de Cultura que tiene como fin la difusión y entendimiento del nuevo modelo de negocio Astara, su propósito, valores y comportamientos.

4. Experimento

***CX: Comunicación para el
momento de espera***

Comunicación para el momento de la espera

Diseño de la **comunicación y canales de difusión**, con los **pasos a seguir** por parte del cliente hasta la entrega del vehículo, así como **información relevante** (nombres de asesores de venta y entrega, teléfonos, etc)

Objetivos

- Analizar y documentar los **requerimientos de comunicación específicos en cada punto de contacto del cliente**, desde la compra hasta la entrega del vehículo, para asegurar que la información proporcionada sea relevante y efectiva.
- Diseñar una estrategia que integre **canales de comunicación** y puntos de contacto, garantizando una **experiencia fluida, coherente y oportuna para el cliente durante la espera**, con información crítica siempre accesible.
- Desarrollar una **estrategia de comunicación** que no solo sea aplicable al contexto actual, sino que también **pueda adaptarse a futuros cambios** en procesos, tecnología, y preferencias tanto del cliente como de la empresa.

Equipo



Elizabeth Romero
Sponsor



Christian Che
Líder



Juan Flores
Facilitador

5. Conformación Equipo de Valor

¿Tu equipo ya ha comprendido el objetivo del experimento?

¡Es momento de conformar el equipo de valor!

Antes de proponer quiénes serán las personas que nos pueden ayudar a cumplir con el objetivo

Reflexionen....

1. ¿Qué creen que necesitaríamos hacer para cumplir con el objetivo del experimento?

*Piensen en actividades y en información que haya que buscar
(ej. Hablar con el área ...; acceder a la base de datos de ...; Saber cómo es el proceso de ...)*

Ahora piensen...

2. ¿Qué tipos de roles nos pueden ayudar?

3. ¿Qué habilidades necesitamos en nuestro equipo?

*Empecemos a armar nuestro equipo
de valor*

Matriz de Habilidades

La Matriz de Habilidades es un artefacto utilizado para determinar los mejores postulados para un determinado rol de acuerdo a sus habilidades, como su nombre lo indica.

Para construirla, es fundamental comenzar por hacer un brainstorming de las habilidades que consideramos más relevantes para lograr el objetivo del equipo y seleccionar alrededor de 5 habilidades para incluir en la matriz.

Con las habilidades en mente, se comienzan a arrojar nombres de 5-7 personas que queremos que se sumen al equipo de valor.

Para finalizar, a cada postulado se le da una **calificación del 1 al 3 en cada habilidad**, siendo 1 que no domina mucho esa habilidad y 3 que la domina perfectamente. Al totalizar los valores, **seleccionamos los 3-4 personas con mayor puntaje.**

Colaborador(a)	Área	Cargo	Observaciones y justificaciones de postulación	Habilidades		Total
				Habilidad 1	Habilidad n	

Ten en cuenta estos criterios:

- *No tener varias personas de la misma área o marca*
- *Que no hayan participado antes en GDC*
- *No pueden estar en el proyecto Astara Platform*



Matriz de Habilidades

Escribe aquí el nombre de los colaboradores que quieres postular

Ubica en las columnas las habilidades que han definido en la actividad anterior

Puntúa y totaliza

Resalta las 3 - 4 personas con mayor calificación

Colaborador(a)	Área	Cargo	¿Por qué es importante que sea parte del equipo?	Habilidades		Total
				Habilidad-1	Habilidad n	

Deberán enviar al comité de Gestión del Cambio la matriz de habilidades y esperar a la confirmación por parte de ellos.

Su equipo de valor estará conformado por 3 miembros.

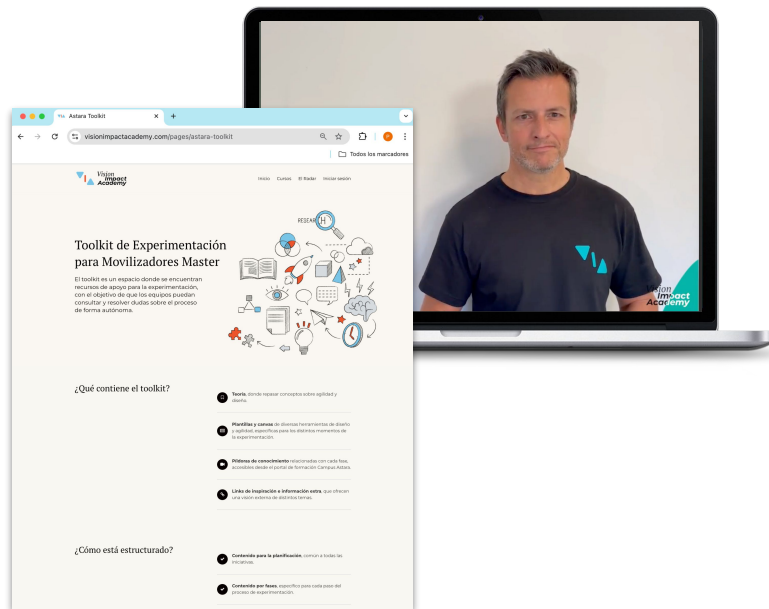
7. Toolkit de Experimentación

Aprendizaje y Formación

Aprender el modelo de trabajo es una **combinación de responsabilidad entre la Tríada y cada persona** de forma individual.

Sigue los recursos del [toolkit](#) y de las **píldoras de conocimiento** en [Campus Astara](#) para complementar el conocimiento que vas adquiriendo en la práctica del experimento.

Además continuarán los **encuentros de cultura** de forma mensual.



VIA | Toolkit de Experimentación



Mail de acceso



[Toolkit en VIA](#)

(Solo puedes acceder a esta landing a través del link, si navegas por la web de VIA no podrás volver a ella porque es exclusiva para Astara)

6. Cronograma de trabajo: Fases, objetivos y actividades

Cronograma general de trabajo

Experimento 9 + 2 semanas

Planificación
2 semanas

COMPRENSIÓN
2 semanas

ANÁLISIS
1 semanas

IDEACIÓN
2 semanas

PROTOTIPADO
2 semanas

**EXTRA PARA
ACTIVIDADES**
1 semana

PRESENTACIÓN
1 semana

Septiembre - 4 Semanas

Kickoff

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
2	3	4	5	6
Planificación				
9	10	11	12	13
Planificación				
16	17	18	19	20
Comprensión				
23	24	25	26	27
Comprensión				

Octubre - 5 semanas

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
30	1	2	3	4
Análisis				
7	8	9	10	11
Ideación				
14	15	16	17	18
Ideación				
21	22	23	24	25
Prototipado				
28	29	30	31	1
Prototipado				

Noviembre - 2 semanas

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
4	5	8	7	8
EXTRA actividades pendientes				
11	12	13	14	15
Preparación Presentación				
18	19	20	21	22
25	26	27	28	29

Fases y objetivos

Experimento 9 + 2 semanas

Planificación 2 semanas	COMPRENSIÓN 2 semanas	ANÁLISIS 1 semanas	IDEACIÓN 2 semanas	PROTOTIPADO 2 semanas	EXTRA PARA ACTIVIDADES 1 semana	PRESENTACIÓN 1 semana
Septiembre - 4 Semanas		Octubre - 5 semanas			Noviembre - 2 semanas	
Definir el objetivo específico del experimento y conformar el equipo ideal para llevarlo a cabo.	Investigar los procesos, personas y elementos en general que ayuden a clarificar y detectar puntos de dolor y por qué son importantes mejorarlos.	Sintetizar la información recolectada en forma de retos.	Generar posibles ideas de solución que respondan a las necesidades de manera viable, deseable, factible y sostenible.	Diseñar un modelo básico que sirva para validar determinados puntos de la hipótesis de solución planteada.	Terminar actividades pendientes y testar prototipo.	Preparar la presentación para compartir los aprendizajes y resultados a través del storytelling.

Actividades

Experimento 9 + 2 semanas

Planificación 2 semanas	COMPRENSIÓN 2 semanas	ANÁLISIS 1 semanas	IDEACIÓN 2 semanas	PROTOTIPADO 2 semanas	EXTRA PARA ACTIVIDADES 1 semana	PRESENTACIÓN 1 semana
Septiembre - 4 Semanas		Octubre - 5 semanas			Noviembre - 2 semanas	
• Consensuar objetivo y alcance. • Selección y onboarding equipo de valor.	• Plan de investigación. • Ejecución.	• Síntesis y análisis de información. • Mapa de retos.	• Ideación. • Priorización de solución. • Plan de investigación complementario y ejecución (si fuera necesario)	• Diseño y construcción prototipo. • Testeo del modelo.	• Actividades pendientes. (si fuera necesario)	• Presentación final

8. Espacios de Orientación

¿Qué son?

Son **espacios obligatorios** que Fruta pone a disposición de los equipos para **aclarar dudas, revisar actividades y marcar hitos del experimento, con el objetivo de que los tiempos asignados a cada fase se vayan cumpliendo.**

Cómo funcionan los espacios de Orientación

- Recuerda que **el trabajo es autónomo** y, por lo tanto, la planeación y organización, tanto de las personas como de las tareas del experimento es responsabilidad del equipo.
- Los espacios de orientación **no son sesiones de trabajo**, sino lugares donde resolver temas concretos y mostrar avances.
- No es necesario que esté todo el equipo, pero sí que los asistentes compartan con todo el equipo lo que se ha hablado en estos espacios o incluso grabar la sesión.
- Estos espacios son obligatorios para evitar prisas en las últimas semanas.

Agenda ilustrativa de citas

Septiembre

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
Kick-off	2	3	4	5	6
	Planificación				
	9	10	11	12	13
	Planificación				
	16	17	18	19	20
	Comprensión				
	23	24	25	26	27
	Comprensión				

Octubre

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
30	1	2	3	4
		Análisis		
7	8	9	10	11
Ideación				
14	15	16	17	18
Ideación				
21	22	23	24	25
Prototipado				
28	29	30	31	1
Prototipado				

Noviembre

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
4	5	8	7	8
EXTRA actividades pendientes				
11	12	13	14	15
Preparación Presentación				
18	19	20	21	22
25	26	27	28	29

-  Citas de orientación OBLIGATORIAS
-  Citas de orientación VOLUNTARIAS

Conocimiento para
Transformar el Mundo

