

Metodología Empresarial

by Social Labs

Metodología Organizativa para el Alineamiento y la Excelencia Operativa

Documentación Empresarial

Metodologías y Gestión

by Social Labs

Índice

1. Diagnóstico y Visión	3
El Organigrama Social Labs	4
2. Principios Fundamentales del SL-OS	5
3. El Marco de Trabajo: Ritmo, Herramientas y Roles	7
A. El Ecosistema Tecnológico de SL-OS	7
Comunicación (Google Suite):	7
Seguimiento y Gestión del Trabajo (Jira):	8
Documentación y Conocimiento (Google Drive):	8
Productividad e Innovación (GenAI):	8
Registro de Software Adicional:	8
B. Metodologías Departamentales (Playbooks de Equipo)	9
Metodologías inter-departamentales colaborativas	9
Briefing Táctico de Misión (Reunión por Evento - 60 min MÁX.)	9
C. El Ritmo Operativo	12
D. El Showcase Departamental (Nuevo Ritual)	13
E. Formación y Mejora Continua (Workshops Bajo Demanda)	14
1. Workshop: "IA para la Productividad: Gemini y ChatGPT"	14
2. Workshop: "Workflows de Google a Jira"	14
3. Workshop: "Data-Driven Decisions"	15
4. Sistema de Responsabilidad y Consecuencias (El "Accountability Framework")	16
A. Error de Ejecución (Fallo Aceptable y Oportunidad de Mejora)	16
B. Error de Proceso (Falta Grave e Inaceptable)	16
C. El Proceso de Consecuencias	17
Reflexión sobre la Responsabilidad	17
5. Plan de Implementación	19
6. Reflexión Final	20

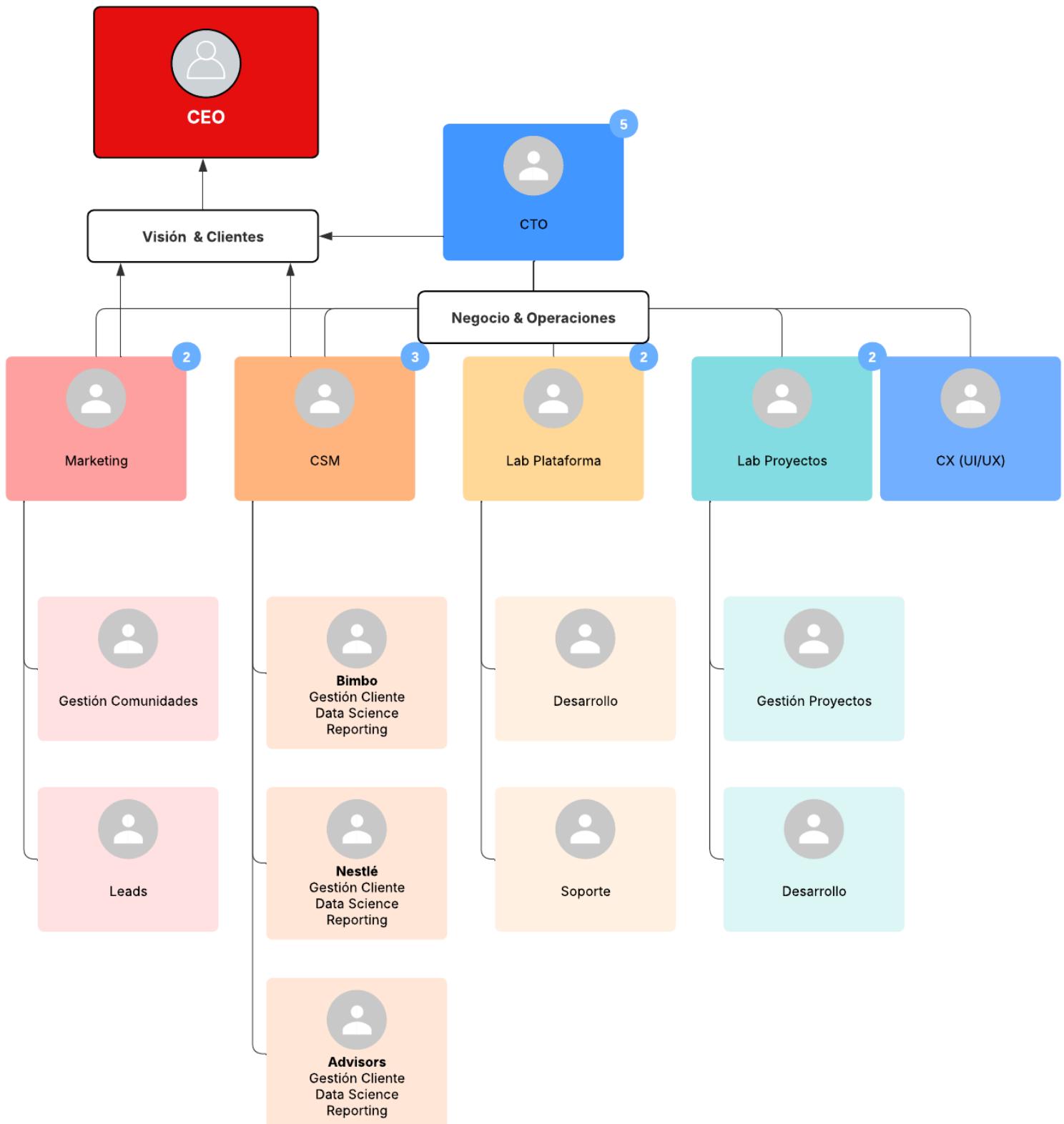
1. Diagnóstico y Visión

Actualmente, Social Labs opera con una desconexión crítica entre el "Lab de Desarrollo" y las unidades de negocio que están en primera línea con nuestros clientes y el mercado. Esta brecha provoca:

- **Desarrollo Reactivo:** Solucionamos problemas cuando ya son crisis, en lugar de anticiparlos.
- **Pérdida de Inteligencia de Negocio:** Información valiosa sobre el uso de la plataforma, carencias y necesidades de clientes clave (Bimbo, Nestlé) no llega al Lab o llega tarde y distorsionada.
- **Workarounds Ocultos:** El uso de herramientas externas (Excels, Herramientas SaaS, procesamiento de datos en plataformas externas, etc.) para suplir carencias de la plataforma enmascara problemas reales y nos impide mejorar nuestro producto principal, Social Advisors.
- **Falta de Responsabilidad Cruzada:** Las unidades tienden a operar en silos, dificultando la resolución de problemas que requieren colaboración.

El **SL-OS** es un marco de trabajo ligero diseñado para erradicar estos problemas, estableciendo un ritmo operativo claro, herramientas centralizadas y una cultura de **propiedad extrema (extreme ownership)**. El objetivo no es crear burocracia, sino un sistema nervioso central para la compañía que garantice que todos remamos en la misma dirección: el éxito de nuestros clientes y la evolución de nuestra plataforma.

El Organigrama Social Labs



2. Principios Fundamentales del SL-OS

1. **Transparencia por Defecto:** La información es un activo de la empresa, no de un departamento. Debe ser accesible, clara y estar centralizada.
2. **Propiedad Extrema (Extreme Ownership):** Cada responsable de unidad es el CEO de su área, y cada empleado es el dueño de sus resultados. El objetivo de este principio es erradicar por completo la cultura de "enviar balones fuera".
 - **La Responsabilidad No Se Delega, Se Transfiere:** Frases como "*Lo envié y no me respondieron*" o "*Ya lo reporté a Soporte y me olvido*" son inaceptables. Son la antítesis de la propiedad. Enviar un email o crear un ticket de Jira no es el final de tu trabajo, **es el principio**.
 - **El Guardián del Resultado:** Tu responsabilidad termina únicamente cuando el objetivo está cumplido y validado por quien lo necesita (sea un cliente o un compañero). Si detectas un problema que afecta a un cliente, eres el guardián de su solución. Tu deber es:
 1. **Reportarlo correctamente** en el canal adecuado (Jira).
 2. **Hacer seguimiento proactivo.** Esto significa revisar el ticket, pedir actualizaciones si no las hay y ofrecer más información si es necesario.
 3. **Escalar si hay bloqueo.** Si no obtienes respuesta o la solución se estanca, tienes la obligación de levantar la mano, ser "pesado" de forma constructiva y llevar el tema a la Weekly Business Sync o a un superior. El silencio es complicidad.
 - **El Cliente Como Juez Final:** Cualquier compromiso con un cliente es un contrato para toda la empresa, y tú eres el representante de ese contrato en tu ámbito. Para nuestros clientes, no existen los departamentos, solo existe Social Labs. Eres responsable del resultado final.
3. **Foco Obsesivo en el Cliente Clave:** Nuestros clientes clave no son simplemente una lista; son nuestra "Estrella Polar". Definen nuestra dirección y validan nuestro valor. Por tanto, toda decisión, desde un sprint de desarrollo hasta una campaña de marketing, debe responder a una pregunta fundamental: "**¿Cómo acerca esto a nuestros clientes clave (hoy, Bimbo y Nestlé) a su éxito?**".
Este principio va más allá de un eslogan; es nuestro sistema operativo para tomar decisiones:
 - **Son nuestro Laboratorio de Innovación:** Los problemas de Bimbo y Nestlé son los problemas más valiosos que podemos resolver. Al solucionarlos, no

solo los retenemos, sino que construimos una plataforma más robusta y atractiva para el resto del mercado.

- **Traduce la Estrategia en Tareas Diarias:** Para un desarrollador, significa que un ticket que resuelve una fricción para Nestlé tiene prioridad absoluta. Para un analista de datos, significa que los patrones de uso de Bimbo son la fuente de verdad para futuras funcionalidades.
 - **Crea un Lenguaje Común:** Elimina los debates basados en opiniones internas. La pregunta "¿Y esto cómo ayuda a Bimbo y/o a Nestlé?" se convierte en la herramienta para alinear a todos los departamentos, desde el Lab hasta Finanzas.
 - La visión de negocio debe ser un conocimiento vivo y compartido. Solo si entendemos profundamente el negocio, los dolores y los objetivos de nuestros clientes clave, seremos capaces de pasar de ser un "**proveedor de software**" a un "**socio estratégico indispensable**". Ese es nuestro único camino para ganar.
4. **Mejora Continua:** El propio SL-OS es un producto. Lo iteraremos y mejoraremos constantemente. Los procesos no están escritos en piedra, pero mientras existan, son de obligado cumplimiento.
 5. **Dato sobre Opinión:** Las decisiones se basan en datos verificables. Los "workarounds" en Excel son una señal de que nos faltan datos en el sistema. Deben ser erradicados y sus funcionalidades, internalizadas.

3. El Marco de Trabajo: Ritmo, Herramientas y Roles

Para que el SL-OS funcione, debemos estandarizar no solo qué hacemos, sino *dónde* y *cómo* lo hacemos.

A. El Ecosistema Tecnológico de SL-OS

Toda la operación se basará en nuestro stack de Google Enterprise Suite y Jira. El uso de herramientas no autorizadas para gestionar información crítica queda prohibido para evitar silos y pérdida de datos.

Comunicación (Google Suite):

- **Google Chats:** Para comunicación rápida, informal y asíncrona. Coordinación de equipo en el día a día.
 - **Regla de Oro:** Chat no es para peticiones formales. Cualquier solicitud que requiera seguimiento, acción o decisión debe convertirse en un ticket de Jira o un email formal.
- **Google Meets:** La plataforma oficial para todas las reuniones del Ritmo Operativo.
 - **Regla de Oro:** Todas las reuniones que sean sesión operativa, de negocio, con clientes o de priorización interna, es obligatorio que el organizador active la transcripción y el resumen automático con Gemini. Este proceso, que se realiza con un solo clic, genera la minuta oficial de la reunión. La falta de esta minuta será considerada una omisión en el proceso, ya que su generación no supone un esfuerzo adicional. El resultado debe quedar enlazado en la invitación para consulta de todos.
- **Gmail:** Para comunicación formal, externa (clientes, partners) e interna que requiera un registro permanente (ej. advertencias formales, comunicaciones de RRHH).
 - **Regla de Oro:** No se gestionan tareas por email. Si un email contiene una tarea, se debe crear un ticket en Jira y enlazar al correo como referencia.

Seguimiento y Gestión del Trabajo (Jira):

- **Jira:** Es el motor de la compañía. El único lugar donde reside el trabajo accionable. Crearemos proyectos específicos para:
 - LAB-DEV: Sprints de desarrollo (ya en uso).
 - PLATFORM-OPS: El "Log Unificado de Feedback y Bugs". Aquí es donde CSM, Soporte, etc., crearán tickets para cualquier incidencia o mejora de la plataforma.
 - BIZ-OPS: Para seguimiento de tareas de Desarrollo de Negocio, Marketing y Data que tengan dependencias cruzadas.
 - **Regla de Oro: Si no está en un ticket de Jira, no es un trabajo oficial.** Esto elimina la ambigüedad y proporciona visibilidad total.

Documentación y Conocimiento (Google Drive):

- **Google Drive:** El repositorio central de todo el conocimiento y la documentación estática de la empresa.
 - **Regla de Oro:** Todo documento de trabajo (presentaciones a clientes, análisis de datos, playbooks de procesos, entregables de estudios) debe residir en la cuenta de Drive de la empresa, en una estructura de carpetas lógica y compartida con los responsables pertinentes. Se prohíbe el uso de cuentas personales o almacenar documentos de empresa localmente en los dispositivos.

Productividad e Innovación (GenAI):

- **ChatGPT y Gemini:** Su uso es obligatorio para potenciar la productividad individual en tareas como redacción de correos, generación de ideas, resúmenes de documentos o creación de borradores de código.
 - **Regla de Oro:** Se espera que cada miembro del equipo explore y aplique estas herramientas para mejorar su eficiencia. En las sesiones de Showcase Departamental, se compartirá un "truco" o "mejora" lograda con GenAI.

Registro de Software Adicional:

- Cualquier otra herramienta (SaaS, software, etc.) que un departamento necesite debe ser propuesta y documentada en un registro central (una Google Sheet gestionada por el CTO), justificando su necesidad y coste. Esto garantiza la inclusión del conocimiento de dicha herramienta en las actividades operativas, así como evita el "Shadow IT" y controla los gastos.

B. Metodologías Departamentales (Playbooks de Equipo)

Si el SL-OS es el sistema operativo de toda la empresa, las **Metodologías Departamentales** son las aplicaciones específicas que cada equipo ejecuta para alcanzar la excelencia. Su objetivo es traducir los principios del SL-OS en flujos de trabajo estandarizados, predecibles y medibles para las actividades críticas de cada unidad.

Estos no son documentos estáticos, sino guías de trabajo vivas que residen en Google Drive y que cada líder de unidad es responsable de crear, mantener y optimizar bajo el principio de Mejora Continua.

Tras la presentación de esta metodología se trabajará en la definición/mejora de las metodologías de los distintos departamentos de Social Labs:

- Lab de Desarrollo - Plataforma
- Lab de Desarrollo - Proyectos Digitalización
- Customer Success Management (CSM)
- Marketing

Metodologías inter-departamentales colaborativas

Para garantizar una experiencia de cliente impecable, desde la ejecución perfecta de las "Misiones" hasta la gestión proactiva de sus necesidades y feedback se definirán metodologías de colaboración entre departamentos.

Especialmente en los puntos de alto valor, como en la metodología de Workflow de gestión de misiones. Este es el proceso central que define cómo llevamos un proyecto desde la idea hasta el éxito, asegurando la alineación total.

Briefing Táctico de Misión (Reunión por Evento - 60 min MÁX.)

Propósito: Es el punto de control final para alinear a los equipos clave **antes del lanzamiento de cualquier "Misión"** para un cliente. Su objetivo es garantizar la preparación técnica, anticipar riesgos de la plataforma y definir un plan de monitoreo y respuesta para que la ejecución del estudio sea impecable.

- **Gatillo (Trigger):** Se convoca obligatoriamente antes de la fecha de inicio de cualquier Misión.
- **Asistentes Obligatorios:**
 - El responsable del Proyecto/Misión (ej. CSM, CX Manager).
 - Lead de Desarrollo (o un delegado técnico asignado).
 - Lead de Data Science (si la misión requiere análisis complejos).

- **Agenda Fija y Rápida:**

- **Resumen de la Misión (5 min):** El responsable del proyecto presenta: Cliente, fechas clave, objetivos del estudio y qué funcionalidades de la plataforma Social Advisors serán utilizadas intensivamente por los usuarios.

- **Análisis de Riesgo de Plataforma (15 min):** El Lead de Desarrollo responde a preguntas clave:

- ¿Existen bugs conocidos o reportes en PLATFORM-OPS que afecten directamente a estas funcionalidades?
- ¿Hay algún despliegue de código reciente o programado que pueda interferir?
- ¿La carga de usuarios esperada supone algún riesgo para el rendimiento?
- ¿Qué carencias de la plataforma podrían obligar al cliente a usar un "workaround"? (Para documentarlo y priorizar su internalización futura).

- **Plan de Monitoreo y Respuesta (10 min):** Se define y documenta:

- ¿Qué se va a monitorear? (Ej: Logs de errores específicos, rendimiento de BBDD, etc.).
- ¿Quién es el contacto técnico de guardia durante las fases críticas de la Misión?
- ¿Cuál es el canal de comunicación de emergencia? (Ej: Un Google Chat específico para la "Misión Bimbo Q3").

- **Tecnología de Soporte:** La reunión se convoca en Google Calendar, activando Gemini para la minuta automática. El resultado es un acta de "Go/No-Go Técnico" que se enlaza en la invitación, confirmando que el Lab de Desarrollo está preparado y alineado.

- **Fase 3: Ejecución y Cierre:** Monitoreo activo, gestión de la comunicación con el cliente, análisis de datos y creación del entregable final.
- **Fase 4: Retrospectiva de Misión:** Reunión interna post-entrega para analizar qué funcionó, qué no, y generar tickets de mejora para el proceso o la plataforma en PLATFORM-OPS.

- **Gestión de Compromisos y Feedback:** Define el proceso para que ninguna petición o queja de un cliente se pierda. Cualquier comunicación relevante (email, llamada) debe traducirse en un ticket de Jira (PLATFORM-OPS para bugs/mejoras, BIZ-OPS para temas comerciales), y el número de ticket debe ser comunicado al cliente como acuse de recibo.

C. El Ritmo Operativo

Las reuniones son ahora más específicas, aprovechando nuestro stack tecnológico.

Weekly Business Sync (Definir fecha y hora - 45 min MÁX.):

- **Asistentes y Agenda:** Lab & CSM.
- **Tecnología de Soporte:** La reunión se realiza en **Google Meet**. Las métricas clave se presentan desde un dashboard en vivo y las notas/acciones se recogen en un minuta generada con Gemini enlazada a la invitación de **Calendar**.

Bi-weekly Clientes & Platform Roadmap (Sesión Actual):

- **Asistentes y Propósito:** Lab, CSM, Marketing, CEO
- **Tecnología de Soporte:** El Lead de Desarrollo presenta el tablero de **Jira** del sprint, demuestra funcionalidades en el entorno de staging y el feedback se registra directamente como comentarios en los tickets de **Jira** o como nuevos tickets en el backlog de PLATFORM-OPS.

Monthly Business & Performance Review (Definir fecha y hora - 60 min):

- **Propósito Evolucionado:** Esta reunión es la "Strategic Review". Su objetivo es doble: revisar el rendimiento global y dar visibilidad al trabajo y los logros de cada unidad.
- **Agenda Fija:**
 - **Revisión de KPIs Globales (15 min):** CEO y CTO presentan las métricas clave de la empresa (clientes activos, proyectos en curso, kpis de la plataforma, logros, etc.).
 - **Showcase Departamental (30 min):** Cada unidad (CSM, Marketing, Lab) presenta logros más destacados y da visibilidad de los objetivos a corto-medio plazo.
 - **Discusión Estratégica y Decisiones (15 min):** Basado en los KPIs y los showcases, se debate y se toman decisiones sobre prioridades para el próximo mes/trimestre. Las decisiones se documentan en un acta y las acciones resultantes se convierten en Epics o Tareas en **Jira**.

D. El Showcase Departamental (Nuevo Ritual)

Para fomentar el orgullo, la visibilidad y el aprendizaje cruzado, instauramos el Showcase Departamental dentro de la MBPR.

- **Funcionamiento:** Cada mes, cada unidad tienen 10 minutos para presentar a toda la empresa:
 - **KPIs del Departamento:** ¿Cómo medimos nuestro éxito? ¿Cómo vamos este mes? (Ej: CSM: % de satisfacción de Bimbo/Nestlé; Marketing: Leads generados).
 - **Hitos Conseguidos:** ¿Cuál ha sido nuestra gran victoria del último mes? (Ej: BizDev: "Cerramos el contrato con X"; Soporte: "Redujimos el tiempo respuesta en un 20%").
 - **Mejoras Implementadas:** ¿Qué proceso hemos optimizado? ¿Qué hemos aprendido?
 - **Quick Win con GenAI:** Una demo o ejemplo práctico de cómo han usado ChatGPT/Gemini para ser más eficientes. U otras herramientas.
 - **Necesidades y Bloqueos:** ¿Qué necesitan de otros equipos para tener éxito el próximo mes?

E. Formación y Mejora Continua (Workshops Bajo Demanda)

Además del ritmo operativo regular, se llevarán a cabo sesiones de formación práctica y multi-departamental para acelerar la adopción de herramientas y fomentar la innovación. Estos workshops no tienen una fecha fija, sino que se convocarán según la necesidad y disponibilidad. Su objetivo es asegurar que todos los miembros del equipo tengan las habilidades necesarias para operar bajo el SL-OS.

Aquí algunos ejemplos de workshops a implementar:

1. Workshop: "IA para la Productividad: Gemini y ChatGPT"

- **Objetivo:** Nivelar a toda la empresa en el uso práctico y, sobre todo, seguro de la IA generativa para acelerar tareas diarias y mejorar la calidad del trabajo. Es la base para cumplir con la regla de oro de productividad.
- **Asistentes Clave:** Abierto a todos los departamentos. La participación es especialmente crítica para roles con alta carga de comunicación, análisis y creación de contenido (Marketing, Data, CSM, BizDev).
- **Contenido Potencial:**
 - **Prompting:** Cómo estructurar peticiones para obtener resultados de alta calidad.
 - **Casos de Uso por Departamento:**
 - **Marketing:** Generación de borradores para posts, ideas para campañas, mejora de textos.
 - **Desarrollo:** Creación de boilerplate, explicación de código, generación de tests unitarios.
 - **CSM/Soporte:** Redacción de respuestas empáticas y profesionales a clientes.
 - **La Línea Roja de la Seguridad:** Una sesión práctica sobre qué información es estrictamente confidencial y **NUNCA** debe introducirse en IAs públicas (datos de clientes, código propietario, estrategias financieras).

2. Workshop: "Workflows de Google a Jira"

- **Objetivo:** Estandarizar el proceso de convertir comunicaciones (un email, un mensaje de Chat, una minuta de Meet) en trabajo accionable y perfectamente trazable en Jira, eliminando por completo la gestión de tareas por canales no oficiales.

- **Asistentes Clave:** Customer Success, Soporte, CX Manager, Líderes de Unidad y cualquier persona que interactúe con clientes o genere peticiones internas.
- **Contenido Potencial:**
 - **Anatomía de un Ticket Perfecto:** Qué debe contener un título, cómo describir un bug para que Desarrollo pueda reproducirlo a la primera, cómo definir "criterios de aceptación".
 - **Workshop Práctico:** Se toman 3 casos reales (un email de Bimbo, una minuta de Meet, un chat interno) y en vivo se convierten en tickets de PLATFORM-OPS y BIZ-OPS siguiendo las mejores prácticas.
 - **Cerrando el Círculo:** Cómo enlazar el ticket de Jira de vuelta en el email o chat original para confirmar al solicitante que su petición ya está en el sistema.

3. Workshop: "Data-Driven Decisions"

- **Objetivo:** Entrenar a los líderes de las unidades de negocio a interpretar los datos de uso de la plataforma y transformarlos en decisiones estratégicas, en lugar de depender solo de la intuición o el feedback verbal.
- **Asistentes Clave:** Lead de Data Science, CX Manager, Leads de Marketing y Customer Success.
- **Contenido Potencial:**
 - **¿Qué Medimos y Por Qué?**: Una explicación del equipo sobre los KPIs clave de la plataforma (ej: "feature adoption rate", "user session time").
 - **Conectando Puntos:** Se analiza un caso real. "Vemos que los usuarios de Nestlé abandonan el proceso en este punto (el dato). El equipo de CSM confirma que han recibido quejas sobre su complejidad (el feedback). ¿Cuál es la hipótesis?".
 - **De la Hipótesis al Ticket:** Cómo formular una petición de mejora en Jira basada en esta evidencia combinada, dándole una prioridad mucho mayor.

4. Sistema de Responsabilidad y Consecuencias (El "Accountability Framework")

El objetivo de este marco no es castigar el error, sino garantizar la rigurosidad, el orden y el aprendizaje continuo. Entendemos que los fallos ocurren, pero debemos diferenciar claramente entre dos tipos de errores: los de ejecución y los de proceso. El SL-OS está diseñado para minimizar ambos, pero nuestra respuesta cultural y profesional hacia ellos es radicalmente distinta.

A. Error de Ejecución (Fallo Aceptable y Oportunidad de Mejora)

Un **Error de Ejecución** ocurre cuando un miembro del equipo **sigue rigurosamente el proceso definido**, pero el resultado final no es el esperado.

- **Ejemplo:** Un desarrollador implementa una funcionalidad siguiendo al pie de la letra la descripción del ticket en Jira, el código pasa todas las pruebas definidas, pero un caso de uso no contemplado en la petición original genera un bug en producción.

En este escenario, el sistema ha funcionado: la persona cumplió con su deber. El fallo no está en el individuo, sino en el propio sistema. Este tipo de error es una valiosa fuente de aprendizaje. No se castiga; se analiza.

- **Respuesta del SL-OS:** Se realiza un análisis de causa raíz (post-mortem) para responder: ¿Qué faltó en nuestro proceso? ¿Necesitamos una plantilla de ticket más detallada? ¿Debemos añadir un paso de validación cruzada con CX antes de pasar a desarrollo? La conclusión se traduce en una **mejora del proceso para todos**, integrando ese aprendizaje en el sistema para que no vuelva a ocurrir.

B. Error de Proceso (Falta Grave e Inaceptable)

Un **Error de Proceso** ocurre cuando un miembro del equipo, por omisión, conveniencia o negligencia, **no sigue las reglas y flujos de trabajo establecidos en el SL-OS y/o en las metodologías de proceso definidas**. En este caso, el resultado (sea bueno o malo) es irrelevante; la falta es haber ignorado el marco operativo de la compañía.

Estos errores no son fallos, son decisiones. Y con la implementación del stack tecnológico, son ahora **inequívocamente visibles y totalmente trazables**.

- **Ejemplos de Errores de Proceso:**

- Gestionar una petición de un cliente por email o chat en lugar de crear un ticket en PLATFORM-OPS.
- No activar la transcripción automática de Gemini en una reunión de Weekly Business Sync, impidiendo la creación de una minuta oficial.

- Almacenar un entregable final para un cliente en un disco duro local o en una cuenta de Drive personal.
- Marcar un ticket de Jira como "Hecho" sin adjuntar la evidencia requerida (un pantallazo, un enlace o la confirmación escrita del solicitante).
- Utilizar una herramienta SaaS externa para procesar datos de la empresa sin haberla registrado y aprobado previamente.

Estos actos se consideran un "**Error de Profesionalidad**" porque rompen la cadena de confianza, ocultan información y generan riesgos para toda la organización.

C. El Proceso de Consecuencias

La omisión deliberada de un proceso definido no es una opción. La tecnología actúa como un auditor imparcial: el historial de Jira, los registros de Drive y las minutas de Meet mostrarán objetivamente si el proceso se siguió o no. No hay lugar para la ambigüedad.

1. **Detección:** Cualquier miembro del equipo que detecte un Error de Proceso tiene la responsabilidad (bajo el principio de Propiedad Extrema) de señalarlo.
2. **Primera Instancia:** Se producirá una conversación privada entre el responsable de la unidad y el individuo para entender la causa y reforzar la formación sobre el proceso correcto. El objetivo es corregir y educar.
3. **Reincidencia:** Un segundo Error de Proceso será documentado formalmente y tratado como una falta a las responsabilidades del puesto, involucrando a RRHH si fuera necesario y resultando en una amonestación formal.
4. **Persistencia:** La incapacidad o falta de voluntad para operar dentro del SL-OS demuestra una incompatibilidad con la cultura y los estándares de excelencia de Social Labs, y se tomarán las medidas disciplinarias correspondientes.

Reflexión sobre la Responsabilidad

Es fundamental que este apartado se entienda desde una perspectiva constructiva. No buscamos crear una cultura de miedo al error, sino todo lo contrario: **queremos fomentar un entorno donde sea seguro fallar**, siempre y cuando el fallo sea el resultado de haber intentado algo dentro del proceso acordado.

Este sistema de consecuencias no es una herramienta de vigilancia, sino un mecanismo de **protección para todo el equipo**. Protege a quienes siguen rigurosamente el flujo de trabajo, asegurando que su esfuerzo no se vea mermado por información que se pierde o tareas que nunca llegaron por el canal correcto. Es nuestro compromiso para garantizar que las reglas del juego sean justas y claras para todos, y que la responsabilidad sea verdaderamente compartida.

En resumen: aquí tienen la libertad y la seguridad para experimentar, proponer y cometer errores, pues de ellos aprenderemos todos. El único fallo real es la decisión consciente de trabajar fuera del sistema que hemos pactado construir juntos.

5. Plan de Implementación

- **Fase 1 (2 semanas): Configuración y Comunicación.**
 1. Presentar esta metodología a los integrantes de los distintos departamentos.
 2. **Acciones concretas:** Configurar los nuevos proyectos y flujos de trabajo en **Jira** (PLATFORM-OPS, BIZ-OPS). Definir la estructura de carpetas maestra en **Google Drive**. Crear la plantilla para los Playbooks y el registro de Software.
 3. Crear las invitaciones recurrentes en **Google Calendar** para todo el Ritmo Operativo, con los enlaces a Meet y a los documentos de Drive pertinentes.
- **Fase 2 (2 semanas): Adopción y Documentación.**
 1. Iniciar el Ritmo Operativo.
 2. Cada responsable debe documentar sus 3 procesos críticos en **Drive** y crear las tareas asociadas en **Jira**.
 3. Migración completa: Todo ticket nuevo debe entrar por el canal de **Jira** correspondiente.
- **Fase 3 (Continuo): Refinamiento y Medición.**
 1. Usar la sección de "Discusión Estratégica" de la MBPR para iterar sobre el propio SL-OS.
 2. Medir el éxito con métricas claras: nº de tickets en PLATFORM-OPS, tiempo de resolución, y encuestas de pulso internas sobre la claridad y el alineamiento.

6. Reflexión Final

Queremos que este documento se lea no como un conjunto de reglas impuestas, sino como un pacto que hacemos entre nosotros. Un pacto para respetarnos profesionalmente, para valorar el tiempo de los demás y para construir una empresa de la que nos sintamos profundamente orgullosos.

El SL-OS es la herramienta que hemos diseñado para lograrlo. Su propósito es darnos la estructura para que nuestro talento brille, para que las buenas ideas no se pierdan en un chat y para que el esfuerzo de cada uno sume de forma visible al éxito de todos.

Sabemos que habrá una curva de aprendizaje, y seremos **pacientes en la enseñanza pero firmes en el propósito**. Este es nuestro camino para dejar de ser un grupo de áreas talentosas y convertirnos en un **equipo imparable**, un verdadero socio para nuestros clientes y el referente de nuestro sector. Comencemos a construirlo juntos, con la convicción y el compromiso que nos caracteriza.