



TRAVESÍA 2021

FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA

COMUNIDAD NACIONAL DE CONOCIMIENTO EN:

**DIPLOMADO INTERNACIONAL: DESARROLLO
Y GESTIÓN DE LA CULTURA DE SEGURIDAD**



CORRER
SONREIR
DESPERTAR
COMER
CAMINAR
SOLIDARIDAD
SONREIR
AUTOCUIDADO
APRENDER
SOLIDARIDAD
ENSEÑAR
ALEGRE

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

LA ASEGURADORA
DE TODOS LOS
COLOMBIANOS



Positiva Compañía
de Seguros



@PositivaCol



PositivaCol

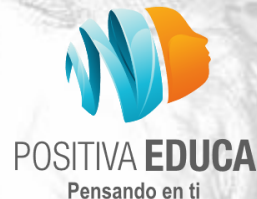


Positiva Colombia



El emprendimiento
es de todos

Minhacienda



TRAVESÍA 2021
FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA

“

**LA EDUCACIÓN ES EL ARMA MÁS
PODEROSA PARA
CAMBIAR EL MUNDO**

”



TRAVESÍA 2021
FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA



COMUNIDAD NACIONAL

DE CONOCIMIENTO:

**DIPLOMADO - Desarrollo y gestión de la cultura de
seguridad**



EXPERTO LÍDER

DE LA COMUNIDAD

Pablo Pinto

Contacto: +51999302680

Correo: educa.certificados@positiva.gov.co
pablojpinto@gmail.com

Módulo 2: Análisis y Diagnóstico de la Cultura de Seguridad

Sesión 5: Journey Map, Entrevistas y Focus Group

OBJETIVO GENERAL

Conocer las estrategias de **1) Journey Map, 2) Entrevistas y 3) Focus Group** para diagnóstico de cultura de seguridad



TRAVESÍA 2021
FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA

EVALUÉMONOS

SONDEO





Diagnóstico



Diagnóstico de Cultura de Seguridad

1. Encuesta



2. Observación en campo



3. Entrevista



4. Análisis documental





TRAVESÍA 2021
FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA



**Institute
for Work &
Health**

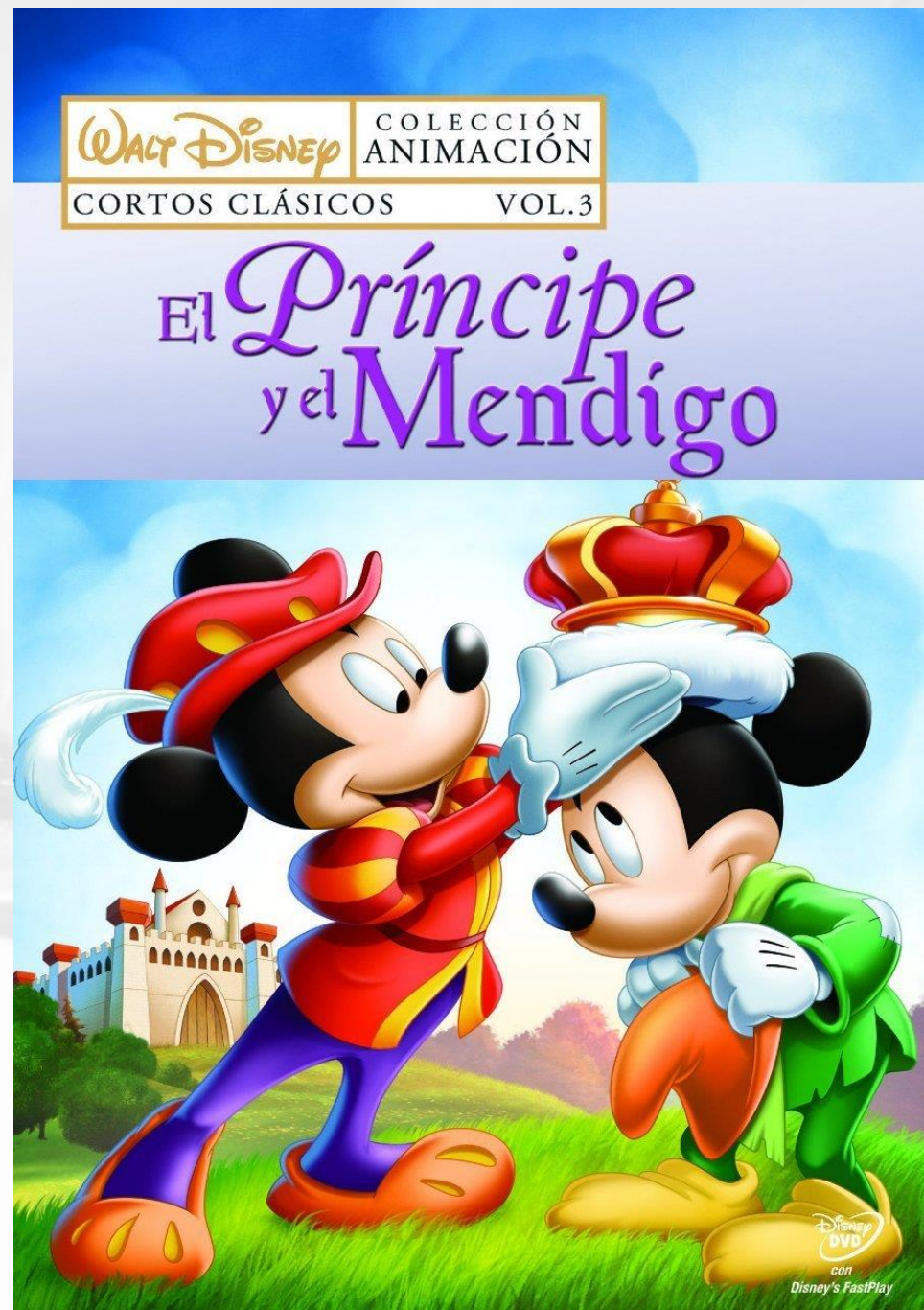
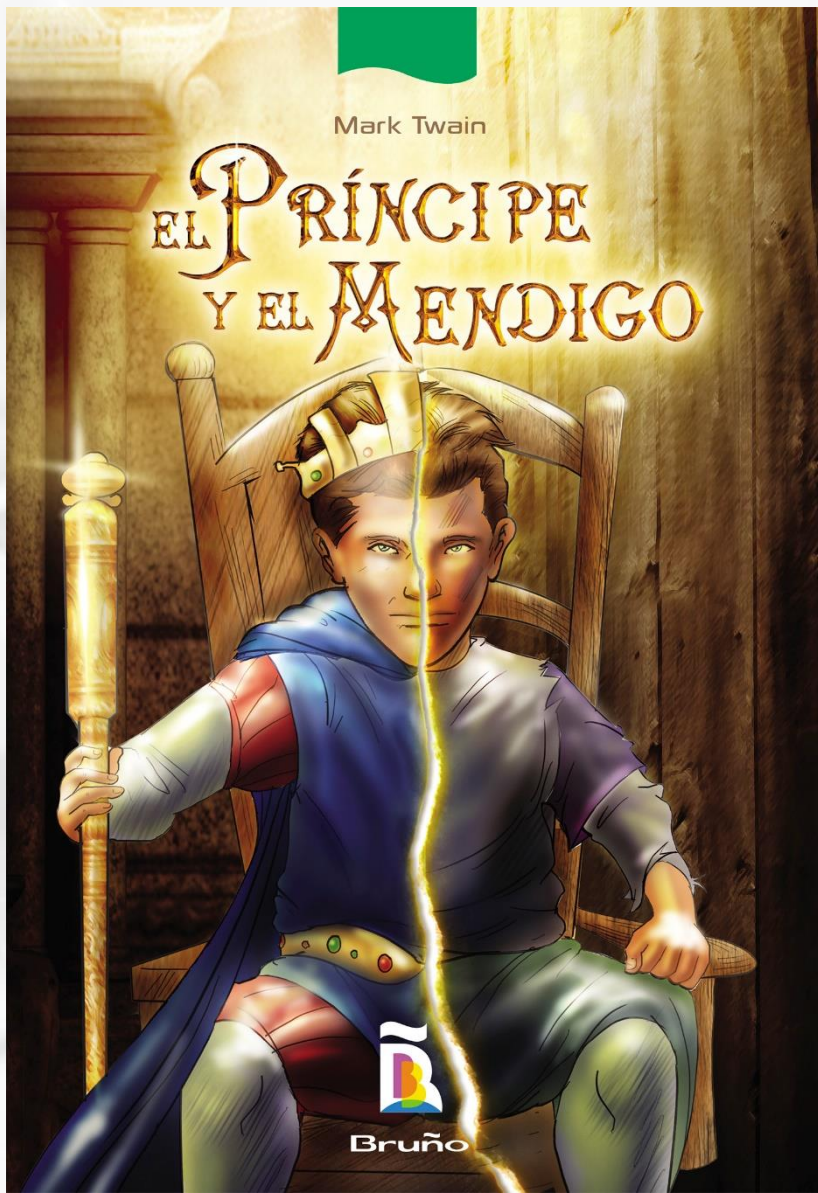


NOSACQ-50
Clima de Seguridad Laboral



Observación en campo





DESIGN THINKING



Inmersión

Empatía que ayuda a entender al público



Análisis

Definir el problema



Pruebas

Refinamiento del producto



Ideas

Generación de ideas



Creación

Prototipado y experimentación



MAPA DE EMPATÍA

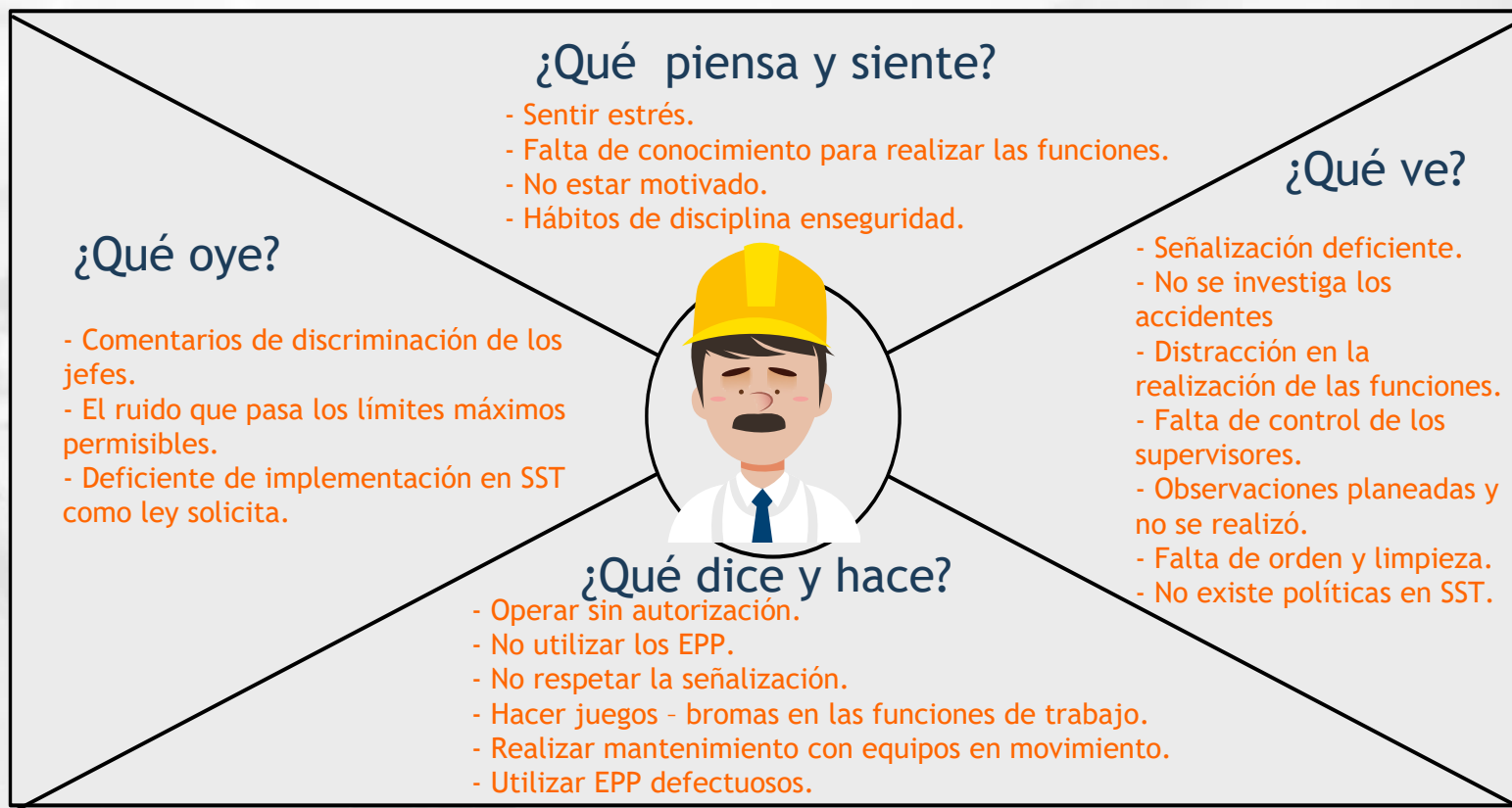


DOLOR

Temores.
Frustraciones.
Obstáculos.

GANAR

Lo que quiere / Lo que necesita.
Medidas de éxito.



¿Cuáles son sus dolores?

- No ser tomados en cuenta por los jefes.
- Tener miedo a que pueda morir.
- Absorber polvo de máquinas.
- Dolor físico por falta de tapones de seguridad.

¿Cuáles son sus necesidades?

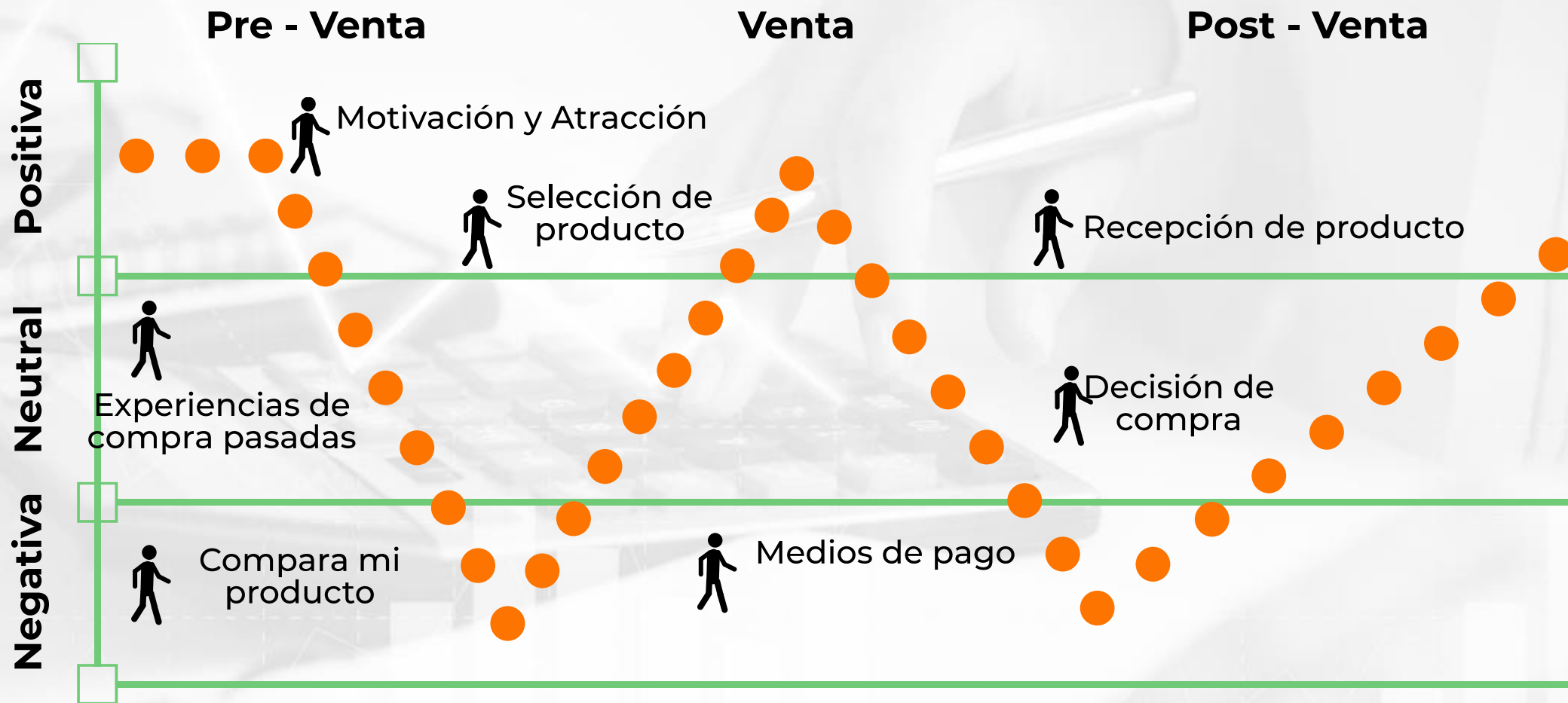
- Que se implemente mejor EPP's de mayor duración.
- Tener capacitaciones en SST, en inducción y entrenamiento.
- Que nos realicen exámenes médicos ocupacionales.

¿Habías escuchado sobre el Journey Map?

Sí es así, ¿qué es?

CUSTOMER JOURNEY

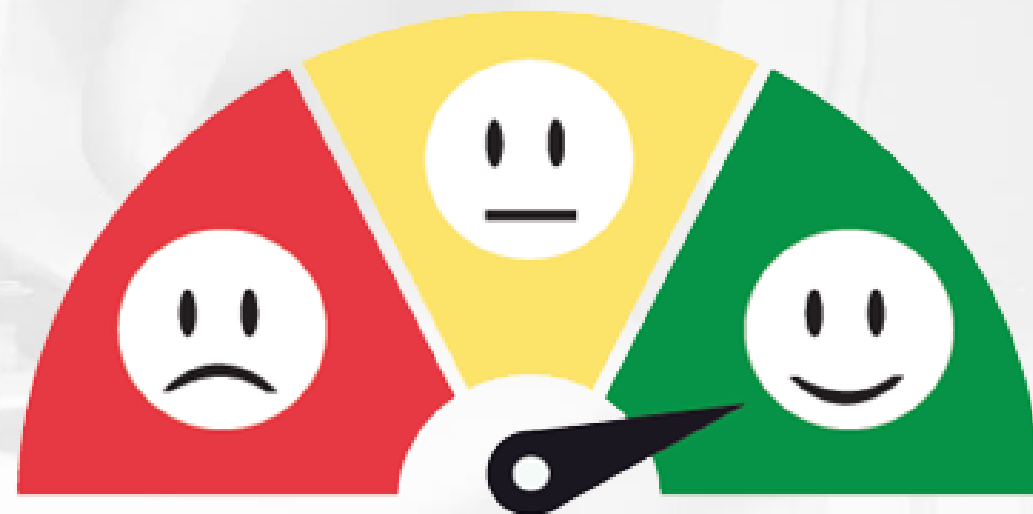




El customer journey map tiene en cuenta tanto los **sentimientos y emociones**, es decir, **la percepción del cliente**, sumada a los factores más **racionales** o medibles del negocio.

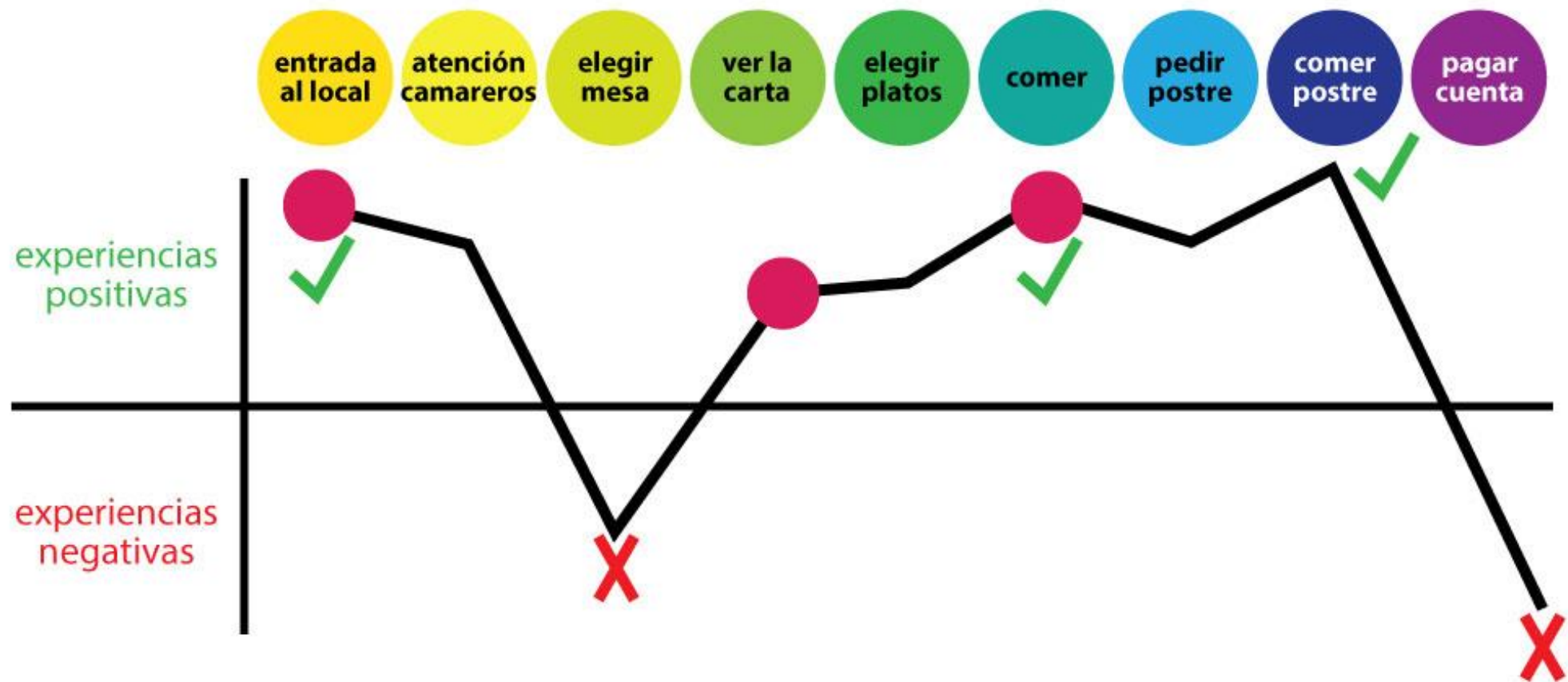


Definir la experiencia de clientes:
Conociendo la experiencia actual es posible identificar los puntos de fuga de cada cliente.

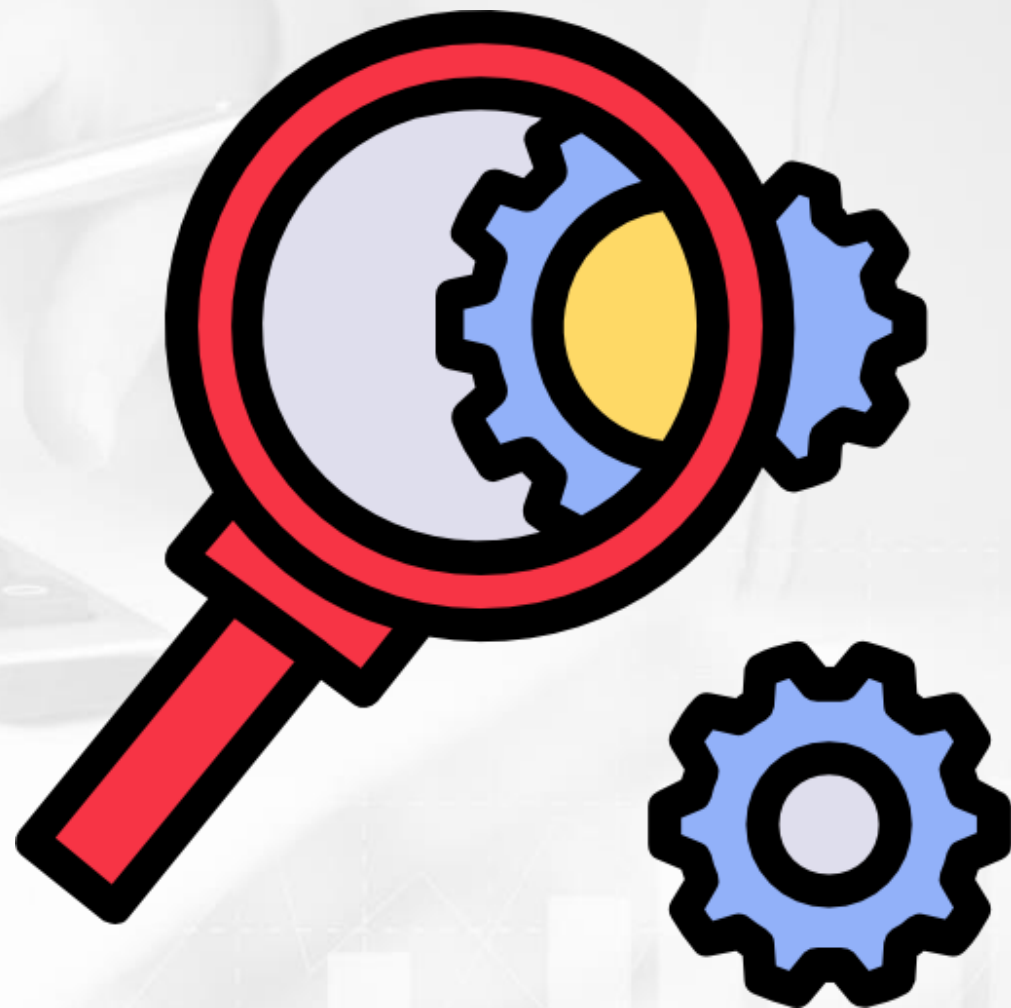


CUSTOMER JOURNEY MAP

Ejemplo: RESTAURANTE



Se analiza cómo se pueden mejorar los puntos negativos y qué está ocurriendo con los críticos.



Identificar al cliente: Ponerse en el lugar de cada persona, para entender las características de uso y la relación que se establece.



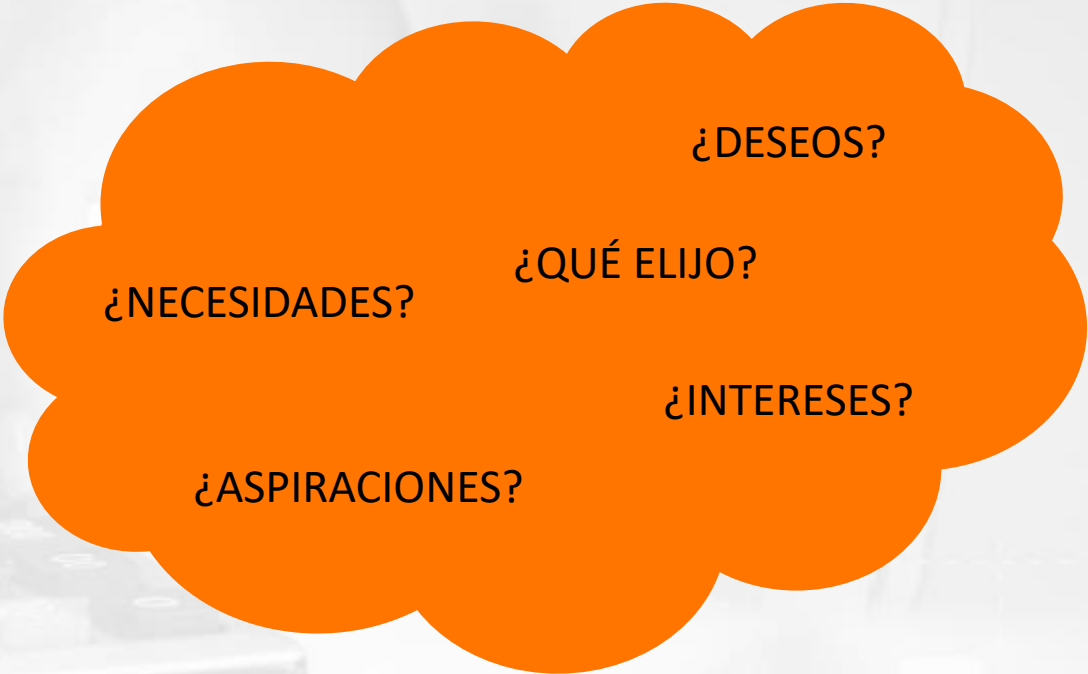
Etapas del vínculo: Conociendo cada una de las etapas que atraviesa un cliente en su proceso de compra, es posible comprender qué siente con cada interacción.

Etapas del comportamiento del consumidor



Identificar la motivación:

Comprender qué es lo que atrae/inquieta/asusta/cautiva al usuario en cada fase de su proceso.



¿DESEOS?
¿QUÉ ELIJO?
¿INTERESES?
¿ASPIRACIONES?
¿NECESIDADES?

Conocer los puntos de contacto: Algunas interrelaciones se repiten en el contacto entre empresa y usuario.



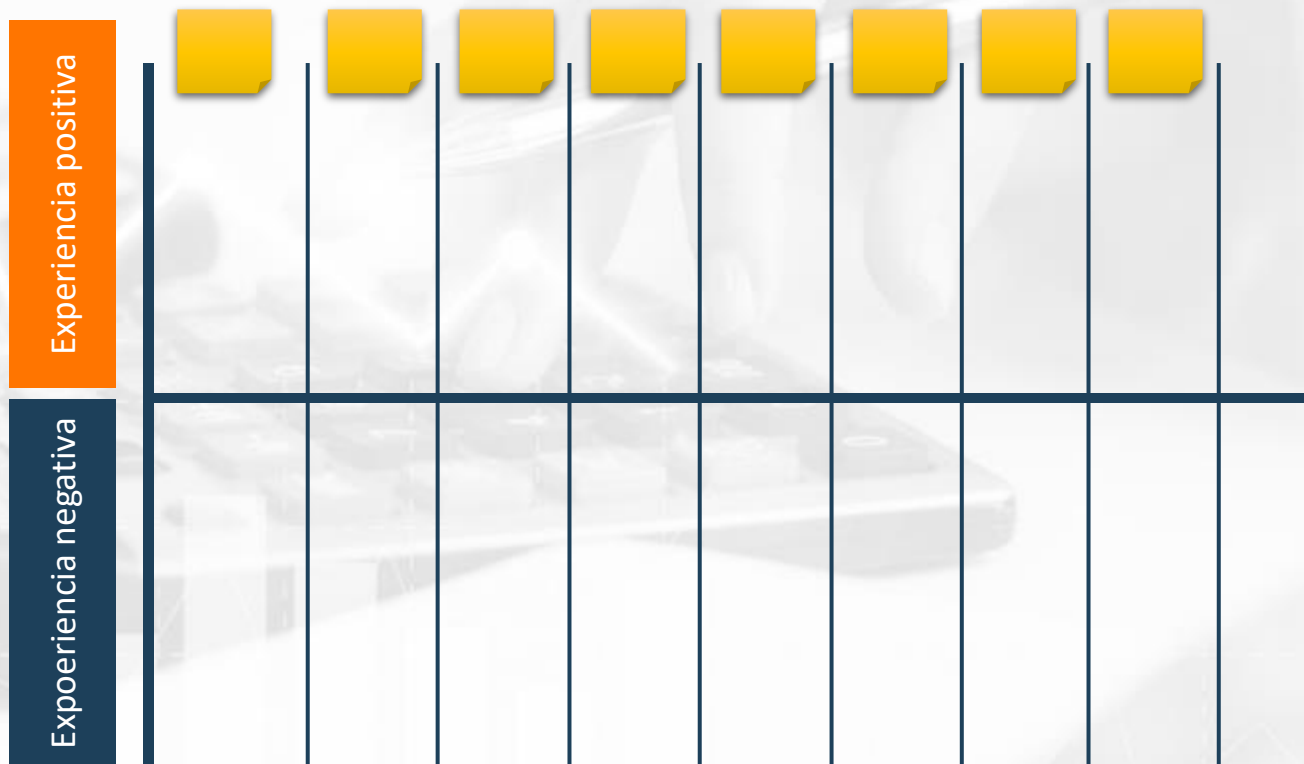
Analizar momentos clave:
¿cuándo el cliente necesita
más ayuda?, ¿qué es lo que le
enfada?, ¿lo que le agrada?...



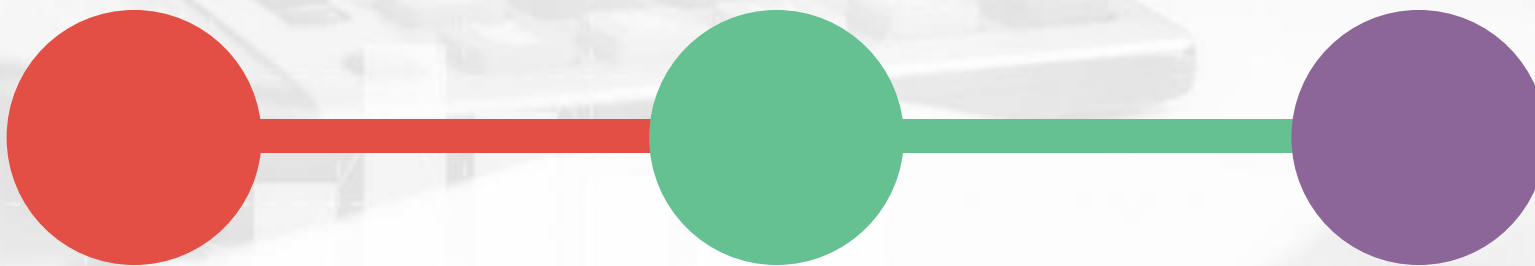
Elementos para elaborar un buen customer journey map

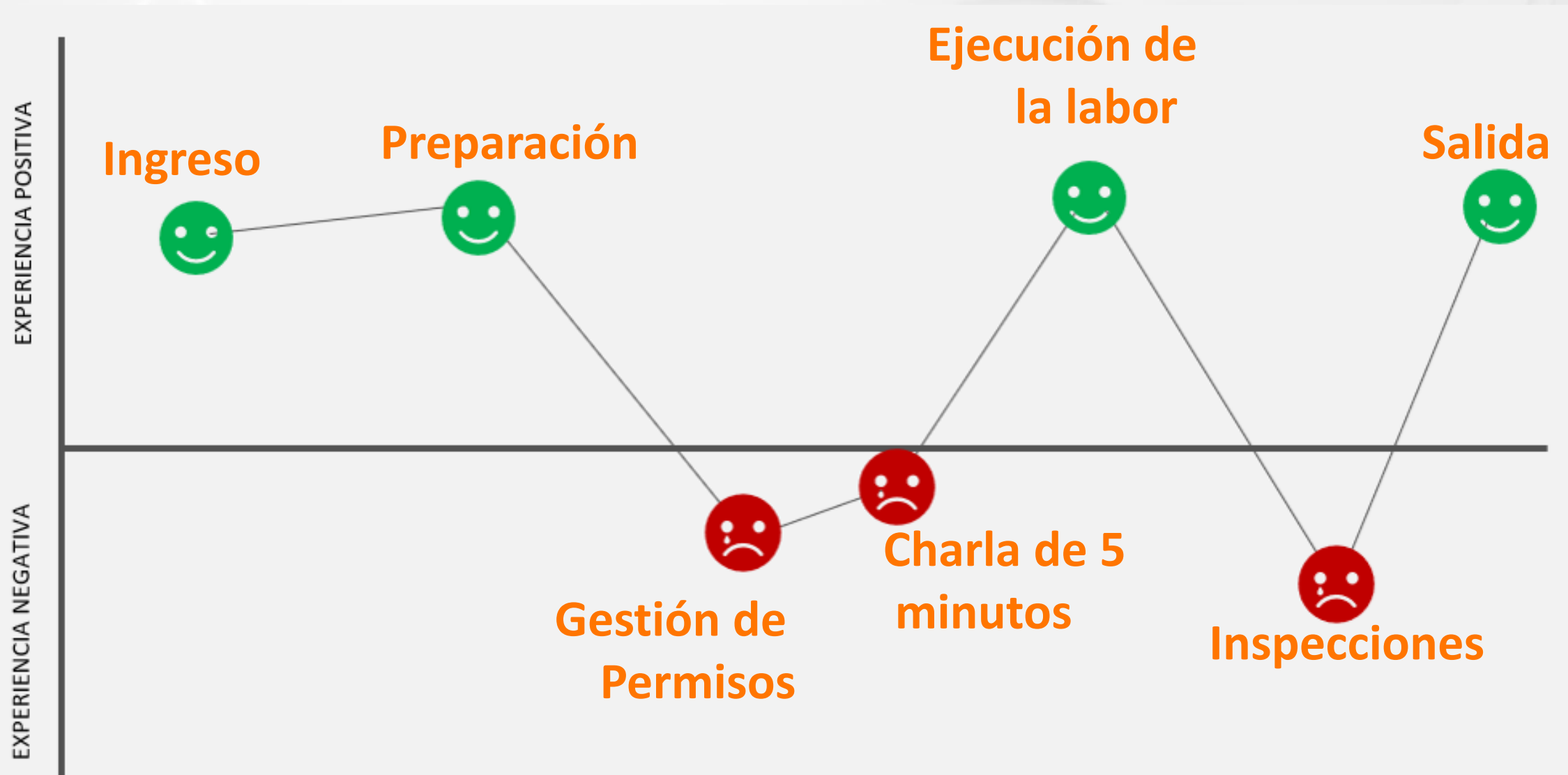
- Personas (mapas de persona de clientes).
- Línea de tiempo (timeline).
- Emociones que sienten los clientes su experiencia de usuario.
- Touchpoints o puntos de contacto (lo veremos en los diagramas)
- Interacciones

Dividir el Proceso en Fases



Otro punto interesante a tener en cuenta, son las tres fases más críticas en cualquier experiencia de usuario: el inicio, el final y lo que más le ha impactado (ya sea bueno o malo).





**¿Journey Map es un método
validado de diagnóstico de cultura
de seguridad?**

Falso

Entrevista

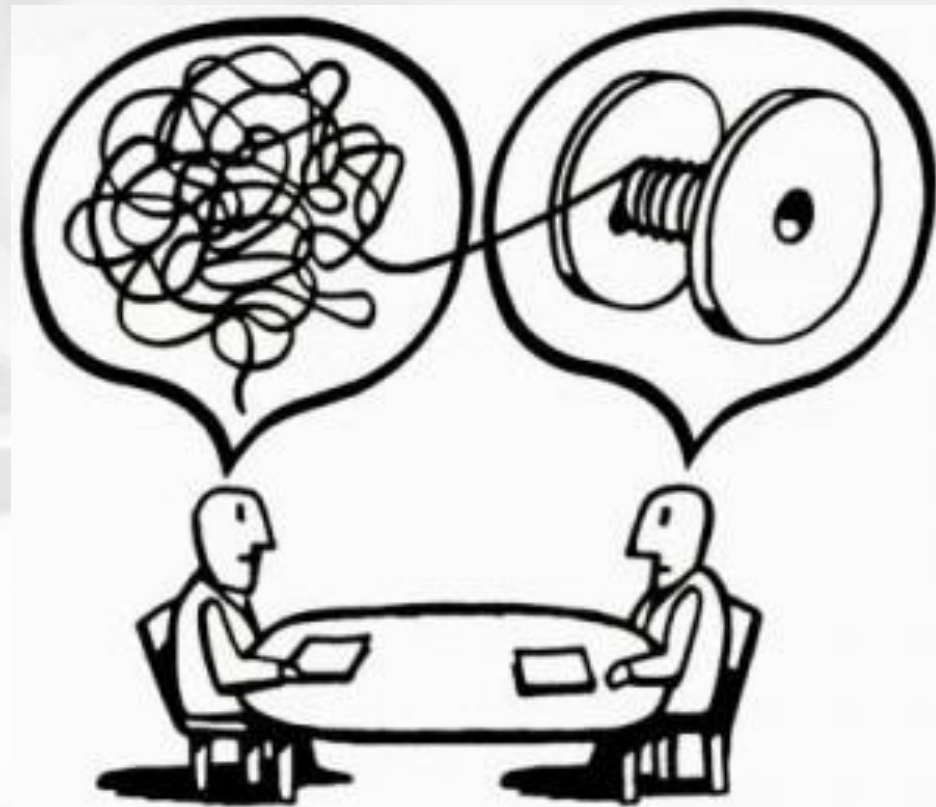




¿Crees que **las entrevistas** de clima de seguridad son más confiables que las encuestas?

Sesgo de PROBING

Cuando el entrevistado no da una respuesta adecuada y el entrevistador busca una respuesta que **parezca más completa y relevante.**



Sesgo de Transcripción

El entrevistador, en lugar de anotar directamente la respuesta, lo que hace es interpretarla.

- Por que no te tatuarias?

Cuando has visto un Ferrari con calcomanías?



Sesgo de Motivación

Actitud de **escasa motivación** que provoca la misma reacción al entrevistado, que responde de cualquier manera.



**¿Las entrevistas pueden reemplazar
a las encuestas en la medición de
clima?**

Falso

Focus Group

Es un método de **investigación de mercado** que tiene la función de analizar y captar feedbacks sobre productos, servicios y campañas de **marketing**.



CÓMO FUNCIONAN LOS **GRUPOS FOCALES**



Definir tema y objetivos



Identificar participantes potenciales



Preparar a un moderador para que guíe las preguntas del grupo de enfoque



Escoger un lugar para el grupo de enfoque



Reclutar de 6 a 12 participantes



Conducir una sesión de 90 a 120 minutos de duración guiada por un moderador capacitado



Analizar la sesión y presentar un reporte minucioso de forma escrita u oral

Sesgo de Contexto

Riesgo de respuesta a lo que socialmente es deseable por **temor a diferir.**



**¿Las encuestas y entrevistas de
clima de seguridad pueden ser
grupales?**

Verdadero

FOCUS GROUP

VENTAJAS

Flexibilidad

Resultados inmediatos

Anima y estimula a los individuos para compartir ideas más abiertamente

Los datos pueden ser combinados con datos cuantitativos para presentar un cuadro mejor del tema

DESVENTAJAS

Dificultad para reclutar participantes ocupados.

Se necesita realizar por lo menos 2 o 3 grupos focales.

La muestra no es representativa para escalarlo.

Dificultad para comparar resultados.

EVALUÉMONOS

SONDEO



PREGUNTAS

1

Pregunta 1

2

Pregunta 2

3

Pregunta 3

CONSULTA

TRAVESÍA 2021

FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA

www.positivatravesia.co

+1.000 Acciones educativas

- ✔ Cursos
- ✔ Seminarios
- ✔ Workshop
- ✔ Talleres
- ✔ Simposios
- ✔ Paneles
- ✔ Congresos
- ✔ Lanzamientos
- ✔ Coloquios





TRAVESÍA 2021
FELICIDAD Y CONCIENCIA POR LA VIDA

RECUERDA QUE POSITIVA — TIENE PARA TI —



www.posipedia.com.co



Cursos
Virtuales



Videos



Cartillas



Juegos digitales



Artículos



Guías



Documentos
técnicos



Enlaces de Interés



Audios



Mailings



Presentaciones
técnicas



Ludo prevención