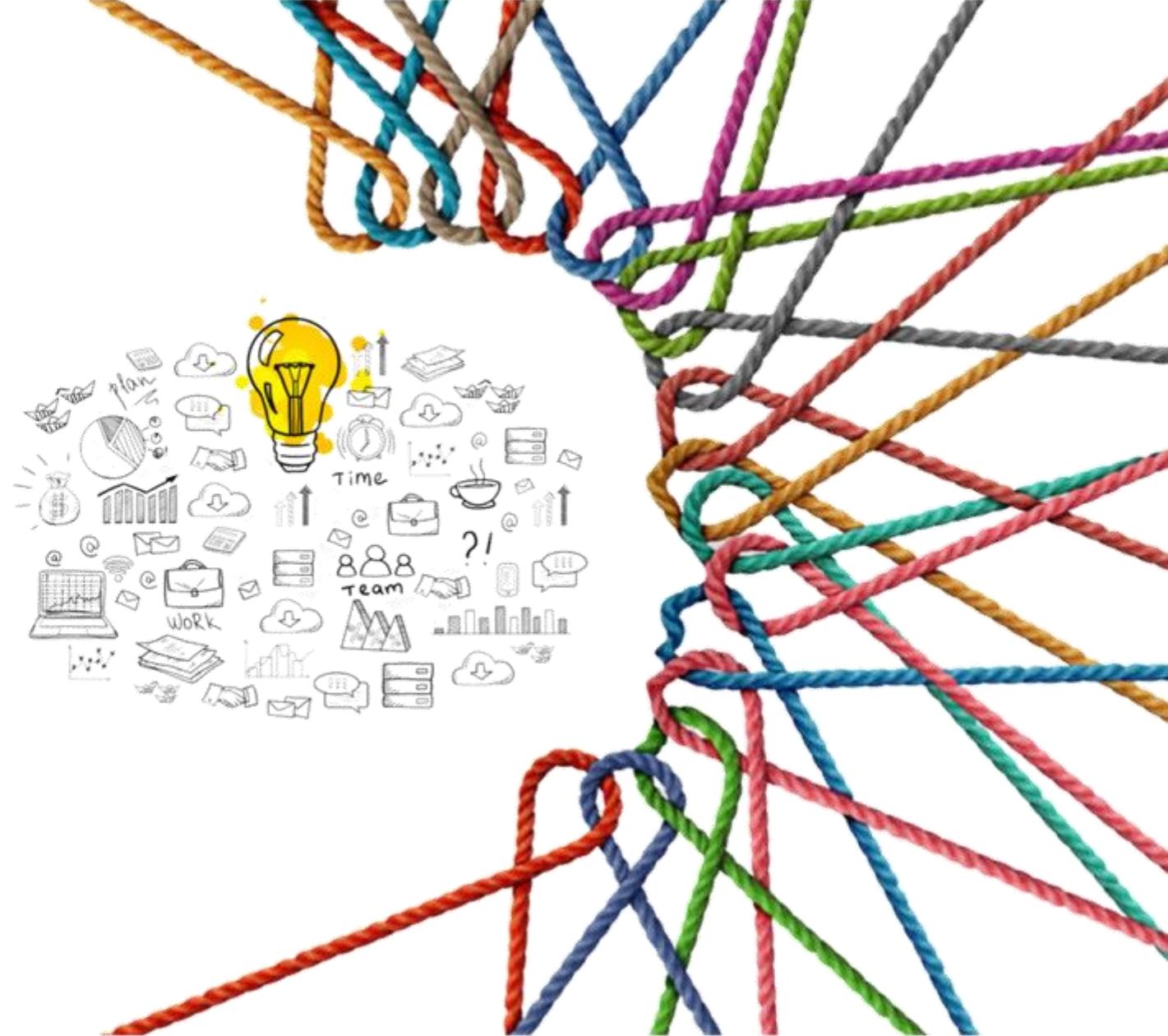
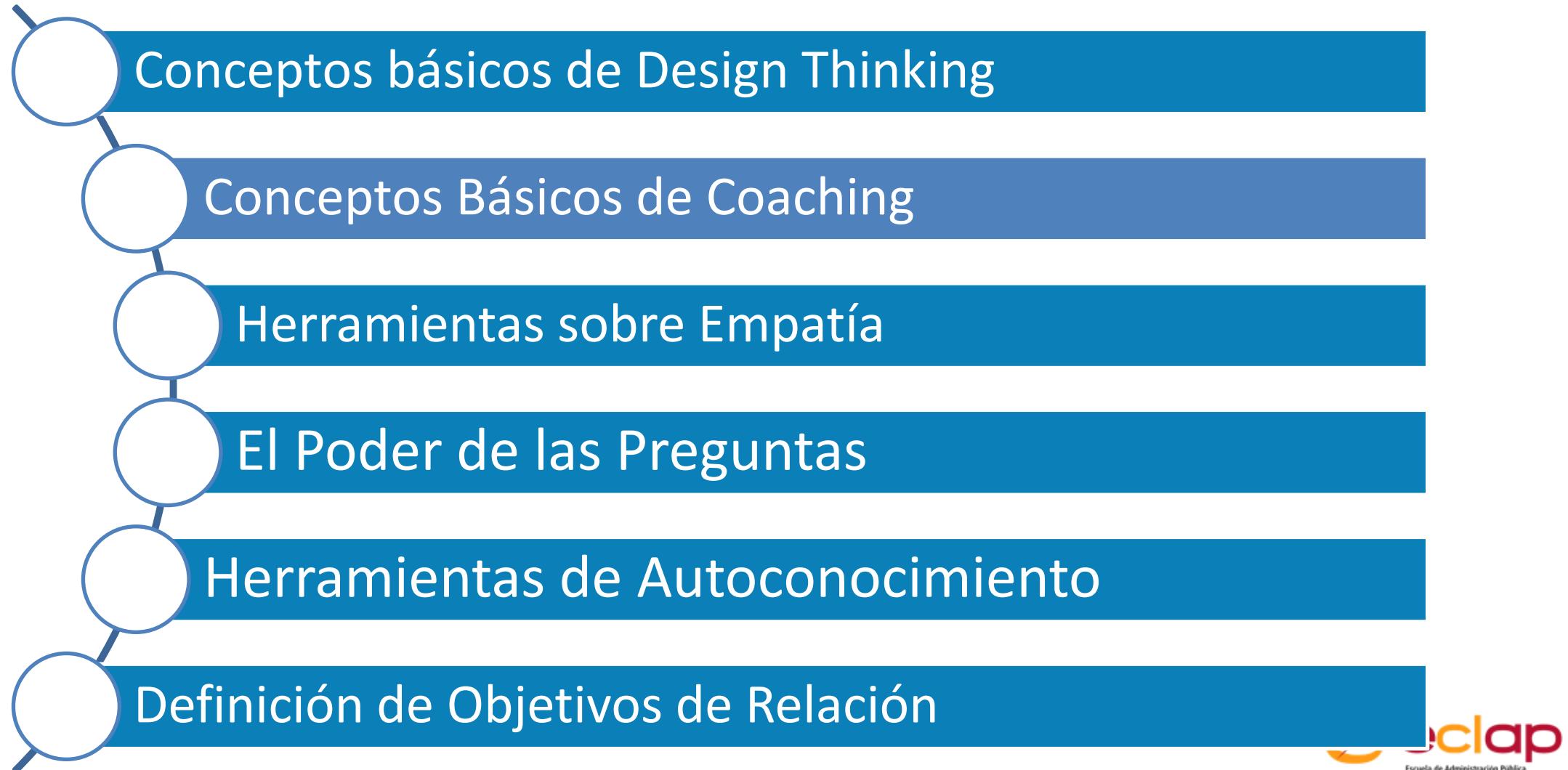


Empatizar y definir: Descubriendo el autoconocimiento y las necesidades de otros



¿Qué tenemos para esta sesión?



Bienvenidos



"¿Cuál ha sido el motivo que te ha llevado a participar en este taller?.

Tienes un minuto para responder en el chat

Bienvenidos



"En pocas palabra, ¿qué significado tiene para ti empatía?.

Tienes un minuto para responder en el chat

Bienvenidos



¿Qué te gustaría llevarte de esta sesión que pudieras aplicar en tu día a día?

Tienes un minuto para responder en el chat

Utilidad

¿Cuál es la utilidad de este taller?

1. Mejora de Servicios a los Ciudadanos

- **Empatía:** Entender mejor las necesidades de los ciudadanos
- **Design Thinking:** Generar soluciones centradas en las personas
- **Ejemplo:** Reducción de tiempos en la tramitación de documentos

Utilidad

¿Cuál es la utilidad Design Thinking, Empatía y Autoconocimiento en el general y en el contexto Sector Público en particular?

2. Optimización de Procesos Internos

- **Colaboración:** Mejora en la comunicación interdepartamental
- **Autoconocimiento:** Identificar áreas de mejora en el trabajo en equipo
- **Ejemplo:** Simplificación de trámites burocráticos

Utilidad

¿Cuál es la utilidad Design Thinking, Empatía y Autoconocimiento en el general y en el contexto Sector Público en particular?

3. Liderazgo y Desarrollo de Habilidades

- **Objetivos SMART:** Definir metas claras y alcanzables
- **Empatía y Autoconocimiento:** Facilitar decisiones más informadas y mejorar la motivación
- **Ejemplo:** Implementar plataformas digitales más accesibles basadas en el feedback de los usuarios

1

Conceptos básicos de Design Thinking

Conceptos básicos de Design Thinking

Observa la imagen. Participa ofreciendo todas las ideas que se te ocurran dando respuesta a estas dos preguntas:

- ¿Qué herramientas se te ocurre que se podrían implementar para **mejorar** su **contexto** educativo?.
- ¿Qué **podrías** hacer para que estuvieran más **cómodos**?.



Ten en cuenta la **cantidad** de **ideas frente** a la **calidad**



Conceptos básicos de Design Thinking

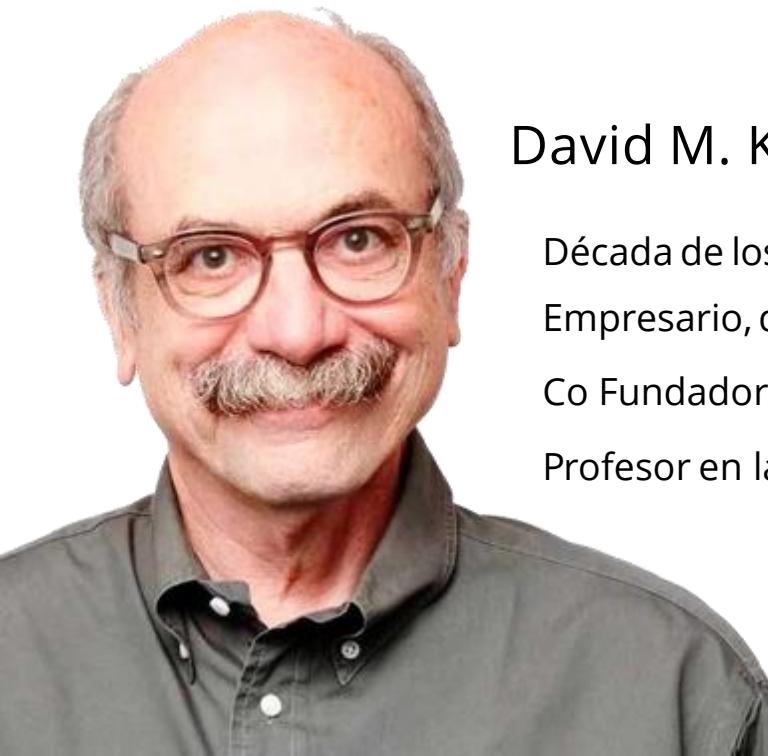
Design Thinking o Pensamiento de Diseño

El **Design Thinking** es una **metodología** centrada en el **ser humano** que fomenta la **innovación** y la **creatividad** al abordar **problemas complejos** a través de la **empatía** con los usuarios, la **ideación de soluciones**, la experimentación y la colaboración.



Conceptos básicos de Design Thinking

Los padres del Design Thinking



David M. Kelley

Década de los 90s

Empresario, diseñador, ingeniero y maestro estadounidense.

Co Fundador de IDEO

Profesor en la Universidad de Stanford

Conceptos básicos de Design Thinking

Los padres del Design Thinking

Tim Brown

Década de los 90s
Empresario, diseñador, ingeniero
Co Fundador de IDEO
Profesor en la Universidad de Stanford



Conceptos básicos de Design Thinking

Las 5 fases de la metodología

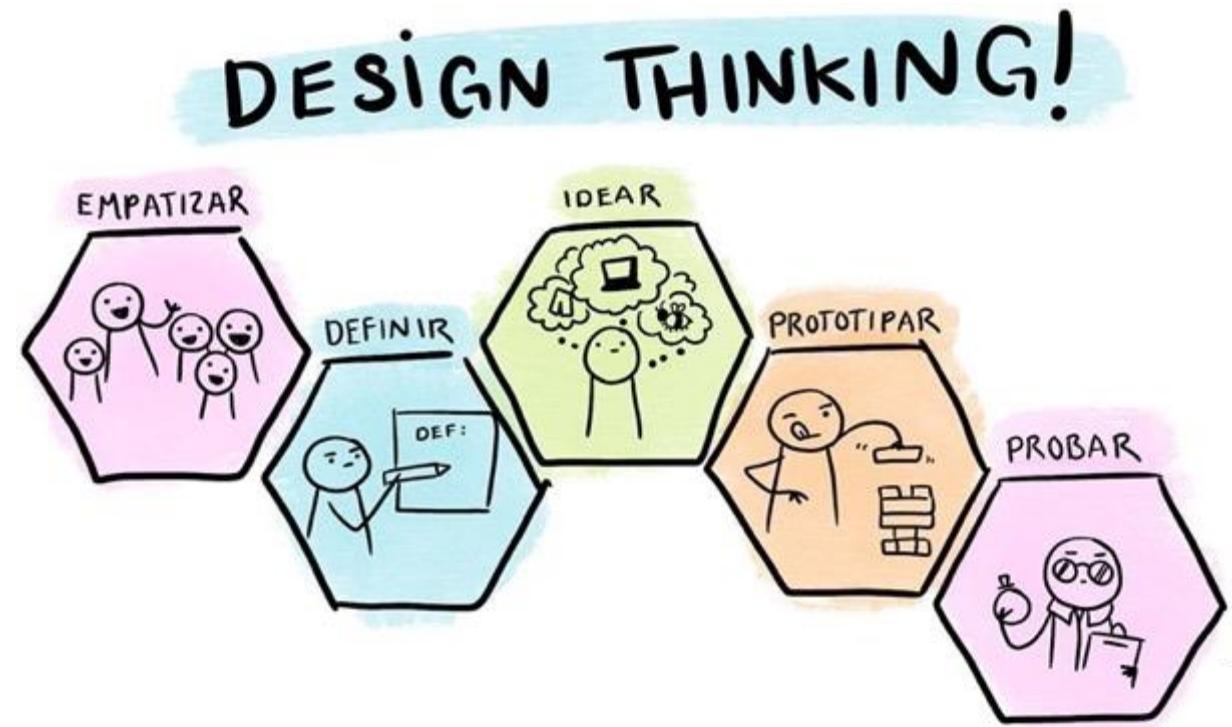
Empatizar: Comprender profundamente las necesidades y desafíos de las personas.

Definir: Enmarcar el problema de manera clara y precisa.

Idear: Generar una amplia gama de ideas y posibles soluciones.

Prototipar: Crear versiones simples y funcionales de las ideas.

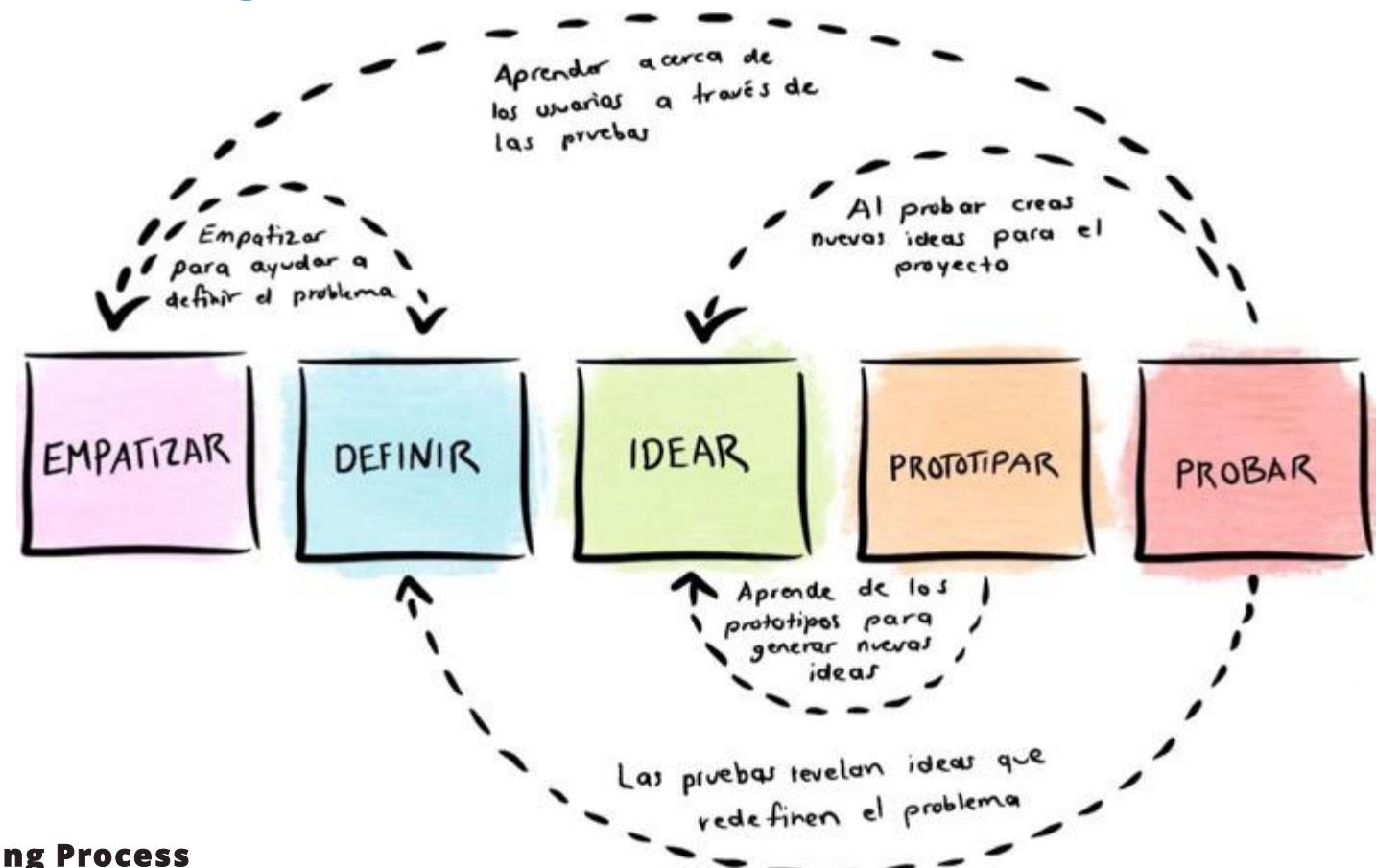
Testear: Probar los prototipos con usuarios reales y recoger feedback.



Stanford d.school -Design Thinking Process

Conceptos básicos de Design Thinking

Las 5 fases de la metodología



Conceptos básicos de Design Thinking

Un ejemplo Mejorar el proceso de petición de vacaciones

1. Empatizar

Objetivo: Comprender profundamente las experiencias, necesidades y frustraciones de los empleados al solicitar vacaciones.

- **Entrevistas y Encuestas:** Realizar entrevistas individuales con empleados de diferentes departamentos y niveles jerárquicos para conocer sus experiencias al solicitar vacaciones.
- **Enviar encuestas anónimas** para recopilar información más amplia sobre el proceso.

Conceptos básicos de Design Thinking

Un ejemplo Mejorar el proceso de petición de vacaciones

1. Empatizar

Objetivo: Comprender profundamente las experiencias, necesidades y frustraciones de los empleados públicos al solicitar vacaciones.

- **Entrevistas y Encuestas:** Realizar entrevistas individuales con profesionales de diferentes departamentos y niveles jerárquicos para conocer sus experiencias al solicitar vacaciones.
- **Enviar encuestas anónimas** para recopilar información más amplia sobre el proceso.

Conceptos básicos de Design Thinking

Un ejemplo Mejorar el proceso de petición de vacaciones

1. Empatizar

Descubrimientos:

- El sistema de solicitud es poco intuitivo.
- Falta de transparencia en el estado de la solicitud.
- Demoras en la aprobación por parte de los supervisores.

Necesidades Identificadas:

- Un proceso más sencillo y rápido.
- Comunicación clara sobre el estado de la solicitud.
- Posibilidad de planificar con anticipación.

Conceptos básicos de Design Thinking

Un ejemplo Mejorar el proceso de petición de vacaciones

2. Definir

Objetivo: Sintetizar la información recopilada para definir el problema central desde la perspectiva del empleado.

Definición del Problema: “Nuestros profesionales necesitan un proceso de petición de vacaciones que les permita solicitar y recibir aprobación de manera rápida y sin incertidumbre, lo que les ayuda a equilibrar su vida laboral y personal manteniendo la motivación.”

Conceptos básicos de Design Thinking

¿Para que es útil Design Thinking?

- ✓ **Resolver problemas** de todo tipo
- ✓ **Crear** de **nuevos productos** o servicios alineados con necesidades
- ✓ **Crear** de nuevos **procesos** y **estrategias** tanto profesionales como personales
- ✓ **Mejorar procesos internos**, productos, servicios, y estrategias
- ✓ **Construir** y **fortalecer** la relación de equipos
- ✓ **Fomentar** la **innovación** y la **creatividad**

Conceptos básicos de Design Thinking

¿Eres capaz de encontrar la palabra más relevante que falta aun por definir?

Agudiza tus sentidos que no es una tarea sencilla

El Design Thinking es una metodología centrada en el ser humano que fomenta la innovación y la creatividad al abordar problemas complejos a través de la **empatía** con los usuarios, la ideación de soluciones, la experimentación y la colaboración.



2

Conceptos Básicos de Coaching

Conceptos básicos del Coaching

Design Thinking o Pensamiento de Diseño

El **Coaching** es un **proceso de acompañamiento** a las personas para alcanzar sus **objetivos profesionales** y **personales mediante el desarrollo** de sus propias **habilidades y recursos**.



Conceptos básicos de Design Thinking

Principios del Coaching

- **Empatía:** Entender el mundo del otro desde el otro.
- **Escucha Activa:** Prestar total atención a lo que dice el interlocutor.
- **Preguntas Poderosas:** Formular preguntas que inviten a la reflexión profunda.
- **Colaboración desde la confianza:** Crear un espacio seguro para la apertura y honestidad, libre de juicios.
- **Acción y Seguimiento:** Establecer planes de acción y revisar el progreso.

Conceptos básicos de Design Thinking

Modelo GROW

Goals (Metas)

Reality (Realidad)

Options (Opciones)

Will (Voluntad compromiso para acción)



3

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

El **Design Thinking** y el **Coaching** combinan lo mejor de **dos enfoques** para **resolver problemas** de **manera creativa** y **ayudar a las personas a crecer**.

El **Design Thinking** se enfoca en entender las necesidades de las personas para ofrecerles **soluciones útiles** e **innovadoras**, el **Coaching** se centra en **apoyar** a las **personas** en alcanzar sus **metas** y **mejorar** sus **habilidades**.

Juntos, permiten **desarrollar ideas nuevas** y al mismo tiempo **ayudar** a las **personas** a **adaptarse** y **mejorar** en su trabajo de manera más efectiva.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Similitudes

- ✓ Enfoque **Centrado** en las **Personas**
- ✓ Proceso **Iterativo** y **Exploratorio**
- ✓ **Pensamiento Creativo** centrado en la **Resolución** de **Problemas**
- ✓ **Comunicación efectiva: Empatía** y **Escucha** Activa
- ✓ El uso de las **preguntas** para **comprender**
- ✓ Centrado en la consecución de **objetivos**

4

El Poder de las Preguntas

El Poder de las Preguntas

La importancia de las preguntas

Las **preguntas** facilitan la **comprensión profunda**, fomentan la **innovación** y mejoran la **colaboración**.

Hacer **buenas preguntas** es una **habilidad** fundamental tanto en el desarrollo personal como en el profesional.

No hay **creatividad** sin **curiosidad**, la **herramienta** para saciar la curiosidad es: **la pregunta**



El Poder de las Preguntas

Características de una Pregunta Bien Formulada

a. Clara y Precisa: La pregunta debe ser fácil de entender y enfocarse en un aspecto específico.

Ejemplo:

Pregunta Bien Formulada: ¿Qué aspectos del proceso de solicitud de vacaciones generan más frustración entre los empleados?

Pregunta mejorable: ¿Cómo podemos mejorar?



El Poder de las Preguntas

Características de una Pregunta Bien Formulada

b. Abierta y Cerrada: La pregunta abierta lleva a la reflexión la cerrada a la concrección y al cierre.

Ejemplo:

Pregunta Bien Formulada: ¿Qué innovaciones opinas que podrías implementar para hacer más eficiente el proceso de aprobación de permisos?

Pregunta mejorable: ¿Te gusta el proceso de permisos actual?



El Poder de las Preguntas

Características de una Pregunta Bien Formulada

c. Enfocada en Soluciones: Las preguntas deben orientar hacia la identificación de soluciones y mejoras, no solo en la identificación de problemas.

Ejemplo:

Pregunta Bien Formulada: ¿Qué herramientas digitales podríamos utilizar para reducir el tiempo de aprobación de solicitudes de vacaciones?

Pregunta mejorable: ¿Por qué el proceso de aprobación de vacaciones es tan lento?



El Poder de las Preguntas

Características de una Pregunta Bien Formulada

d. Fomentan la Empatía y el Entendimiento Profundo:

Las preguntas deben ayudar a comprender las necesidades, emociones y perspectivas de otros, ya sean colegas o ciudadanos.

Ejemplo:

Pregunta Bien Formulada: ¿Cómo se siente un ciudadano al interactuar con nuestro servicio de atención en línea?

Pregunta mejorable: ¿Te parece que nuestro servicio en línea es bueno?



El Poder de las Preguntas

Características de una Pregunta Bien Formulada

e. Relevante y Contextualizada: La pregunta debe estar alineada con el contexto y los objetivos específicos del taller o proyecto.

Ejemplo:

Pregunta Bien Formulada: ¿Qué cambios podemos hacer en el sistema de gestión de recursos humanos para mejorar la satisfacción de los empleados?

Pregunta mejorable: ¿Qué te gusta de tu trabajo?



El Poder de las Preguntas

Utilidad

- ✓ **Mejora de la Comunicación y Colaboración:** Facilita diálogos más efectivos y reduce malentendidos
- ✓ **Fomento de la Innovación y Creatividad:** Estimula a los equipos a pensar de manera innovadora y a generar ideas
- ✓ **Resolución Efectiva de Problemas:** Ayuda a desglosar problemas complejos en componentes manejables

El Poder de las Preguntas

Utilidad

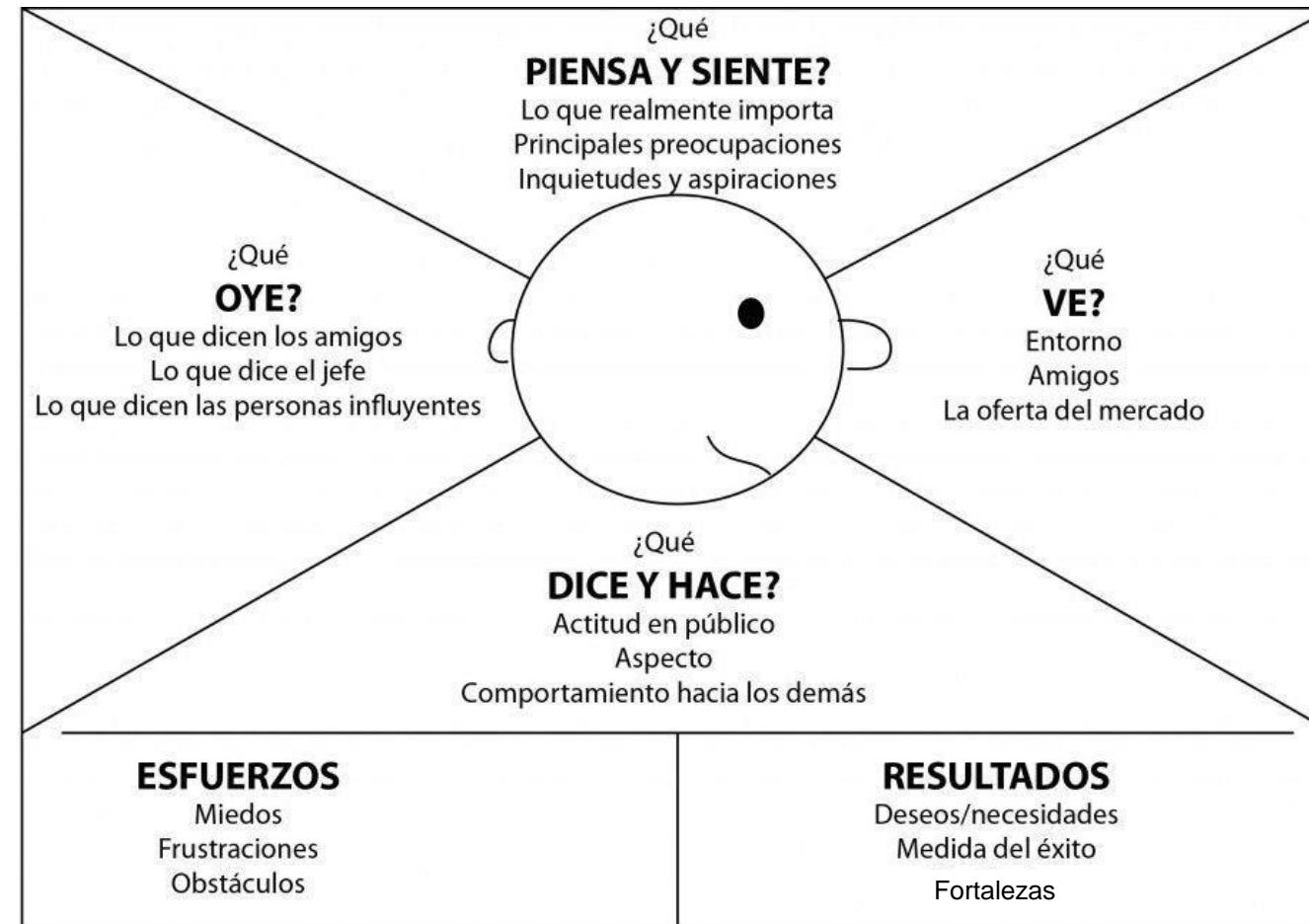
- ✓ **Desarrollo Personal y Profesional:** Promueve el autoconocimiento y el crecimiento individual, mejorando el desempeño colectivo.
- ✓ **Empoderamiento de los Empleados:** Al hacer preguntas que invitan a la reflexión, se empodera a los empleados para que tomen iniciativa y propongan mejoras.

5

Herramientas sobre Empatía

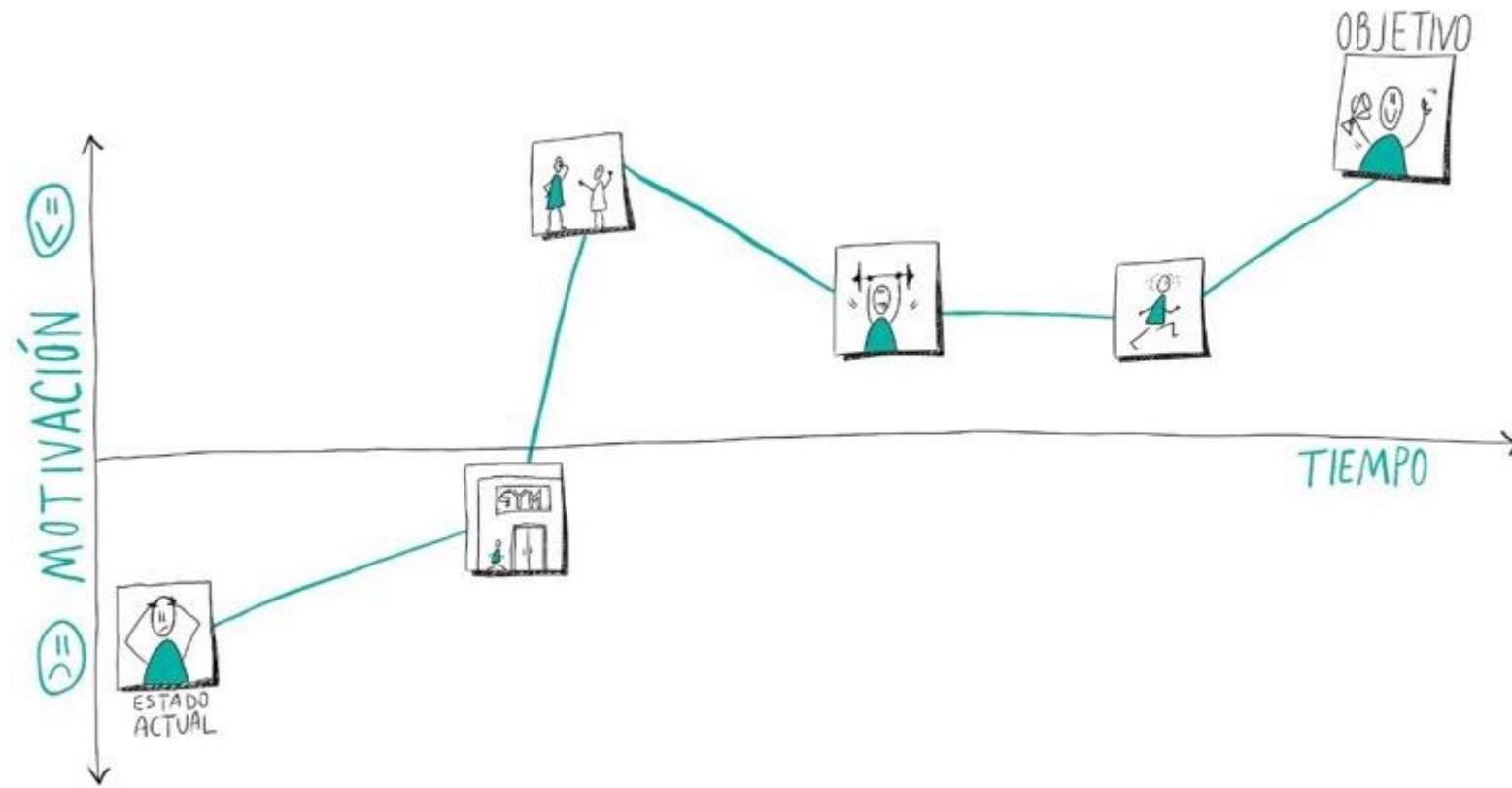
Herramientas sobre Empatía

Mapa de Empatía



Herramientas sobre Empatía

Mapa del Viaje del Cliente / Ciudadano / Persona



Herramientas sobre Empatía

FASES Describas por el cliente	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
NECESIDADES Del cliente en cada momento de las fases	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
ACTIVIDADES Del cliente para satisfacer necesidad	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
CANALES, PUNTOS DE CONTACTO, EMPRESAS IMPlicadas	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
EXPECTATIVA Del cliente en cada una de las fases	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
EXPERIENCIA Percepción del cliente real positiva, negativa o neutra	<hr/> <hr/> <hr/>				
EXPERIENCIA MEMORABLE Experiencia perfecta	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí
OPORTUNIDADES Derivadas de este análisis	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí	Escribe aquí

6

Autoconocimiento

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

¿Qué es el autoconocimiento?

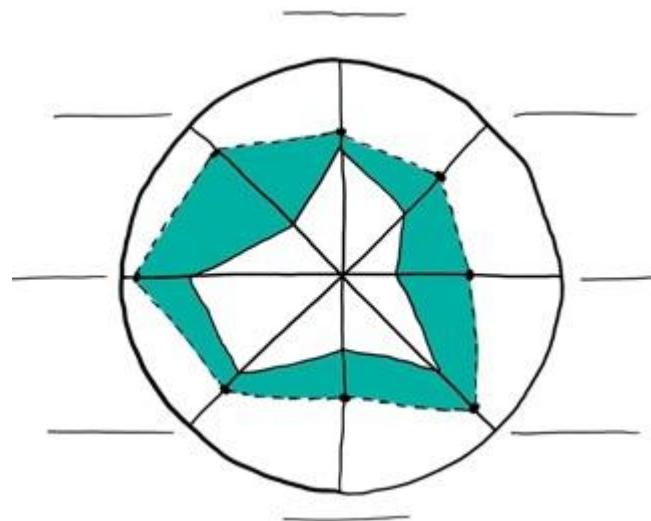
El **autoconocimiento** es la **capacidad** de una **persona** para **identificar y comprender** sus propias emociones, valores, fortalezas, debilidades, motivaciones, comportamientos y talentos.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Herramientas para el autoconocimiento

La rueda de la vida



La ventana de Johari



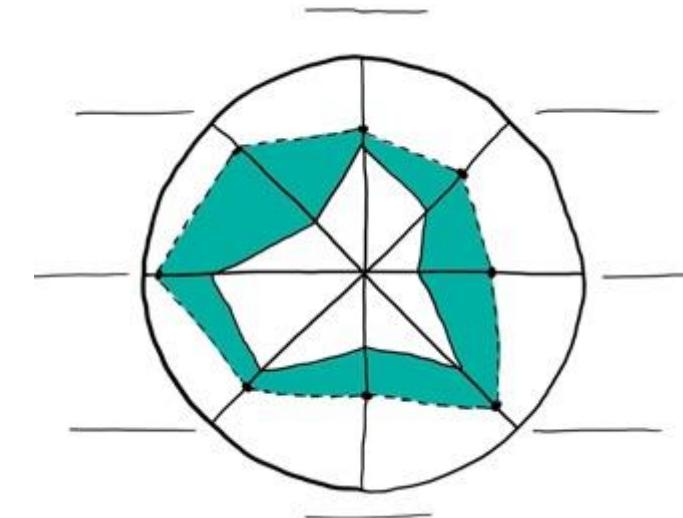
Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La rueda de la vida

Es una herramienta visual ampliamente utilizada en **Coaching**.

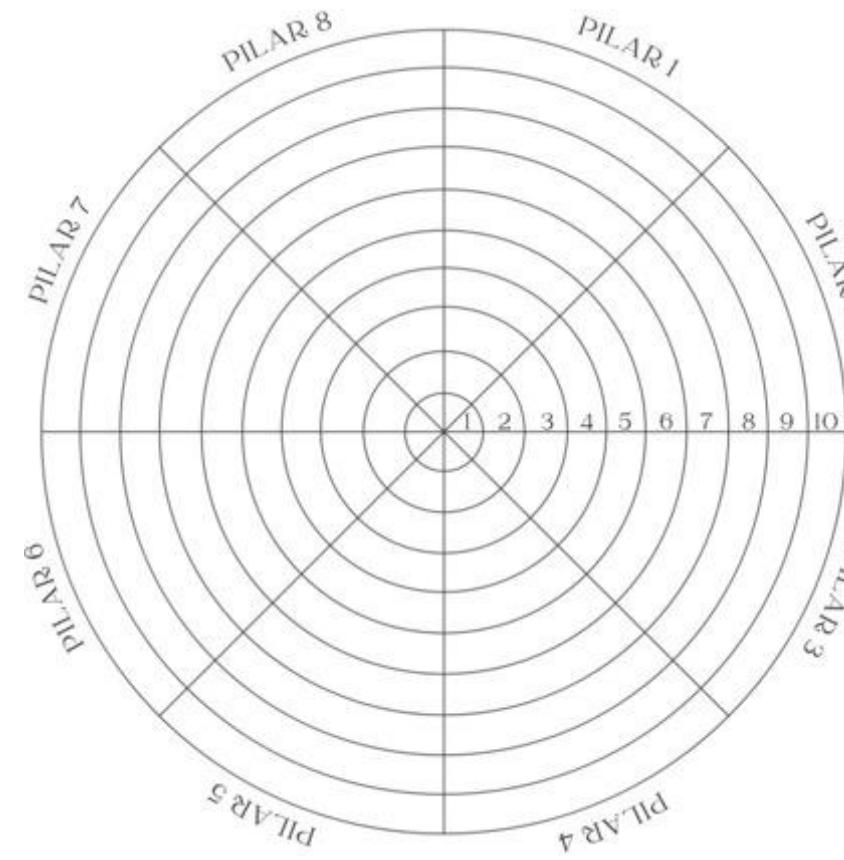
Es una **herramienta** de **diagnóstico** que sirve para ayudar a las personas a identificar el estado de pilares, habilidades y competencias necesarias para su mejor desempeño.

En el contexto del **Design Thinking** y el **coaching**, se adapta para **evaluar y mejorar** la **experiencia** del **usuario**, el **rendimiento del equipo**, mejorar como **líder**, etc.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La rueda de la vida



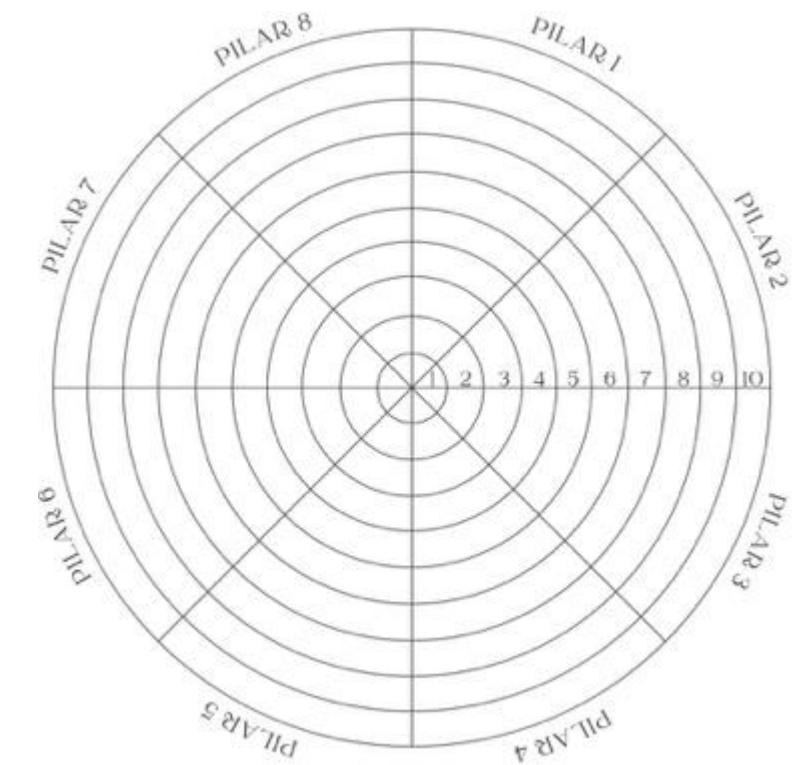
Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La rueda de la vida en la práctica

La **rueda** de la **vida** gira **alrededor** de un **contexto** sobre el que nos **queramos evaluar**, por ejemplo nuestro **liderazgo, gestión de proyectos**, como **comicador**, etc.

Paso 1: Dibujar la rueda y escribir cada pilar o área fundamental a ser evaluada.

Paso 2: Autoevaluación: Cada **pilar** se evalúa utilizando una escala entre **1 a 10**, indicado cada valor en el radio de la circunferencia que corresponda.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

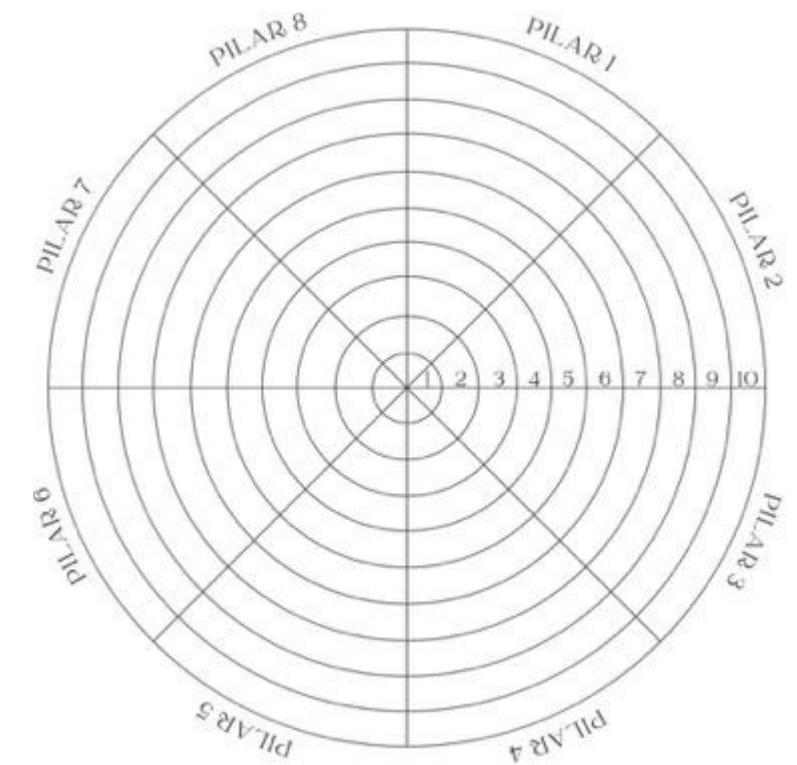
La rueda de la vida en la práctica

Paso 3: Identificar Fortalezas y Debilidades

Analiza dónde están las **puntuaciones** más **altas** y más **bajas**. Reflexiona las razones detrás de estas evaluaciones y como impacta en lo que quieras lograr, por ejemplo mejorar como líder.

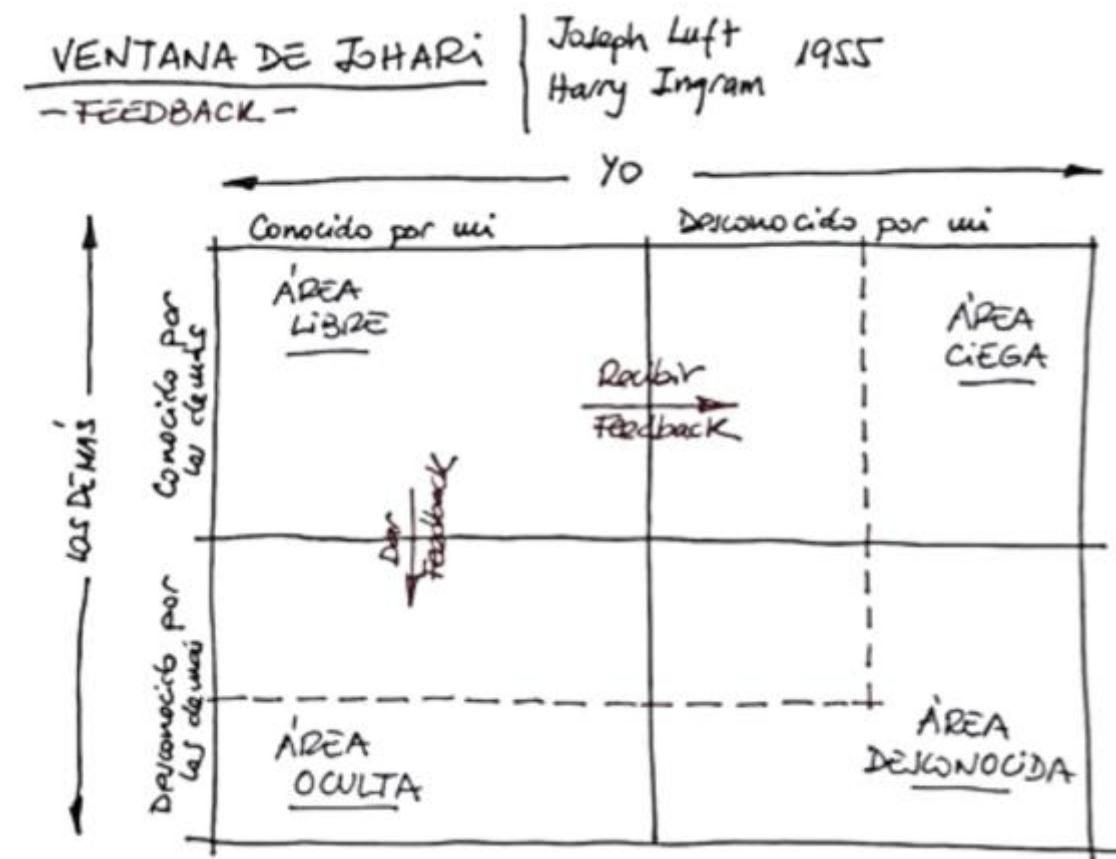
Paso 4: Identificación de Acciones

- **Definir Objetivos:** Basándose en las áreas de menor puntuación, establece objetivos para mejorar.
- **Plan de Acción:** Desarrolla un plan de acción con pasos concretos para abordar estas áreas.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La ventana de Johari: Cómo aplicarla



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La ventana de Johari

Es un **modelo** que facilita el **entendimiento** de las **relaciones interpersonales** a través del intercambio de información sobre nosotros mismos con otras personas.

El **conocimiento** que tenemos de **nosotros mismos** es mínimo y además está sesgado por nuestras creencias.

Porqué **pasa** lo que **pasa** en **mis interacciones** con **otros**



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La ventana de Johari: Beneficios

- ✓ Solucionar **problemas** de **comunicación** en el equipo.
- ✓ Mejorar las **relaciones** personales.
- ✓ **Motivar** a los equipos.
- ✓ Tener una **visión compartida** de los objetivos que se quieren alcanzar
- ✓ Tener mayor **conocimiento** de uno **mismo** y o del **equipo**.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La ventana de Johari: Las 4 ventanas

- **Área Abierta:** Lo que conozco de mí y los demás también conocen.
- **Área Ciega:** Lo que no conozco de mí, pero los demás sí.
- **Área Oculta:** Lo que conozco de mí, pero los demás no.
- **Área Desconocida:** Lo que ni yo ni los demás conocemos de mí.



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La ventana de Johari: Cómo aplicarla

Paso 1: Elije objetivo y elabora lista de adjetivos:

Elabora una lista de entre 20 y 30 adjetivos que creas son necesarios para el objetivo que persigues.

Paso 2: Selección de Adjetivos:

Elige 7 adjetivos que creas que te identifican.

Paso 3: Entrega la lista a otras personas:

Pide a las personas que hayas elegido que seleccionen 7 adjetivos de la lista de entre 20 y 30



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

La ventana de Johari: Cómo aplicarla

Paso 4: Construye la ventana

Paso 5: Analiza y Clasifica.

- Los adjetivos que hayan coincidido irán al área pública
- Los que tu hayas elegido y los otros no van al área secreta
- Los que ellos hayan identificado y tu no van al área ciega.



7

Definición de Objetivos

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Utilidad



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Propósitos de los objetivos

1. **Proporcionan dirección y enfoque**
2. **Motivan y comprometen** a los equipos
3. **Facilitan la medición** del progreso
4. **Ayudan** en la toma de **decisiones**



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Propósitos de los objetivos



Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Propósitos de los objetivos

1. Específicos: El objetivo debe ser claro y detallado. ¿Qué exactamente quieres lograr?

2. Medibles: Debe ser posible evaluar el progreso y el éxito. ¿Cómo sabrás que lo has logrado?

3. Alcanzables: El objetivo debe ser realista. ¿Es posible lograrlo con los recursos disponibles?

4. Relevantes: Debe alinearse con tus valores y con los objetivos de la organización. ¿Por qué es importante?

5. Tiempo definido: Debe tener un plazo. ¿Cuándo esperas lograrlo?

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Ejemplo

No SMART: Mejorar la comunicación con mis compañeros.

SMART: Organizar reuniones mensuales interdepartamentales durante los próximos 6 meses para mejorar la colaboración y compartir información relevante.

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

Hazlo tu

Objetivo Propuesto:

Mejorar la eficiencia en el proceso de aprobación de solicitudes de vacaciones.

Design Thinking y Coaching trabajando juntos

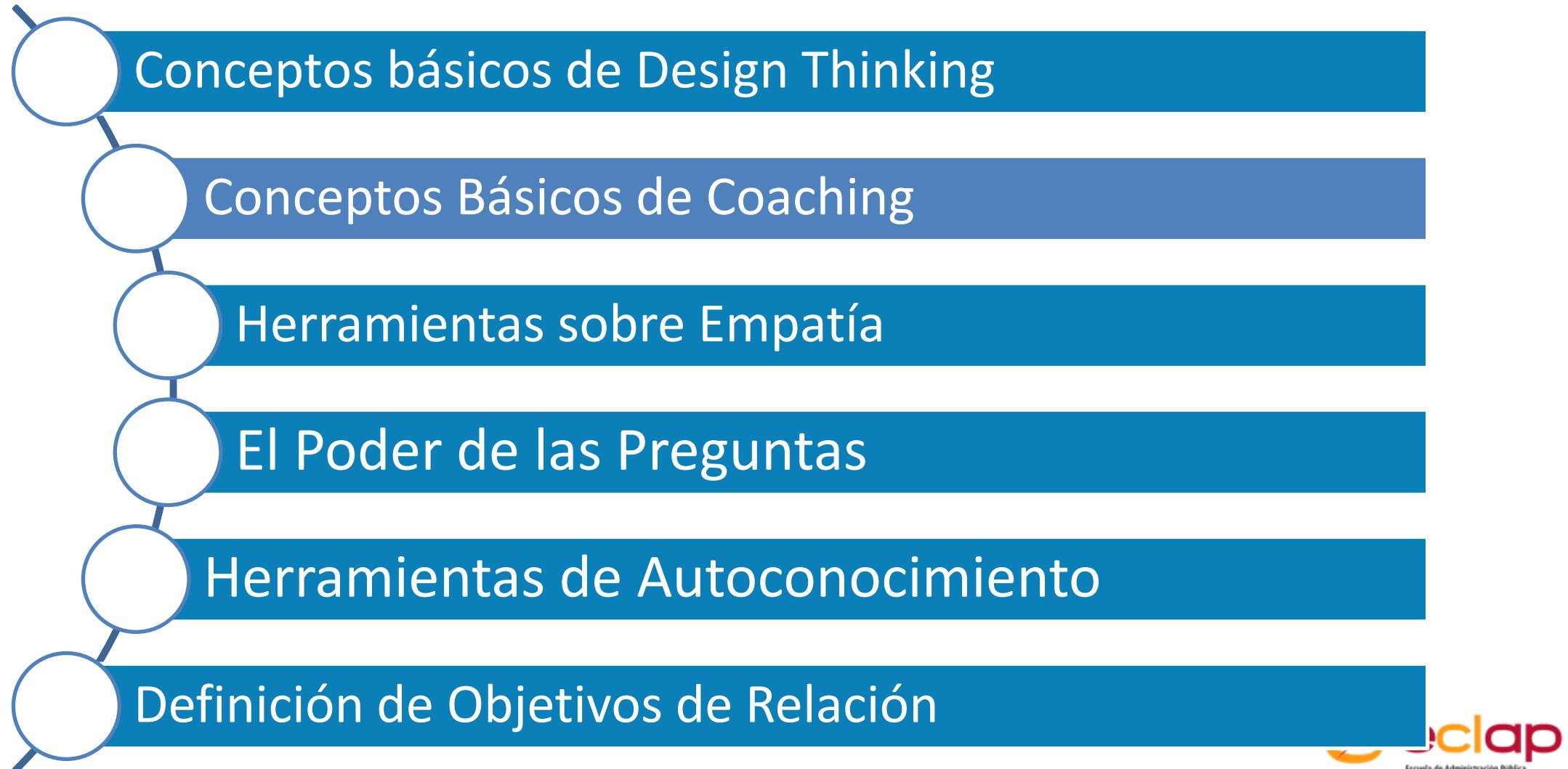
Hazlo tu

Objetivo Propuesto:

Para el próximo trimestre, reducir el tiempo de aprobación de solicitudes de vacaciones de 10 a 5 días hábiles mediante la implementación de un sistema digital de gestión que permita aprobaciones automáticas bajo ciertos criterios, alineándose con las metas de eficiencia y satisfacción de los empleados de la organización.

Llegamos al Final del Seminario

¿Qué hemos tratado en esta sesión?



Llegamos al Final del Seminario

Gracias por su **dedicación** y **compromiso**.

Juntos, con **empatía** e **innovación**, transformaremos **nuestros servicios públicos** para crear un **futuro** mejor para todos

Terminamos

¡¡ Muchas gracias!!