PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en elaboración de artesanías con tejido étnico en el Municipio de **Tambo** (Cauca).
- **Código del Programa de Formación:** 02000105 V2
- **Nombre del Proyecto:** N/A
- **Fase del Proyecto:** N/A
- **Actividad de Proyecto:** N/A
- **Competencia:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- **Resultados de Aprendizaje:** Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno. Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.
- **Duración de la Guía:** 16 horas

2. PRESENTACIÓN

Apreciados aprendices

Antes de dar inicio a la presentación de esta guía quiero rescatar el texto de la Universidad Nacional en el área de formulación de proyectos culturales que literalmente dice:

A través de nuestra vida construimos en nosotros y en el medio acciones que van sucediéndose como elementos que cambian, modifican o hacen permanecer lo que deseamos. Las ideas se arman y desarman entre un respiro y otro. Así como llegan también se van. Pasamos por períodos creativos o de transición. Nuestras ideas muchas veces no logran llegar a un lugar seguro donde pueden crecer y desarrollarse. Pasan, se olvidan, nos justificamos o nos desmotivamos. Pero cuando a esas ideas las intencionados y le damos la energía necesaria, se arman y crecen en ese lugar inmediato, como también en aquellos que nunca hubiésemos pensado o imaginado. Una idea sin un objetivo que la impulse no tiene sentido.

Estimado aprendiz, en este maravilloso mundo de aprendizaje que el SENA y el programa Sena Emprende Rural (SER) ofrece, en esta guía de aprendizaje denominada *Guía A1*: “Identidad Corporativa” del programa de formación ***Emprendedor en Elaboración de Artesanías con Tejido Étnico***, se desarrollan conceptos relacionados con una herramienta imprescindible para analizar y crear nuestra empresa, la cual permitirá tener una visión general de nuestra unidad productiva, mediante los principales aspectos que involucran al negocio el cual gira entorno a la propuesta de valor que busca satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficiente. La identidad corporativa nos permite tener un amplio conocimiento de todos y cada uno de los elementos a tener en cuenta a la hora de consolidar la empresa.

¡Bienvenido y muchos éxitos!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Con el fin de desarrollar las diferentes actividades propuestas para el desarrollo de la presente guía, primero lea completamente el Material de Formación E1: Identidad Corporativa, posteriormente desarrolle el Taller E1 que comprende las siguientes

actividades:

- ✓ **Actividades de Reflexión inicial:**

Con el propósito abordar esta temática, se definen los conceptos generales de Nombre, logo, slogan, Misión, Visión y Valores Corporativos en la sección reflexión inicial

- ✓ **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesariospara el aprendizaje:**

Con el fin de desarrollar esta segunda actividad en el mismo Taller E1 enla sección contextualización, se complementa un cuestionario de 5 preguntas donde se selecciona la opción correcta, siguiendo las indicaciones que en el mismo aparece, teniendo en cuenta el material de formación E1: Identidad Corporativa

- ✓ **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización yTeorización):**

Para realizar esta sección de la actividad de aprendizaje, se determina el listado de materiaprima utilizados para la elaboración de un producto de la unidad productiva. Tener en cuentael material de formación E1: Identidad Corporativa.

- ✓ **Actividades de transferencia de conocimiento:**

Para realizar esta actividad de aprendizaje, continua con el Taller E1 sección transferencia del conocimiento, con el fin de aplicar los conceptos aprendidos se crea la Unidad Productiva con el nombre, logo, slogan, Misión, Visión y Valores Corporativos.

- **Ambiente Requerido**: salón adecuado con mesa, sillas, iluminación, acceso a internet.
- **Materiales:** cartulina, marcadores de colores, lápiz, lapicero, regla, documentos guía de aprendizaje,material de formación, taller, video.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Taller E1. Taller E1. (Contextualización) Dar respuesta al cuestionario de la actividad de reflexión y de contextualización en el desarrollo de la temática "Identidad Corporativa"	Identifica los conceptos relacionados con la Identidad Corporativa.	**Técnica de evaluación:** Formulación depreguntas. **Instrumento de Evaluación:** Lista dechequeo
Evidencias de Desempeño: Taller E1. Taller E1.(Apropiación). Desarrollo de los contenidos temáticos sobre la Identidad Corporativa identificando cada uno de los elementos que la conforman	Desarrolla actividades que fomentan la creatividad e identifica los conceptos asociados a cada uno de los elementos que componen la unidad productiva.	**Técnica de evaluación:** Elaboración de propuestas para definir elementos importantes de la Identidad Corporativa. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo.
Evidencias de Producto: Taller E1. Taller E1. (Transferencia) Desarrollo de propuestas para establecer la identidad corporativa de la Unidad Productiva	Desarrolla un proceso derrotero de ideas para establecer la identidad corporativa de la unidad productiva.	**Técnica de evaluación:** Lluvia de ideas. **Instrumento deEvaluación:** Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **IDENTIDAD CORPORATIVA:** Es la razón de ser de la empresa, es decir, quién es, qué hace y cómo lo hace, y constituye el eje, en torno al cual, gira la existencia de lapropia compañía.
2. **IMAGEN CORPORATIVA:** es el reflejo de sus valores, ideales, cultura, comunicación, metodología, estrategias y la cara externa de lo anterior.
3. **NOMBRE:** El nombre de tu Unidad Productiva es tu marca y los clientes te conocerán por tus productos o tus servicios, o como trabajas, pero te recordarán por tu marca
4. **LOGOTIPO, ISOTIPO, IMAGOTIPO E ISOLOGO:** son representaciones gráficas de nuestra marca y la elección de uno u otro solo radica en un gusto personal o de cómo se construya la propia marca
5. **LOGOTIPO:** es la palabra que más usamos para definir la representación gráfica de

una marca, pero no siempre es la más acertada. El logotipo es cuando solo se usa tipografía en la marca, composiciones de palabras

6. **ISOTIPO:** es la parte simbólica o icónica de la representación gráfica de una marca. Es decir, el 'dibujo'. Serefiere a cuando representamos la marca a través de un símbolo, icono. Cuando se usa un isotipo, este representa a la marca y no necesita más añadiduras como el nombre o alguna tipografía
7. **IMAGOTIPO:** la conjunción, la unión y el perfecto equilibrio. Imagotipo es la fusión o trabajo juntos delogotipo más isotipo
8. **ISOLOGO:** es aquella en la que las dos partes o piezas que lo componen son indivisibles e inseparables.
9. **SLOGAN:** Un eslogan es un lema o título, generalmente utilizado en publicidad. El eslogan es una frase compuesta de unao más palabras que definen una marca y que, en general, acompaña a un logo (la identidad de una marca)
10. **MISIÓN:** Es el punto de partida, el motivo por el cuál has creado tu empresa y la razón por la que realizas esa actividadque has elegido.
11. **VISIÓN:** Es el punto a dónde quieres que llegue tu empresa a largo plazo**.** Se basa en el futuro, y te recomiendo que seauna visión ambiciosa, puesto que su función es motivarte para que desees ir a por ello.
12. **VALORES CORPORATIVOS:** Son el conjunto de creencias y principios a través de los cuales, se regula el comportamiento dentro de tu empresa**.** Es decir, es el código de conducta y establece cómo realiza la empresa su actividad, lo qué estás dispuesto a hacer y lo que no, para conseguir tus objetivos**.**

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

https://www.rumpelstinski.es/actualidad/6-elementos-clave-identidad-corporativa#:~:text=La%20identidad%20corporativa%20es%20parte,la%20hace%20%C3%BAnica%20y%20diferente.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Pablo Antonio Chacón Muñoz	Instructor	Programa Sena Emprende Rural - SER	1/06/2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón delCambio
Autor(es)	Ana Deisy Ramirez Castro.	Instructor	Programa SER Sena Emprende Rural	01-04-2022	Se realiza modificación del documento acorde a los requerimientos del programa de formación.