



Ciencias



4TO ENCUENTRO DE CAPACIDADES ORGANIZACIONALES



**Programa de Fortalecimiento Institucional
Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional
27 de junio de 2024**



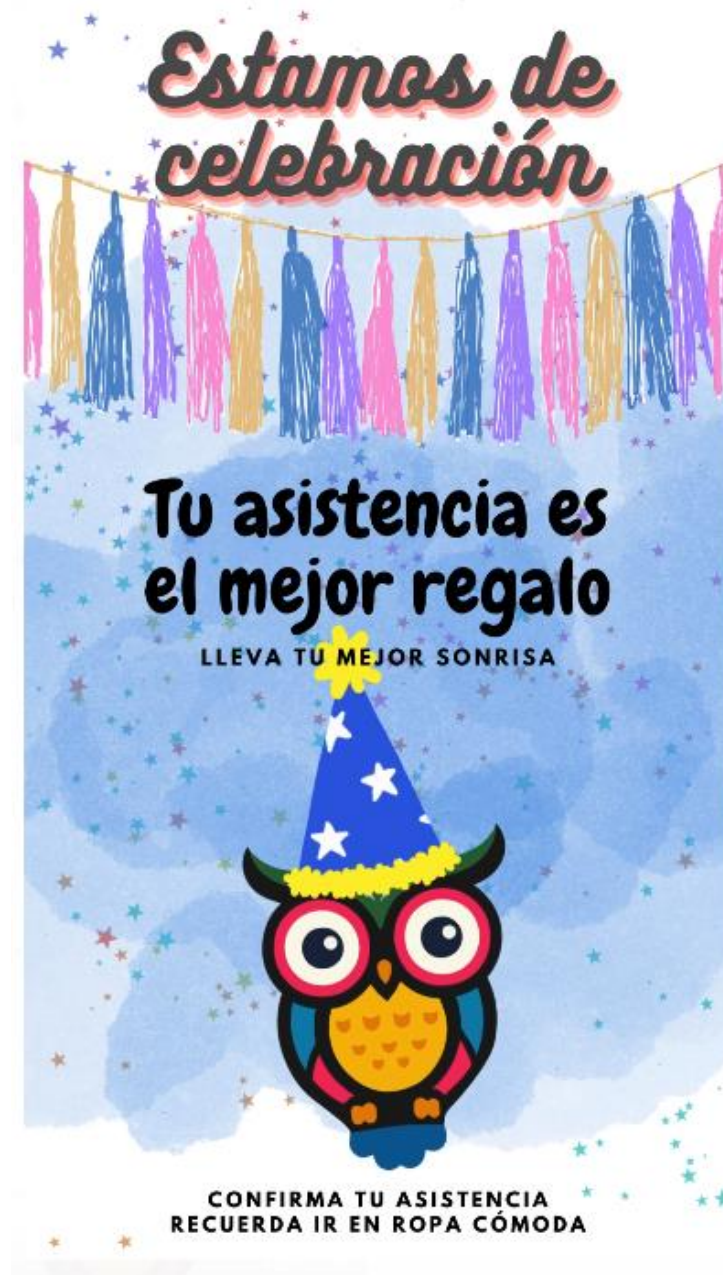
**Diligencia tu
asistencia el
código de la
reunión es:
H2258**

Agenda



Día del Servidor Público





- ¿Qué pensabas antes sobre el sector público?
- ¿Qué piensas ahora?
- ¿Puedes compartir un momento gratificante y un momento retador?

Experiencia





RECAPITULEMOS

ENCUENTRO 1

OPERACIÓN IDI Estrategia de fortalecimiento institucional

Focalizar, Articular y Movilizar

Cierre de Brechas y mejora continua

- Nueva estrategia de servicio con enfoque en experiencia.
- Actualización de la caracterización de grupos de interés
- Impulso de la innovación con experimentos sociales
- Ruta FURAG 2023
- Unificación Sistema Integrado de Gestión
- Intervención integral de tres procesos:
 - Contratación, supervisión y liquidación
 - Participación Ciudadana
 - Trámites y Servicios

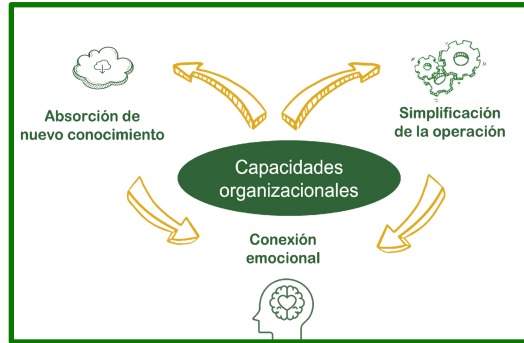
Aprendizaje Organizacional

- Impulsar la cultura de la innovación:
- Alinear la estrategia en el marco de los espacios de comunicación interna.
 - Apropiación y uso de la información y el capital estructural de la entidad.
 - Creación de narrativas institucionales desde la perspectiva de la innovación.

Fortalecer la institucionalidad del Ministerio mediante la implementación, sostenimiento, mejora de requisitos y buenas prácticas en materia de gestión, desempeño y transparencia para generar confianza y legitimidad en la ciudadanía

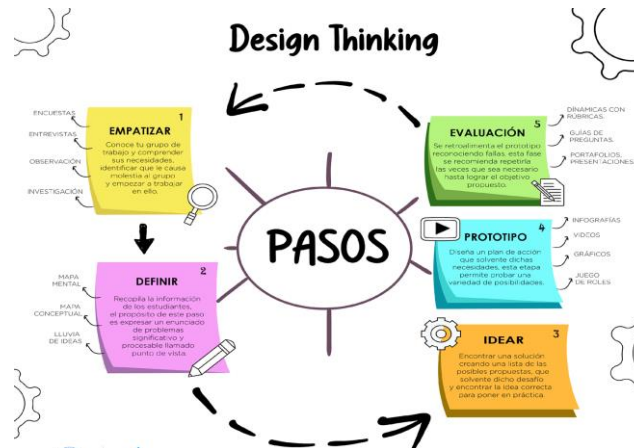
MEDICIÓN ANUAL: MIPG – FURAG - IDI

GESTIÓN 2022	Puesto 12 entre los 18 ministerios
GESTIÓN 2023	Puesto 7 entre los 18 ministerios
GESTIÓN 2024	Puesto 5 entre los 18 ministerios
GESTIÓN 2025	Puesto 3 entre los 18 ministerios



ENCUENTRO 3

Design Thinking



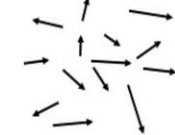
ENCUENTRO 2

AGILISMO marco de trabajo para la innovación

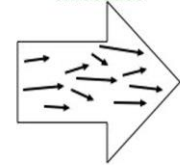
La Gran Flecha

Pasar de (a) a (b) para alinear a tu equipo con aquello que consiga dar impulso a la estrategia es el trabajo más importante

a. Empleados no alineados y no enfocados



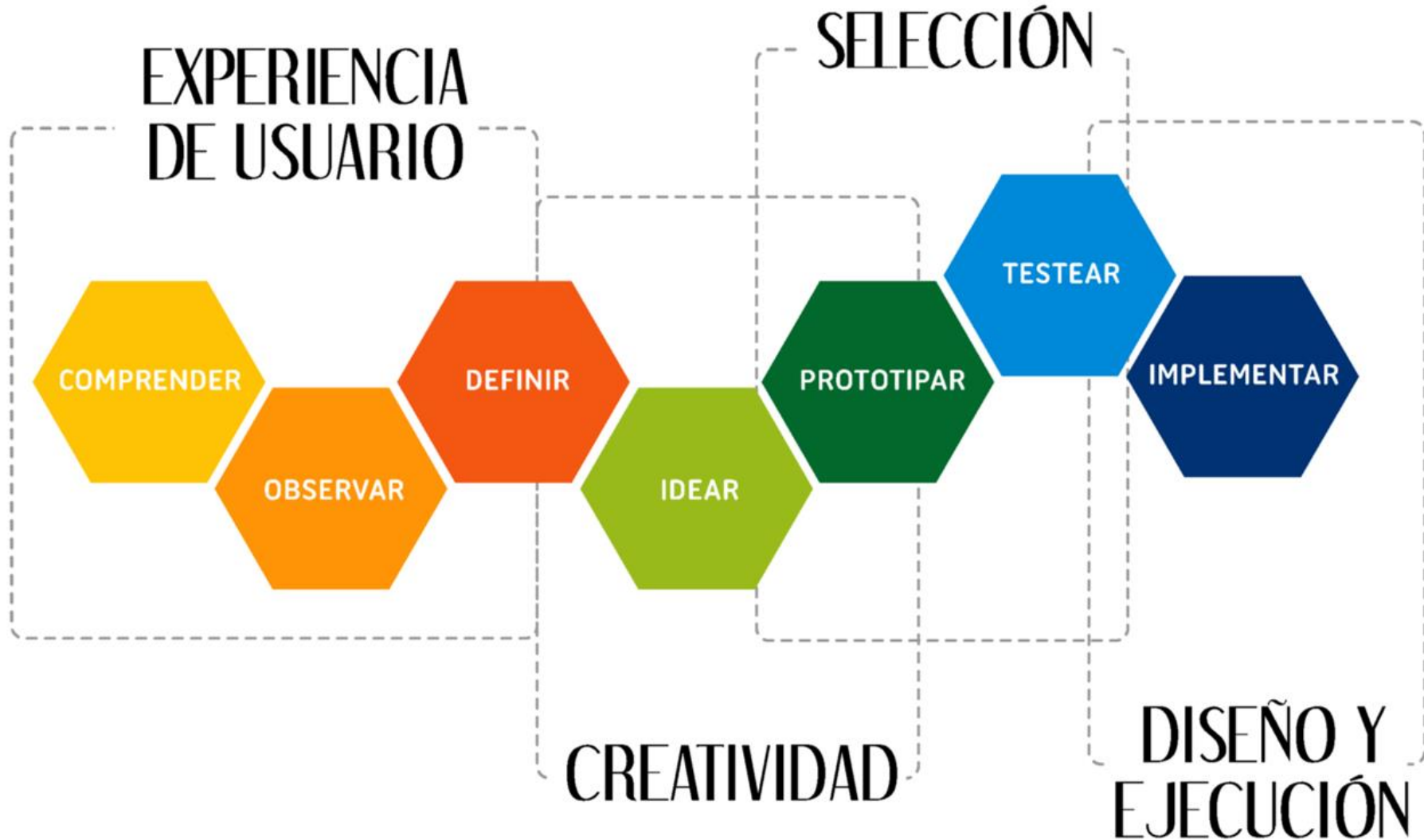
b. Empleados alineados y enfocados



¿Qué va a cambiar en la gestión de la calidad?



EXPERIENCIA

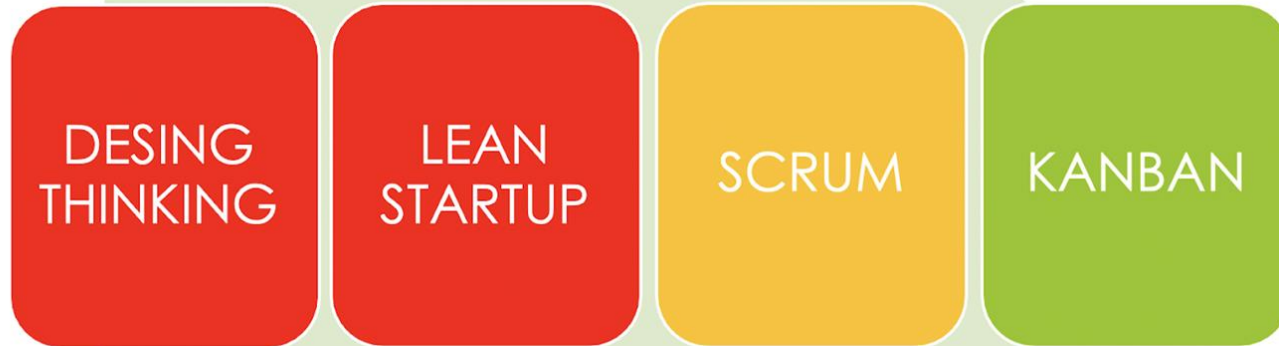


MAPA DE EMPATÍA



Metodología Ágiles

AGILIDAD EN LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES



Service Blueprint

Metodología utilizada para mapear y analizar detalladamente todos los componentes y procesos involucrados en la prestación de un servicio (Lynn Shostack en 1984)

Práctica estándar en la gestión de servicios y la mejora continua basada en experiencia del cliente.

Representación visual clara y comprensible de cómo se entrega un servicio desde el punto de vista del usuario y de la organización.

Línea de visibilidad

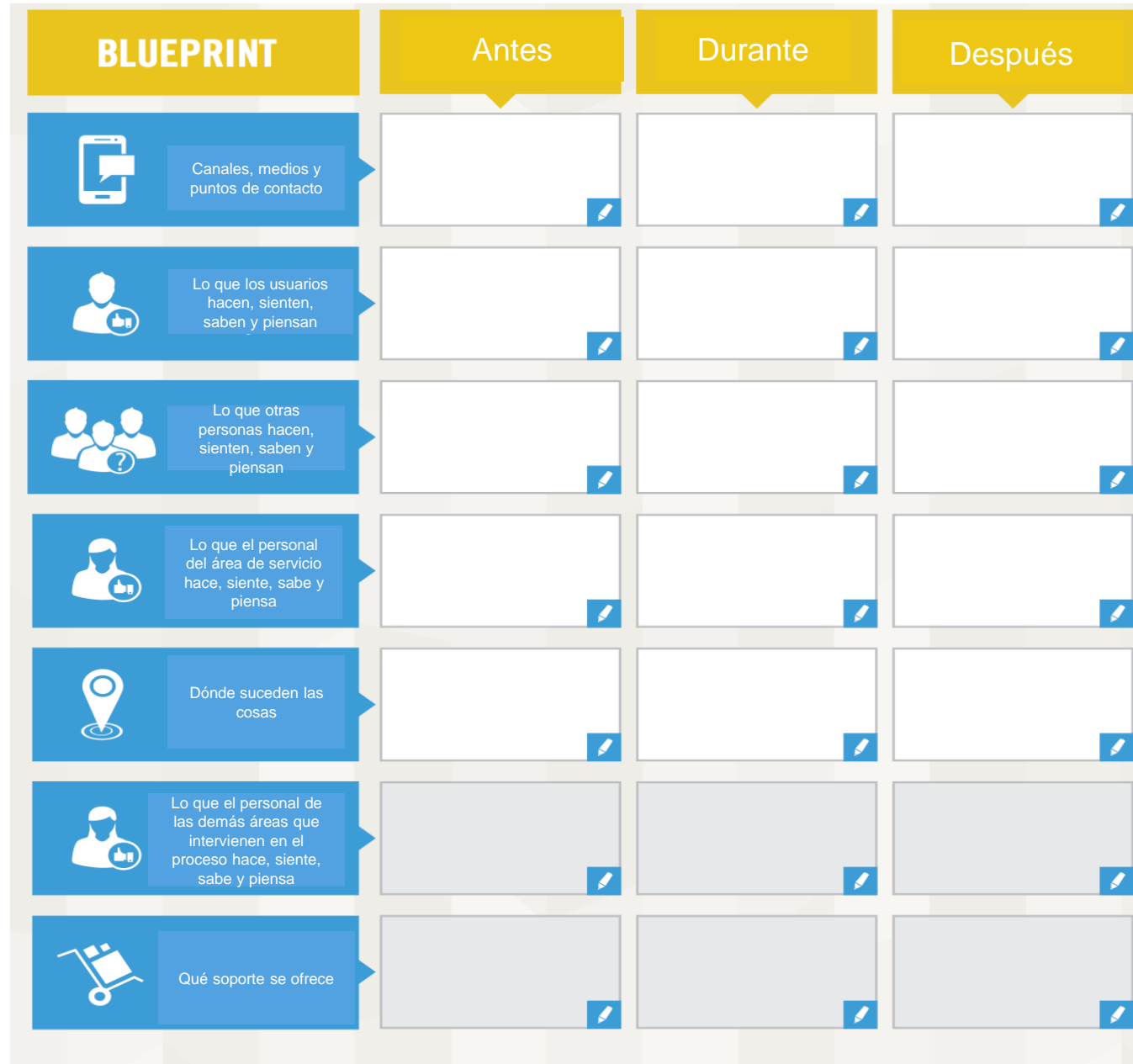
Acciones del usuario / acciones de la organización

Elementos visibles / intangibles

Personal de servicio / áreas técnicas

Beneficios

Permite identificar y eliminar puntos de fricción en el recorrido del usuario, mejorando la satisfacción y la lealtad: **EXPERIENCIA**



EXPERIENCIA DE SERVICIO



Percepción y sentimientos que permanecen en la persona como resultado de todas sus interacciones y encuentros con una organización durante el proceso la utilización de un servicio (trámite, proceso).

EXPERIENCIA DE SERVICIO



La experiencia es integral y abarca cada punto de contacto, desde la primera vez que el cliente toma conciencia del servicio hasta el momento en que finaliza su uso y cualquier interacción posterior.

Experiencia ciudadana (Decreto 088 de 2022)

Pasar de la transacción a la relación

Conjunto de las percepciones de un ciudadano después de interactuar racional, física, emocional y/o psicológicamente con el Estado, considerando la articulación de aspectos fundamentales como:

- El recorrido del ciudadano en el acceso a la oferta institucional, bien sea para acceder a información, realizar de un trámite, ejercer control social o participar en la gestión de la entidad

- Los puntos de contacto entre ciudadanos y entidades públicas, y los canales por medio de los cuales se desarrolla esta experiencia.



COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO



ELEMENTOS DE LA ESTRATEGIA DE SERVICIO



1

Personalización: Adaptar el servicio a las necesidades específicas de cada cliente. Esto puede implicar conocer sus preferencias, historial de uso o cualquier otra información relevante.

2

Profesionalismo: Las personas que están en los puntos de contacto deben ser competentes, amables y estar bien informadas sobre la oferta institucional. La profesionalidad se refleja en cada interacción, desde el saludo inicial hasta la despedida.

3

Accesibilidad y conveniencia: Los usuarios valoran la facilidad para acceder al servicio y la simplicidad del proceso. Esto puede incluir opciones como atención multicanal y horarios flexibles.

4

Fiabilidad y consistencia: Los usuarios desean que el servicio se entregue de manera confiable y consistente en todas las interacciones. Esto implica cumplir con las promesas hechas, mantener estándares de calidad y resolver problemas de manera efectiva.

5

Empatía: el personal debe demostrar empatía hacia las preocupaciones y necesidades de los usuarios. La capacidad para comprender y responder de manera sensible a las emociones de la otra persona puede marcar una gran diferencia en la experiencia general.

6

Comunicación clara y transparente: Es crucial comunicar de manera clara y transparente toda la información relevante sobre el servicio, incluyendo políticas, precios y procedimientos. La falta de transparencia puede socavar la confianza del cliente.

7

Valor agregado: Ofrecer servicios adicionales o beneficios que vayan más allá de las expectativas puede generar una experiencia memorable y aumentar la satisfacción del usuario.

8

Resolución efectiva de problemas: En caso de surgir algún problema o inconveniente, es importante que el personal esté capacitado y sea capaz de resolverlo de manera rápida y efectiva, minimizando las molestias para el usuario.

Participación Ciudadana



1. ¿Qué es la Participación ciudadana en la gestión pública?
2. ¿En qué momento puede participar la ciudadanía en la gestión pública?
3. ¿Las entidades públicas deben formular anualmente una estrategia de participación Ciudadana en la gestión?

Experiencia en Participación Ciudadana

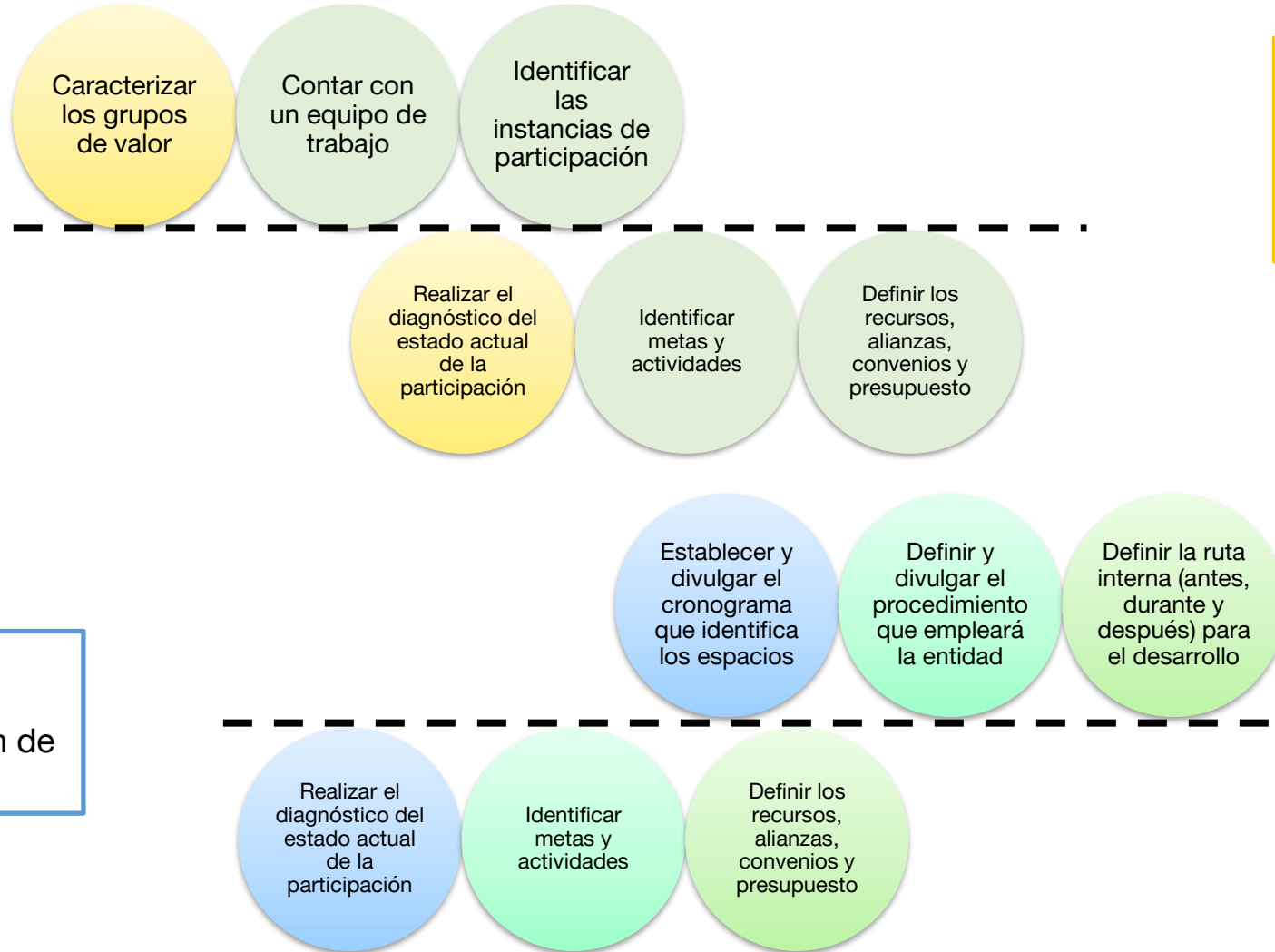


Es el derecho de los ciudadanos o de las organizaciones a intervenir en todas las actividades de la gestión pública confiadas a los gobernantes para garantizar la satisfacción de las necesidades de la población

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1

Condiciones institucionales idóneas para la promoción de la participación ciudadana



- Estrategia de Participación Ciudadana
- Plan de Participación Ciudadana

- Menú participa
- Seguimiento al Plan de Participación Ciudadana

Promoción efectiva de la participación ciudadana.

2

PROCEDIMIENTO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Objetivo. Definir los elementos esenciales para la interacción del Ministerio con los grupos de valor especificando las condiciones, requisitos y métodos, para que los aportes del ejercicio de participación ciudadana se integren de manera efectiva en el ciclo de la mejora continua.



RUTA BÁSICA PARA EL DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN



Formule el objetivo del espacio: ¿para qué se invita a la ciudadanía?(priorizar, aportar comentarios, identificar necesidades o problemas, etc).



Defina el tema del espacio de participación: ¿es un nuevo trámite sobre...? Es una nueva política pública sobre...?



Defina a qué públicos dirige y establezca sus características; estudiantes, representantes de gremios, asociación de profesionales, investigadores, etc.



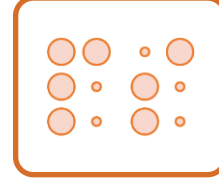
Seleccione las herramientas para el espacio de participación: grupo de discusión, encuesta telefónica, virtual o presencial, etc.



Seleccione los canales para la consulta: en las ferias de servicio, puntos de atención, oficinas misionales, página web, etc y establezca el procedimiento para atender y responder



Informe previamente, en lenguaje claro sobre el tema (resumen, diapositiva, video, audio, infografía, etc)



Divulgue ampliamente y por diversos canales la consulta y realice invitación directa a actores clave



Publique los comentarios y las respuestas a las mismas.

Divulgue resultados y decisiones que se tomaron

Elementos matriz de seguimiento

- i. Actividad a realizar
- ii. Instrumento de planeación asociado a la actividad a realizar o acción participativa
- iii. Grupo de valor/interés que será convocado
- iv. Tipo de acción participativa = Mapeo participativo, Audiencias temáticas, mesas de dialogo comunitarias, consultas públicas
- v. Objetivo
- vi. Resultado esperado
- vii. Responsables
- viii. Fecha estimada
- ix. Tipo de espacio (virtual o presencial)
- x. Metodología = Mesas de trabajo, encuestas, world coffe, visitas técnicas...
- xi. Mecanismo de convocatoria
- xii. Participantes esperados

- xiii. Fase del ciclo de la gestión de la política pública
- xiv. Presupuesto estimado con su fuente de recursos.
- xv. Elemento de la Rendición de Cuentas (Información, diálogo y responsabilidad)

Seguimiento. Sus componentes son:

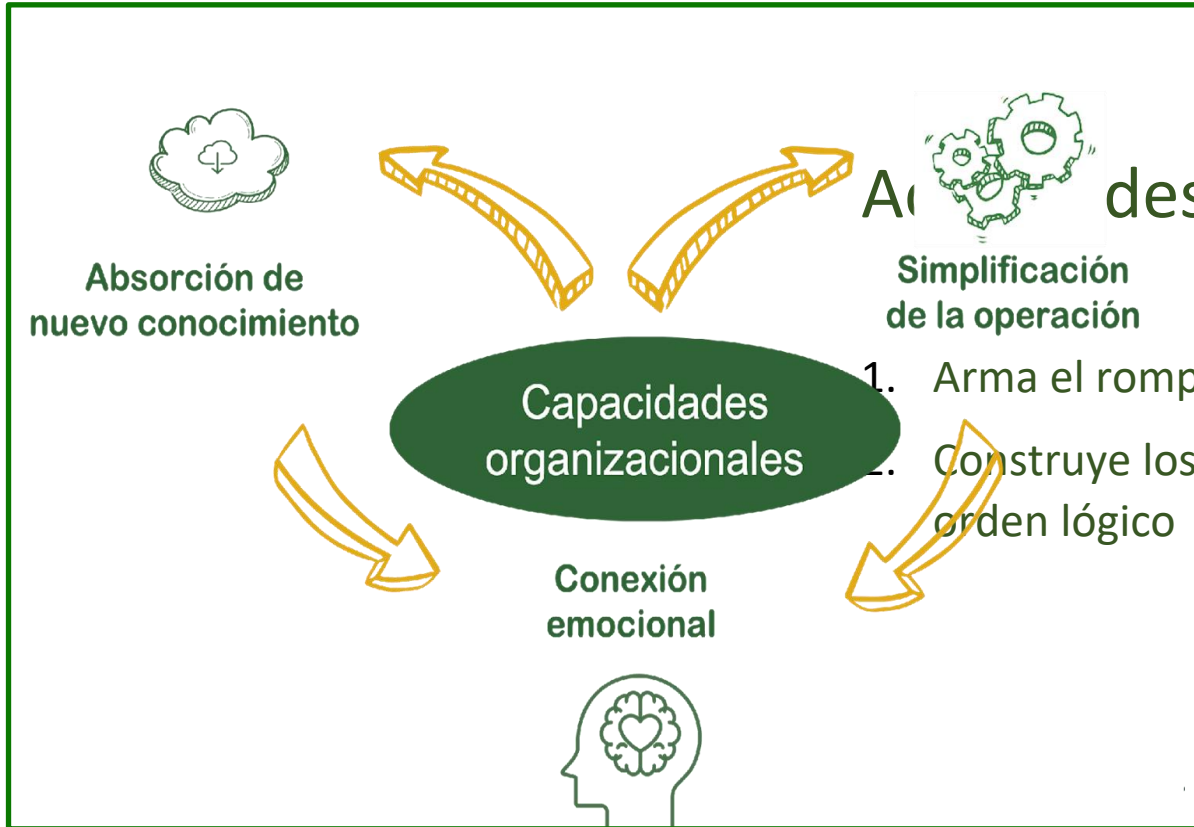
- i. Fecha de ejecución
- ii. Resultado y su análisis frente a meta esperada
- iii. Total detallado de participantes
- iv. Total de asistentes a los espacios de capacitación y asistencia técnica
- v. Total de recursos invertidos
- vi. Resultados de la incidencia de la participación
- vii. Evaluación y recomendaciones

¿Estamos listos?

• Actividades tema de participación

1. La entidad realiza diálogos regionales en inteligencia artificial para la elaboración del diagnóstico del CONPES.
1. La entidad responde de manera oportuna las PQRSD
1. La entidad pone a consulta documentos normativos vinculados a la agenda regulatoria.
1. La entidad pública información en la página web
1. La entidad realiza el lanzamiento de del diálogo de saberes con el cual se busca conversar sobre diferentes puntos de vista y así construir el capítulo 2 de la serie de divulgación científica

¡¡Vamos por más EFOS !!



Acciones por realizar:

1. Arma el rompecabezas en el menos tiempo posible
2. Construye los elementos de la matriz de seguimiento en un orden lógico

Reflexionemos...

**¿Qué recordamos de los
siguientes momentos?**





MOMENTO 2

Karen Teresa Sanchez G...	Emmanuel David Guauq...	Érika Julieth Barragan C...	Liliana Beatriz Buitrago ...	Yasmith Adriana Camar...	Ana Maria Mosquera Pa...	Yulien Maricielo Cuarán
Monica Restrepo Rivera	Marly Catalina Escobar ...	Gerardo Antonio Castañ...	Edna Del Pilar Páez García	Betty Carolina Castro M...	Marly's AI Notetaker	Glady Tatiana Ayala Flor...
Martha Lucia Quintero ...	Luz Marina Pulido	read.ai meeting notes	Diego Andrés Rodríguez...	Jenny Katheryn Martine...	Ruben Antonio Mora Ga...	Yenith Patricia Mariño Ri...
Jorge Orlando Camargo...	Johana Emilse Salaman...	Laura Daniela Giraldo H...	Hector Camilo Triviño L...	Ivonne del Pilar Navaš M...	Martha Lucia Quintero ...	Mejor Gestión

Agilismo





RETO 1: AGILISMO



DIAGNÓSTICO



ACTUALIZACIÓN
RIESGOS



DEPURACIÓN
DOCUMENTAL



GRUPOS DE
VALOR?



OFERTA DE
VALOR



MEJORA

EXPERIENCIA DE USUARIO

¿Cómo?



DIAGNÓSTICO

Conocer mis oportunidades de mejora y establecer victorias tempranas.



DEPURACIÓN
DOCUMENTAL

Optimización de uso y usabilidad



ACTUALIZACIÓN
RIESGOS

Gestionar la y/o prevenir los posibles impactos negativos para la entidad dado el incumplimiento de nuestros objetivos institucionales



GRUPOS DE
VALOR -
USUARIOS

Conocer sus necesidades y expectativas para mejorar su experiencia.



OFERTA DE
VALOR

Propender por una entrega de mis productos/servicios con altos estándares de calidad.



MEJORA

Ser ágil me implica estar en mejora continua.

EXPERIENCIA DE USUARIO

UN ÚLTIMO SPRINT



ITEM RETO DE AGILISMO	PRODUCTO	FECHA DE ENTREGA
DIAGNÓSTICO	Diligenciamiento Herramienta de Diagnóstico	Ultima semana de Julio (31 de julio)
ACTUALIZACIÓN RIESGOS	Riesgos actualizados	31 de Julio Matriz Aprobada
PLAN DE MEJORA	Plan de Mejora / Lecciones Aprendidas	Segunda semana de Agosto
DEPURACIÓN DOCUMENTAL	Documentación Actualizada, Fusionada o Inactivada	Fase I: Tercera semana de Agosto Fase II: Tercera semana de Septiembre
CARACTERIZACIÓN GRUPOS DE VALOR	Identificación de los Grupos de Valor y sus necesidades	Tercera semana de Agosto
OFERTA DE VALOR	Productos o Servicios	Tercera semana de Agosto



Ciencias