PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnico apoyo administrativo en salud.
- **Código del Programa de Formación:** 134507
- **Nombre del Proyecto:** contribución a la mejora continua de los procesos de apoyo administrativo en las entidades del sector salud de la zona norte del departamento del cauca
- **Fase del Proyecto:** Planeacion
- **Actividad de Proyecto:** identificar oportunidades de mejora durante el desarrollo de funciones de apoyo administrativo en entidades del sector salud de acuerdo a protocolos institucionales.
- **Competencia:** 230101266 - Orientar personas según normativa de salud
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

587786 - 2. OFRECER INFORMACIÓN AL USUARIO DE ACUERDO CON NECESIDADES Y PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE SALUD

- **Duración de la Guía:** 36 horas

2. PRESENTACIÓN

Un constante cambio es el que debemos como sistema educativo encaminar a nuestros futuros aprendices, ya que la sociedad es cada vez más consciente de lo que es tener ciudadanos saludables con el que podamos contar para que nuestro sistema económico siga en optimas condiciones y teniendo en cuenta que en esta pandemia la cual ha sido un reto para Colombia identificar la necesidad de comprender el marco normativo con sus principios fundamentales, también a travez de un excelente servicio en el cual podamos disminuir esos índices de insatisfacción en las empresas y encausarse con los objetivos que tienen las empresas del secto salud que tenemos en el mercado Colombiano.

La presente guía de aprendizaje tiene el objetivo de realizar un abordaje en las temáticas sobre la estructura del marketing en la población y digital, en en el sector salud para que el aprendiz pueda comprender, anticiparse a las situaciones y terminar siendo un mediador en el servicio de atención al usuario aprendiendo a equilibrar entre lo normativo del sistema y la humanización en salud que tanto se requiere.

¡Bienvenido estimado Aprendiz a este proceso de formación, Exitos!

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN INICIAL



3.1.1 Actividad de Aprendizaje: Identificar fallas en la atención de los servicios de salud

El aprendiz realizara un ejercicio de observación con el cual interiorizara en la imagen cual es el nivel de posible indolencia en el personal de salud por lo que podrá identificar previamente el problema para empezar a encaminarlo a encontrar las causas.

- ¿Qué identificas en la imagen?
- ¿Sientes que-has pasado po una situación parecida?
- ¿Cómo consideras que debería ser tratado el paciente?

Detalles de la Actividad: En su cuaderno el aprediz tomara nosta de estas refleciones para realizar un foro en el que compartiremos nuestras opiniones acerca del Tema.

Materiales: Hojas blancas, cuarderno o libreta, bolígrafo.

Ambiente: Ambiente de formación asignado punto vive digital.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Apreciado Aprendiz, con el desarrollo de las siguientes actividades usted logrará: Investigar las diferentes plataformas estratégicas de las diferentes Entidades de salud para reconocer en el mercado de la salud dentro del sector geográfico en donde se ubica el aprendiz, la aplicación de los diferentes conceptos relacionados con el tema, para asi poder aplicarlo en un trabajo practico y aplicativo en el transcurso de la competencia orientar.

Detalles de la Actividad: En su cuaderno o en documento digital entregaran el cuadro resumen en el que se encuentra la identificación de los diferentes conceptos como mision, visión, objetivos etc.

Materiales: Hojas blancas, cuaderno o libreta, bolígrafo o computador con office para su diligenciamiento.

Ambiente: Ambiente de formación asignado punto vive digital.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

3.3.1 Actividad de Aprendizaje 1: Indentificar las clases de comunicación en el servicio de atención al usuario.

"Definida como el arte y las técnicas para informar, influir y motivar al público sobre temas de salud relevantes desde la perspectiva individual, comunitaria e institucional".

Descripción de la Actividad: Posterior a la explicación sobre los diferentes tipos de comunicación los aprendices actuaran a una dramatización cumpliendo con el protocolo de atención al usuario dependiendo de diferentes situaciones con un usuario pasivo, un usuario activo, un usuario agresivo, un usuario pregunton los cuales pueden presentarse en la vida cotidiana del aprendiz en su etapa productiva.

Después de elaborada la actividad el aprendiz por medio de mesa redonda compartirá sus sensaciones frente a cada situación y reflexionara si respondio de la manera adecuada o no.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: • SE evaluara cada tema posterior a la orientación, reflexión y aplicación de dicho conocimiento. **Evidencias de Desempeño:** • Simulacion de una atención al usuario en las diferentes formas de comunicación. **Evidencias de Producto:** • Entrega de Portafolio de servicios de una entidad de salud con todos los componentes de la plataforma estratégica.	• aplica la plataformaestratégica y estructura de la organización de acuerdo con lineamientos institucionales establecidos • promueve el portafolio de servicios según políticas de la institución. • demuestra actitud de servicio según criterios de empoderamiento institucional. • direcciona a la persona hacia las instancias correspondientes de acuerdo con sus necesidades. • confronta las necesidades del cliente con el portafolio de servicios y la capacidad de respuesta institucional según normatividad • utiliza oportunamente los canales establecidos por la institución para procesar la información de la persona de acuerdo con normas técnicas de calidad.	Lista de chequeo Cuestionario

5. GLOSARIO DE TERMINOS

A

Actitud: a. La actitud es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas. En este sentido, se puede decir que es su forma de ser o el comportamiento de actuar, también puede considerarse como cierta forma de motivación social -de carácter, por tanto, secundario, frente a la motivación biológica, de tipo primario- que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas.

b. Eiser[1] define la actitud de la siguiente forma: predisposición aprendida a responder de un modo consistente a un objeto social.

c. En la Psicología Social, las actitudes constituyen valiosos elementos para la predicción de conductas.[2] Para el mismo autor de la obra fish, la actitud se refiere a un sentimiento a favor o en contra de un objeto social, el cual puede ser una persona, un hecho social, o cualquier producto de la actividad humana.

Análisis de Markov: El análisis de Markov es un procedimiento que se utilizar para describir el comportamiento de un sistema en una situación donde confluyen varias variables, prediciendo los movimientos del sistema entre diferentes posibles estados en un tiempo determinado.

Análisis FODA: También conocido como Matriz o Análisis DOFA o FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

Análisis Interno: Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

Análisis de Tendencias: Parte del análisis estructural de los estados financieros, resulta especialmente útil para el analista, a fin de: conocer con profundidad el negocio de la empresa, comprobar qué partidas consumen porcentajes significativos de recursos económicos, evaluar la evolución del comportamiento de estas partidas, estudiando el comportamiento histórico de la empresa en relación a las mismas

Auditoria de valores: La auditoría interna es una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. En la actualidad, esta área abarca un vasto campo de acción que ha evolucionado a una función de consultoría, concentrada en el control y la mejora en la efectividad de los negocios, y en la neutralización de los riesgos intrínsecos y de entorno.

C

Causalidad: La coocurrencia de dos variables estadísticas correlacionadas.

Carrera profesional: Es el conjunto de comportamientos profesionales, que junto con actividades y aspiraciones confluyen en la trayectoria de cada persona en su vida laboral

Componente cognoscitivo: Para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva de objeto. Está formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre un objeto. En este caso se habla de modelos

actitudinales de expectativa por valor, sobre todo en referencia a los estudios de Fishbein y Ajzen. Los objetos no conocidos o sobre los que no se posee información no pueden generar actitudes. La representación cognoscitiva puede ser vaga o errónea, en el primer caso el afecto relacionado con el objeto tenderá a ser poco intenso; cuando sea errónea no afectará para nada a la intensidad del afecto.

Componente afectivo: Es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia principal con las creencias y las opiniones - que se caracterizan por su componente cognoscitivo -.

Componente conductual: Es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud.

Cuadro de Mando: Se convierte en una herramienta de gestión que permite controlar, mediante indicadores, el cumplimiento de la estrategia desarrollada por el equipo de gobierno, a la vez que permite tomar decisiones rápidas y acertadas para alcanzar los objetivos que figuran en el plan estratégico.

D

Demanda: Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Diversificación: Se conoce como diversificación al proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios. Existen dos tipos de diversificación dependiendo de si existe algún tipo de relación entre los negocios antiguos y nuevos de la compañía. El motivo por el que las compañías se diversifican es la búsqueda de sinergias o una reducción del riesgo global de la empresa. La diversificación es una de las cuatro estrategias de mercado definidas en la matriz de Ansoff.

E

Eficacia; Capacidad de cumplir los objetivos marcados.

Eficiencia: Es la cantidad mínima de inputs (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.) para obtener un nivel dado de outputs (ganancias, objetivos cumplidos, productos

Egresos: Es la cantidad mínima de inputs (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.) para obtener un nivel dado de outputs (ganancias, objetivos cumplidos, productos

Empleado: Es la cantidad mínima de inputs (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.) para obtener un nivel dado de outputs (ganancias, objetivos cumplidos, productos

Empresa: Es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones

Estrategia: Es la búsqueda deliberada por un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de un negocio, y la multiplique". Muchas de las definiciones modernas hacen énfasis en la necesidad de una empresa de tener una ventaja competitiva, que la distinga de las demás. Según Michael Porter, la estrategia competitiva trata sobre "Ser diferente. Es decir, seleccionar una serie de actividades distinta a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor

Establecimiento: (De 25 a 45 años). Es una etapa en la que se define el curriculum profesional de la persona a través de las diversas experiencias profesionales por las que pasa. El Plan de carreras profesionales debe ayudar a que la trayectoria de todo aquel que entre en "carrera" sea trayectoria de ganador, es decir, que cada experiencia haya supuesto un ensayo y un avance. Estos ciclos se sitúan entre 3 y 5 años.

G

Gerente: Persona que dirige, gestiona o administra una empresa o sociedad mercantil.

Gestión Cultural: Es una gran herramienta a la hora de gestionar y administrar un espacio, proyecto o servicio cultural, pues permite diseñar, planificar e implementar las acciones necesarias para darle vida como tal y potenciar su desarrollo en el tiempo.

Gestionar: Del latín gestĭo, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

H

Habilidad: Es la aptitud innata, talento, destreza que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio.

Humanos: Entes sociales, capaces de concebir, transmitir y aprender conceptos totalmente abstractos.

I

Indicadores: Es un dato estadístico sobre la economía que permite el análisis de la situación y rendimiento económico pasado y presente así como realizar pronósticos para el futuro.

M

Mapas Estratégicos: Un Mapa estratégico es una representación gráfica y simplificada de la estrategia de una organización que le ayuda a saber qué es y a dónde ha de conducirse en el futuro, permiten entender la coherencia entre los objetivos estratégicos y visualizar de forma gráfica la estrategia. Permiten entender la coherencia entre los objetivos estratégicos y visualizar la estrategia de forma gráfica.

Es un elemento base para la construcción del Cuadro de Mando Integral porque ayuda a interconectar las piezas que normalmente parecen descoordinadas en las organizaciones para adecuar el comportamiento de las personas a la estrategia empresarial, proporcionan una representación visual de los objetivos fundamentales de una empresa y las relaciones cruciales entre ellos que impulsan el desempeño de la organización.

Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

O

Oferta:

Es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

Organización: Son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.

P

Plan Estratégico: Es un documento en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental, deportiva,...) reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años (por lo general, 3 años).

Aunque en muchos contextos se suelen utilizar indistintamente los conceptos de plan director y plan estratégico, la definición estricta de plan estratégico indica que éste debe marcar las directrices y el comportamiento para que una organización alcance las aspiraciones que ha plasmado en su plan director.

Por tanto, y en contraposición al plan director, un plan estratégico es cuantitativo, manifiesto y temporal. Es cuantitativo porque indica los objetivos numéricos de la compañía. Es manifiesto porque especifica unas políticas y unas líneas de actuación para conseguir esos objetivos. Finalmente, es temporal porque establece unos intervalos de tiempo, concretos y explícitos, que deben ser cumplidos por la organización para que la puesta en práctica del plan sea exitosa.

Procesos: Son verdades fundamentales de aplicación general que sirven como guías para optimizar la toma de decisiones y la acción administrativa.

Producto: Del latín productus, se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido).

El Producto es a algo que se ofrece a un Mercado para ser adquirido y satisfacer un deseo o necesidad.

R

Recurso Humano: Se le llama así; al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la función o gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto —los profesionales en Recursos Humanos— junto a los directivos de la organización.

Recursos: Un recurso es una fuente o suministro del cual se produce un beneficio. Normalmente, los recursos son material u otros activos que son transformados para producir beneficio y en el proceso pueden ser consumidos o no estar más disponibles.

Relaciones humanas: Es el nombre dado al conjunto de interacciones que se da en los individuos de una sociedad, la cual tiene grados de órdenes jerárquicos. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad, gracias a la comunicación, que puede ser de diversos tipos: visual o comunicación no verbal, lenguaje icónico o lenguaje de las imágenes, que incluye no sólo la apariencia física, imagen corporal sino también los movimientos, las señales, lingüística, chat, comunicación oral, afectiva y, también, los lenguajes creados a partir del desarrollo de las sociedades complejas: lenguaje político, económico, gestual, etc.

Trabajo: Esfuerzo personal para la producción y comercialización de bienes y/o servicios con un fin económico, que origina un pago en dinero o cualquier otra forma de retribución. Es una parte o etapa de una obra de un proyecto para la formación de un bien de capital

Trabajo por Contrato: Este grupo de empleados por lo general tiene habilidades con menos valor estratégico y están disponibles para todas las empresas (como trabajadores de oficina, de mantenimiento y personas de contabilidad y de recursos humanos).

V

Valor agregado: Es un concepto, de uso en la economía, finanzas, contabilidad, etc, con dos sentidos: Desde el punto de vista contable es la diferencia entre el importe de las ventas y el de las compras. Es decir, la diferencia entre precios de mercado y costes de producción. A nivel empresarial - de Análisis de coste-beneficio- esto es la diferencia entre el ingreso de una empresa y los costos de materia prima y el capital fijo y variable. (ver Finanzas Corporativas`)

Visión: Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización.

La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

Cartilla de seguridad social y pensiones, Bogotá, Legis, 2019.

YOUNES JEREZ, Simon, Estado social de derecho: Estructura crítica y prospectiva, Bogotá, Universidad Autónoma de Colombia, 2005.

CONSTITUCION POLÍTICA DE COLOMBIA 1991: En ejercicio de su poder soberano, asegura a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente

LEY 100 DE 1993: Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.

LEY 1122 DEL 2006: Por la cual se hacen algunas modificaciones en el sistema general de seguridad social en salud y se dictan otras disposiciones.

LEY 1438 DEL 2011: Por medio de la cual se reforma el sistema general de seguridad social en salud y se dictan otras disposiciones.

LEY 1751 DEL2015 ESTATUTARIA: Por medio de la cual se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones: Por medio de la cual se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones.

RESOLUCIÓN 429 DE 2016: Por medio de la cual se adopta la Política de Atención Integral en Salud.

LEY 715 DEL 2001: Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de recursos y competencias de conformidad con los artículos 151, 288, 356 y 357 (acto legislativo 01 de 2001) de la constitución política y se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de los servicios de educación y salud, entre otros.

DECRETO 1683 DEL 2013: Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la ley 1438 sobre portabilidad nacional en el sistema general de seguridad social en salud.

CIRCULAR 024 DEL 2008: Aportes al sistema de seguridad social de las madres comunitarias del programa de hogares comunitarios del instituto colombiano de bienestar familiar –ICBF–

RESOLUCION 794 DEL 2016: Por la cual se adopta el formulario único de afiliación y registro de novedades al sistema general de seguridad social en salud

DECRETO 780 DEL 2016: Compila y simplifica todas las normas reglamentarias preexistentes en el sector de la salud.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Yenny Carolina Mera Trochez	Instructor	Salud	Octubre, 2021

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

El empleo es de todos

Mintrabajo

COMPETENCIA: 230101266 ORIENTAR PERSONAS SEGÚN NORMATIVA DE SALUD.

Instructor Red de Salud: Carolina Mera

SENA

RESULTADO:
2. Ofrecer Información Al Usuario De Acuerdo Con Necesidades Y Portafolio De Servicios De Salud

COMUNICACIÓN:

- ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN
- TIPOS DE COMUNICACIÓN
- ASERTIVIDAD
- EMPATÍA Y ESCUCHA
- TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN
- PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN TELEFÓNICA, VIRTUAL Y PRESENCIAL





- MANEJO Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS
- TRABAJO EN EQUIPO
- AUTOESTIMA
- AUTONOMÍA
- IMAGEN PERSONAL
- ETIQUETA Y PROTOCOLO
- RELACIONES INTERPERSONALES
- LIDERAZGO Y TOMA DE DECISIONES



COMUNICACIÓN:

La comunicación actúa en dos direcciones, de ida y de vuelta: alguien emite un mensaje, otra persona lo recibe, lo hace suyo y reacciona transmitiendo al emisor inicial el resultado o las consecuencias provocadas por el mensaje. La información, en cambio, actúa en una única dirección.

La diferencia fundamental entre información y comunicación se encuentra en la respuesta *(feedback)* que ofrecen los interlocutores cuando reciben el mensaje: mientras que la información no precisa *feedback*, la comunicación sí que lo necesita para poder establecerse.

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN:

En todo proceso de comunicación ya sea oral o escrito intervienen una serie de elementos indispensables:

Emisor
Es la persona que transmite el mensaje, la información. Es quien inicia el proceso de comunicación y establece el objetivo a alcanzar.

Receptor
Es el sujeto a quien el emisor dirige el mensaje, el destinatario de la información.

Mensaje
Es el contenido de la comunicación, la información que se transmite.

Feedback
Es la respuesta del receptor en función del mensaje del emisor. Esta respuesta permite al emisor saber si su mensaje ha sido recibido y procesado adecuadamente.

Contexto
Es la situación o circunstancias en que se produce la comunicación.

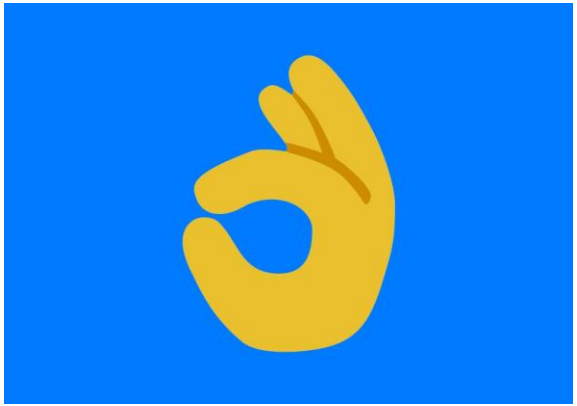
Canal
Es el medio físico a través del cual se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor. Por ejemplo, las ondas acústicas en un diálogo, un papel que contiene la información, etc.

Código
Es el conjunto de señales, normas o símbolos que sirven para transmitir el mensaje. Para que exista comunicación tanto el emisor como el receptor han de conocer el código utilizado. Ejemplos de códigos pueden ser el alfabeto, el idioma, el código de circulación, etc.

OK = ESTA BIEN

0 = CERO

KILL=MATAR



EJERCICIO EN CLASE # 1:

Identifica los sgtes elementos
Emisor
Receptor
Codigo
Canal
Mensaje
FeedBack
Contexto



SOLUCION EJERCICIO EN CLASE # 1:



EJERCICIO EN CLASE #2:

Determina, en cada una de las siguientes situaciones, qué elementos intervienen en el proceso de comunicación:







a) Alejandro está tomando un café con Luisa y le dice: «Mañana tenemos una reunión a las diez y media».

b) La misma situación, pero mediante correo electrónico desde su casa.

c) Javier va conduciendo su coche cuando una agente de policía que se encuentra en el arcén le indica que se detenga.

EJERCICIO EN CLASE #3:

. Copia en tu cuaderno los siguientes puntos desordenados y numéralos según el orden que deben tener en un proceso de comunicación:

- Al cruzarse con un peatón, José le consulta cómo llegar al centro de la ciudad.
- José necesita llegar al centro de la ciudad a la que acaba de llegar en viaje de negocios y que no conoce.
- El peatón indica el camino a José.
- José elabora mentalmente la pregunta que hará.
- El peatón escucha a José y piensa en la respuesta adecuada.

TIPOS DE COMUNICACIÓN:

La comunicación se puede clasificar atendiendo a diferentes criterios. El mas habitual es aquel que diferencia en función de la forma en que el mensaje es trasmitido y recibido (comunicion verbal/no verbal), pero tambien existen otros criterios.

Comunicación verbal		Comunicación no verbal
Cuando la transmisión del mensaje se realiza a través de la palabra.		Es el conjunto de todos los mensajes que se transmiten de forma paralela o independiente al uso de las palabras.
Comunicación oral, cuando se utiliza la palabra hablada.	Comunicación escrita, cuando se realiza a través de un texto.	

Comunicación individual	Comunicación colectiva
Cuando el mensaje parte de un solo emisor a un único receptor.	Aquella en la que existen varios emisores y/o varios receptores.

Tipos De Comunicación:

Comunicación directa	Comunicación diferida
Cuando el mensaje llega al receptor en el mismo momento en que el emisor lo transmite.	Cuando el mensaje llega al receptor en un momento posterior al de su emisión.
Comunicación interna	**Comunicación externa**
Es la que se establece entre los miembros de una misma empresa.	Es la que se produce entre los miembros de una empresa y otras personas ajenas a la misma.

Ejercicio en clase # 4:

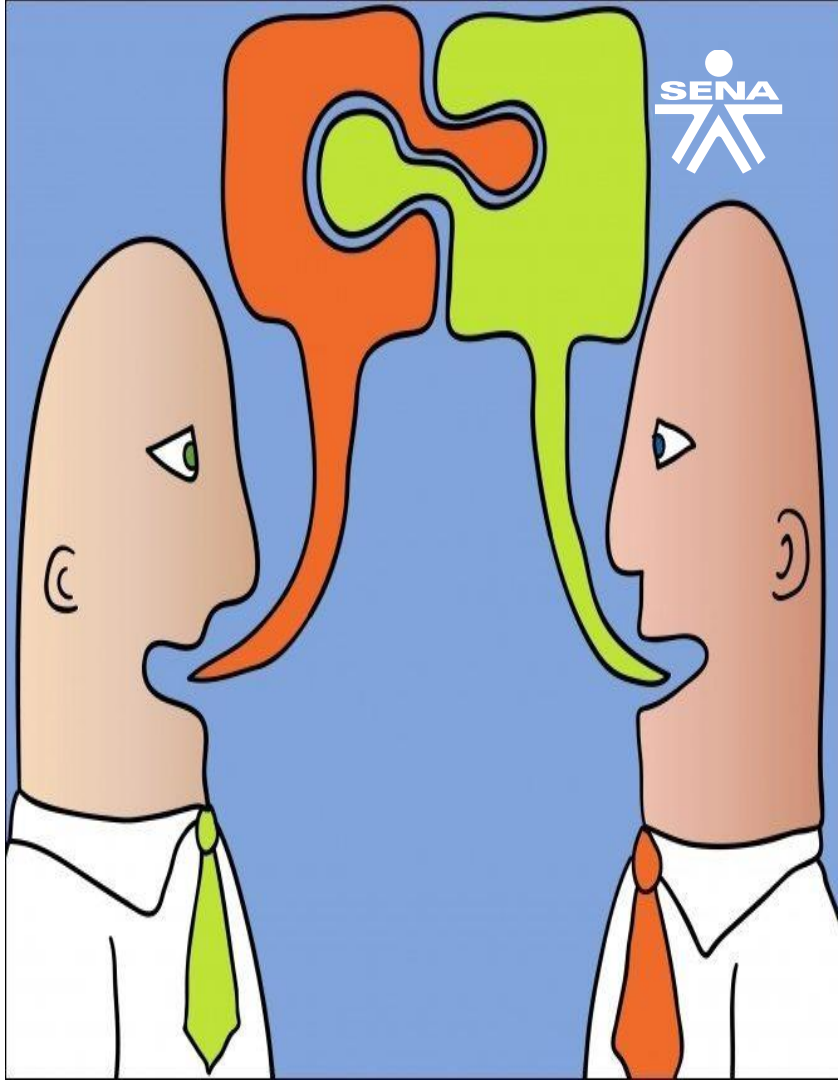
Comunicación									
	Verbal		No verbal	Individual	Colectiva	Directa	Diferida	Interna	Externa
	Oral	Escrita							
1. La jefa del departamento de recursos humanos coloca un aviso en el tablón de anuncios para transmitir un mensaje a los trabajadores.		X			X		X	X	
2. Un administrativo en la sección de ventas telefonea al administrativo de la sección de compras de otra empresa para ofrecerle un presupuesto.	X			X		X			X
3. El portero del edificio levanta la cabeza y saluda a los empleados que se incorporan a su puesto por la mañana con un gesto.			X		X	X		X	
4. El director general envía un SMS a los empleados de la empresa para felicitarles por las fiestas.		X			X			X	

Qué es la Asertividad

La asertividad **es una habilidad social** que poseen ciertos individuos de comunicar y defender sus propios derechos e ideas de manera adecuada y respetando las de los demás.

La asertidad es una aptitud que le permite a la persona comunicar su punto de vista desde el equilibrio entre un estilo agresivo y un estilo pasivo de comunicación.

La palabra asertividad viene del latín *assertus*, que denota una afirmación sobre la certeza de algo.



Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es una forma de expresar lo que se piensa o quiere de manera clara y respetuosa, considerando la existencia de otros puntos de vista y sin ser agresivo o pasivo.

La comunicación con asertividad es clara, objetiva, transparente y honesta, este tipo de comunicación posee varias ventajas entre las que destacan:

- Mejora la capacidad de expresión e imagen social.
- Fomenta el respeto por las otras personas.
- Facilita la comunicación.
- Mejora la capacidad de negociación.
- Ayuda a resolver las controversias.



EMPATIA

La **empatía** es la **intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo**. La palabra empatía es de origen griego *“empátheia”* que significa “emocionado”.

La empatía hace que las personas se ayuden entre sí. Está estrechamente relacionada con el altruismo - el amor y preocupación por los demás - y la capacidad de ayudar.

Cuando un individuo consigue sentir el dolor o el sufrimiento de los demás poniéndose en su lugar, despierta el deseo de ayudar y actuar siguiendo los principios morales.

La capacidad de ponerse en el lugar del otro, que se desarrolla a través de la empatía, ayuda a comprender mejor el comportamiento en determinadas circunstancias y la forma como el otro toma las decisiones.

EMPATIA



La persona empática se caracteriza por tener afinidades e identificarse con otra persona. Es saber escuchar a los demás, entender sus problemas y emociones. Cuando alguien dice "hubo una empatía inmediata entre nosotros", quiere decir que hubo una gran conexión, una identificación inmediata.

La empatía es lo opuesto de antipatía ya que el contacto con la otra persona genera placer, alegría y satisfacción. La empatía es una actitud positiva que permite establecer relaciones saludables, generando una mejor convivencia entre los individuos.

Empatía y asertividad:

En primer lugar, la asertividad es expresar en el momento propicio, y de manera apropiada las ideas y sensaciones tanto positivas como negativas en relación a una situación.

Por lo tanto, la empatía y asertividad son habilidades de la comunicación que permiten una mejor adaptación social, a pesar de que ambas habilidades presentan diferencias.

El individuo asertivo defiende sus propias convicciones, en cambio el individuo empático entiende las convicciones de las demás personas. A pesar de ello, se debe de respetar y tolerar todas las ideas que surgen en la discusión con respecto a una situación determinada.

TIPOS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA

Comunicación Formal: Trata únicamente temas de trabajo. Se basa en ciertas reglas organizacionales regidas por la posición del colaborador dentro de la empresa.

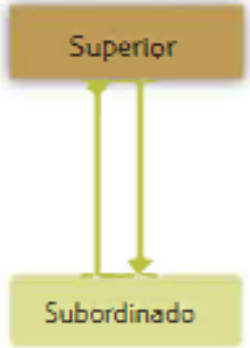
Comunicación Informal: Se genera de manera natural para resolver algún problema comunicativo que surja de manera instantánea en el trabajo. El colaborador no necesita seguir ningún protocolo formal.

Comunicación Vertical: Son mensajes transmitidos por los colaboradores hacia los directivos de la organización. Pueden ser sugerencias o inconformidades.

Comunicación Horizontal: Se desarrolla por parte de los directivos de la organización hacia los colaboradores. Pueden ser entrevistas o conferencias.

TIPOS COMUNICACIÓN EFECTIVA

Comunicación Vertical: Son mensajes transmitidos por los colaboradores hacia los directivos de la organización. Pueden ser sugerencias o inconformidades.



Comunicación Horizontal: Se desarrolla por parte de los directivos de la organización hacia los colaboradores. Pueden ser entrevistas o conferencias.



Técnicas de comunicación efectiva verbal

- **Cuidar las palabras:** Las ideas emitidas deben ser claras por medio de palabras entendibles y coherentes para evitar posibles interpretaciones.

- **Cuidar el tono y volúmen de voz:** Se debe mantener un nivel de voz acorde a la situación en la que se encuentre el emisor.

- **Ofrecer una comunicación constructiva:** Debe generarse el intercambio de ideas objetivas, ya que esto incrementa las posibilidades de obtener un diálogo positivo.

- **Manejar un nivel emocional adecuado:** Se deben controlar adecuadamente las emociones, sentimientos y pensamientos que se generen durante la conversación para no perder el objetivo principal del diálogo.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA NO VERBAL

Cuidar el lenguaje corporal: Este punto implica que, tanto los movimientos del cuerpo como la postura del mismo, deben apoyar y enriquecer las ideas que se están comunicando o escuchando.

Cuidar el contacto visual: La mirada es una de las mayores expresiones del cuerpo. Mantener un contacto visual muestra interés y seguridad hacia la otra persona.

Cuidar los gestos de la cara: La gesticulación es una de las expresiones más directas de comunicación. Evitar hacer algún gesto negativo ayuda a no alterar el objetivo central de la conversación.

Escuchar activamente: Es importante ser empático con el receptor a pesar de no estar de acuerdo con su punto de vista. Se debe entender su perspectiva y escucharlo sin pensar en cómo argumentar.

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

Analicemos el protocolo de la siguiente Empresa de Prestación de Servicios o EPS.

GO! Vamos al documento…

TELEFÓNICA, VIRTUAL Y PRESENCIAL

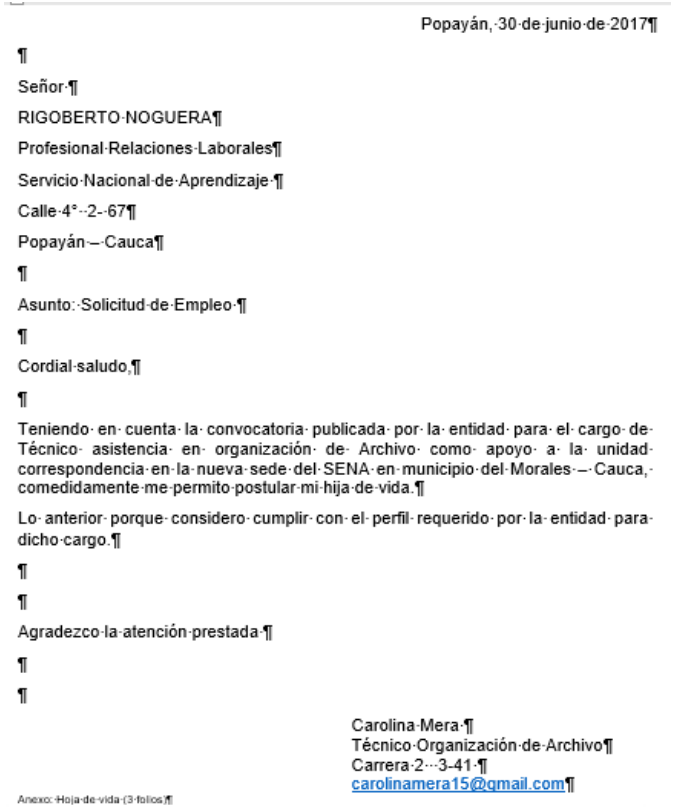
ASMET SALUD EPS

...cuida la salud de mi familia!

IMPRESO CONTROLADO

MANUAL "PROTOCOLO" DE ATENCIÓN AL USUARIO

Plantilla o Formato Comunicación:



Popayán, 30 de junio de 2017

Señor
RIGOBERTO NOGUERA
Profesional Relaciones Laborales
Servicio Nacional de Aprendizaje
Calle 4° - 2 - 67
Popayán – Cauca

Asunto: Solicitud de Empleo

Cordial saludo,

Teniendo en cuenta la convocatoria publicada por la entidad para el cargo de Técnico asistencia en organización de Archivo como apoyo a la unidad correspondencia en la nueva sede del SENA en municipio del Morales – Cauca, comedidamente me permito postular mi hija de vida.

Lo anterior porque considero cumplir con el perfil requerido por la entidad para dicho cargo.

Agradezco la atención prestada

Carolina Mera
Técnico Organización de Archivo
Carrera 2 - 3-41
carolinamera15@gmail.com

Anexo: Hoja de vida (3 folios)

Fecha: Ciudad, día mes año.

(Dr Dra Sr Sra Ing)
Nombre a quien se dirige la comunicación en mayúsculas
Cargo de la personas
Empresa que pertenece
Dirección de la empresa
Ciudad de la empresa

Asunto:

Saludos

Cuerpo del mensaje

Despedida,

Firma y nombre
Cargo
Correo
Teléfono empresarial

Plantilla o Formato Correo Electrónico:

Fecha: Ciudad, día mes año.

Saludos

Cuerpo del mensaje

Despedida,

Firma

Cargo

Correo

Telefono empresarial



Ejercicio en clase # 5:

1. Redacta una carta (**alcalde del mcpio)**: CUERPO DEL MENSAJE: BREVE RESUMEN DE ASERTIVIDAD Y EMPATIA.
2. Redacta un correo electrónico a tu jefe inmediato (para el presente ejemplo al Instructor) CUERPO DEL MENSAJE: BREVE RESUMEN DE TIPOS DE COMUNICACION.
3. Redacta un correo electrónico a tu(s) compañeros de trabajo (para el presente ejemplo a los compañeros de clase) CUERPO DEL MENSAJE: BREVE RESUMEN DE LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN.
4. **Practica el protocolo para recibir una llamada telefónica de:**

- **Jefe inmediato (para el presente ejemplo al Instructor)**
- **Compañero trabajo**
- **Usuario de la entidad en la que trabajas.**



G R A C I A S

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co