PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación**: Preselección de talento humano mediado por herramientas TIC
- **Código del programa de formación**: 134206
- **Nombre del proyecto:** Aplicación de procedimientos técnicos para la preselección de candidatos utilizando herramientas tecnológicas y digitales
- **Fase del proyecto:** Planeación.
- **Actividad de proyecto:** AP3 - Describir perfil de cargos, utilizando herramientas tecnológicas y digitales.
- **Competencias:**

  Técnicas:

  - 210201041 - Estructurar perfiles de cargos según metodologías y normativa.
  - 220501121 - Operar herramientas informáticas y digitales de acuerdo con protocolos y manuales técnicos.

  Transversal:

  - 230101507 - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.

  Clave:

  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- **Resultados de aprendizaje**:

  Técnicas:

  - 210201041-01 - Emplear estrategias y herramientas para la organización de perfiles, de acuerdo con procedimiento y necesidades de la organización.
  - 210201041-02 - Determinar perfil de cargos en niveles ocupacionales, de acuerdo con metodología y necesidades de la organización.
  - 210201041-03 - Describir perfil de cargos en niveles ocupacionales, de acuerdo con metodología técnica y normativa.
  - 210201041-04 - Validar perfil de cargos, de acuerdo con normativa, procedimiento técnico y necesidades de la organización.
  - 220501121-01 - Definir herramientas informáticas y digitales, utilizadas en procesos de talento humano, según procedimiento técnico y necesidades de la organización.

- 220501121-02 - Aplicar herramientas informáticas y digitales, de acuerdo con protocolos, manuales técnicos y necesidades de la organización.

Transversal:

- 230101507-01 - Desarrollar habilidades psicomotrices en el contexto productivo y social.
- 230101507-02 - Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.
- 230101507-03 - Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.
- 230101507-04 - Implementar un plan de ergonomía y pausas activas según las características de la función.

Clave:

- 240202501-02 - Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.

- **Duración de la guía**:

  Técnicas 240 horas + transversal 48 horas + clave 48 horas = 336 horas.

2. PRESENTACIÓN

Para que las personas que integran cualquier tipo de organización comprendan qué hacer, cuándo y cómo desarrollar las actividades para el cumplimiento de los objetivos, es necesario que se estructuren de forma adecuada los cargos con funciones, responsabilidades, autoridades y atribuciones, entendiendo el entorno de la empresa con el propósito de generar un orden que lleve la compañía al éxito.

Por otro lado, en la actualidad las herramientas ofimáticas, informáticas y digitales se usan para todas las gestiones dentro de una organización, por eso su importancia en el área de talento humano y sacar el mayor provecho en su gestión diaria.

En la presente guía encontrará actividades que le aportarán al fortalecimiento del conocimiento adquirido en la unidad temática, con actividades dirigidas a evaluar el conocimiento como mapas conceptuales, otras enfocadas al desempeño como identificación de perfiles de cargos y de producto con miras a comprender la estructura organizacional aplicando herramientas ofimáticas, informáticas y digitales.

Para alcanzar la apropiación de competencias básicas en el proceso de formación profesional integral, es necesario dotar a los aprendices de herramientas que propicien su cualificación para un desempeño idóneo en el mundo del trabajo y en el mundo de la vida. En este contexto, fortalecer las competencias biofísicas tiene como finalidad el mejoramiento de la calidad de vida, mediante la adopción de un estilo de vida saludable y el logro de las condiciones físicas requeridas en el desempeño laboral. Este logro supone el desarrollo de la psicomotricidad propia del área de trabajo, el manejo adecuado de la postura corporal en los ámbitos del espacio-tiempo, así como la prevención de enfermedades profesionales y accidentes de trabajo.

Las competencias biofísicas, por una parte, incrementan la productividad, la calidad de vida y la seguridad en el trabajo; por otra, inciden en la disminución de los costos por el ausentismo y las lesiones de los trabajadores, derivadas de enfermedades y accidentes laborales. Desde esta perspectiva, el deporte debe utilizarse como medio para mejorar las condiciones físicas necesarias para un desempeño idóneo en los contextos social y productivo. Para el desarrollo del módulo de cultura física es imperativo el trabajo

interdisciplinario por cuanto su especificidad depende de la naturaleza y de las particularidades de cada desempeño laboral.

En conclusión, se puede afirmar que los principales objetivos del acondicionamiento físico para el trabajo son:

- Prevenir accidentes de trabajo o enfermedades profesionales.
- Reducir los factores de riesgo endógenos.
- Incrementar el rendimiento y productividad laboral.

Finalmente, se trabajará el inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social, para lo cual se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las cuatro habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

Le damos la bienvenida a ser el protagonista de su formación y al del desarrollo de esta guía.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias planteadas en la fase de planeación del proyecto formativo: “Aplicación de procedimientos técnicos para la preselección de candidatos utilizando herramientas tecnológicas y digitales”.

En el siguiente cuadro se observa para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas, durante las nueve (9) semanas planeadas para esta guía.

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9
210201041 - Estructurar perfiles de cargos según metodologías y normativa.	Mapa conceptual del entorno empresarial. GA2-210201041-AA1-EV01. Foro - Estructura organizacional y estructuración de cargos. GA2-210201041-AA1-EV02. Presentación de la estructura organizacional de una organización. GA2-210201041-AA1-EV03.		Mapa mental - Planificar procedimiento para la estructuración de perfil. GA2-210201041-AA3-EV01.		Cuadro comparativo - Proceso validación perfil de cargos. GA2-210201041-AA4-EV01. Diccionario digital de competencias laborales. GA2-210201041-AA4-EV02.				

		Infografía - Tipos de estructuras organizacionales. GA2-210201041-AA2-EV01. Taller proceso identificación perfil de cargos. GA2-210201041-AA2-EV02.							
Horas x semana	24	28	28	28	36				
220501121 - Operar herramientas informáticas y digitales de acuerdo con protocolos y manuales técnicos.						Cuestionario: conceptos, tipos y funcionalidad de herramientas informáticas y digitales. GA2-220501121-AA1-EV01. Informe - Herramientas informáticas y digitales adecuadas para el área de talento humano. GA2-220501121-AA1-EV02.			
							Foro - Herramientas informáticas y digitales que apoyan los procesos de talento humano. GA2-220501121-AA1-EV03. Taller – Herramientas, formularios en línea, hojas de cálculo y hojas de vida en la red. GA2-220501121-AA1-EV04.		
Horas x semana						26	28	22	20
230101507 – Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de Actividad Física en los contextos productivos y sociales.						Foro temático - Identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. GA2-230101507-AA1-EV01.	Infografía – Estilos de vida saludable. GA2-230101507-AA2-EV01.	Ficha antropométrica de valoración de la condición física. GA2-230101507-AA3-EV01.	Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas. GA2-230101507-AA4-EV01.
Horas x semana						12	12	12	12

240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.	Cuestionario. GA2-240202501-AA1-EV01. Vídeo entrevista virtual. GA2-240202501-AA1-EV02.		Crónica. GA2-240202501-AA2-EV01.						
Horas x semana	12	12	12	12					

Total hrs semana	36	40	40	40	36	38	40	34	32

- **Actividad de reflexión inicial**

Antes de iniciar el desarrollo de la guía, observe el siguiente video de reflexión sobre trabajo en equipo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=nYhliYnTIUo

Comprendiendo la importancia del trabajo en equipo en las organizaciones, responda las siguientes preguntas:

- ¿Cómo puede contribuir el conocer el entorno organizacional con el que interactúa la empresa en el trabajo en equipo?
- ¿Qué impacto generan los perfiles de cargos y funciones en el trabajo en equipo?
- ¿Cuál es la importancia de tener una estructura organizacional en el trabajo en equipo?
- ¿Puedo implementar herramientas ofimáticas, informáticas y digitales para fomentar el trabajo en equipo?

Reflexión: si se entiende que todo lo que se aprende a diario es útil para mejorar cada día, se cumplirán los objetivos organizacionales, profesionales, personales, familiares y demás, entendiendo cuándo y dónde aplicar ese conocimiento.

3.1 Actividades de la competencia: Estructurar perfiles de cargos según metodologías y normativa (210201041)

Entender el entorno organizacional es importante para comprender por qué las organizaciones establecen diferentes estrategias a la hora de dar un orden interno dentro de la empresa para responder a los factores externos que se demandan o pueden generar cambios positivos o negativos en el cumplimiento de los objetivos para los cuales fueron creadas.

Las organizaciones estructuran sus cargos según el entorno en el que se desempeña y las actividades que realizan a diario por eso es importante que el aprendiz por medio de las actividades que realizará se apropie de identificar el entorno de la empresa y cómo generar estrategias para estructurar perfiles de cargos adecuados a las necesidades que se presenten.

3.1.1 Actividad de aprendizaje GA2-210201041-AA1 - Planificar procedimientos para la estructuración de perfiles de acuerdo con las necesidades de la organización.

En la presente actividad, se reconocerá el entorno empresarial, según factores que determinan el campo en el que actúan las organizaciones, es la forma de planificar procedimientos para la estructuración de perfiles de cargos de acuerdo con las necesidades de la organización.

Duración: 36 horas.

Materiales: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Planeación organizacional y de talento humano".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-210201041-AA1-EV01. Mapa conceptual del entorno empresarial**

Elaborar un mapa conceptual que explique el entorno con el que interactúan las empresas, entendiendo que las organizaciones a nivel externo se ven influenciadas por la tecnología, condiciones políticas, legales, ambientales, económicas, clientes, competencia, entre otros, y a nivel interno con los funcionarios, cultura organizacional, proveedores y demás factores.

A continuación, se comparte un enlace de un video como guía para crear un mapa conceptual: https://www.youtube.com/watch?v=_vnxQG8uebY

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1. La actividad es individual y creación propia.
2. El mapa debe contener el entorno interno y externo de la organización sin superar una página.
3. Puede utilizar herramientas ofimáticas, informáticas o digitales como PowerPoint, Miro, Pizarra online, Creately, Canva, Mindomo, entre otras, siempre y cuando garantice su visualización. Como recomendación anexar el enlace.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** mapa conceptual según herramienta de elaboración escogida en archivo comprimido.
- **Formato:** RAR o ZIP.
- **Extensión:** 1 página.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa conceptual del entorno empresarial. GA2-210201041-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-210201041-AA1-EV02. Foro - Estructura organizacional y estructuración de cargos**

Exponga de manera individual, en el foro, cuáles son las tendencias de ocupaciones en el mercado laboral.

Haga un comentario respetuosamente argumentativo de la exposición de un compañero si está de acuerdo o no, que edifique la formación según el conocimiento adquirido.

Realice esta actividad teniendo en cuenta que las tendencias ocupacionales en el mercado laboral se dan por la demanda del sector productivo a nivel global.

Por otro lado, se comparte el enlace de la página web del SENA Observatorio Nacional de Ocupaciones como apoyo en la actividad: https://observatorio.sena.edu.co/Clasificacion/Cno

También se comparte video sobre cómo participar en un foro: https://www.youtube.com/watch?v=J5dowYBp9Lk

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1. La actividad es individual y creación propia.
2. El contenido debe tener por lo menos cuatro ocupaciones.
3. El comentario al compañero debe ser respetuoso y lógico al contenido expuesto por el mismo.
4. La participación debe cumplir con normas de netiqueta.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- Para el desarrollo de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro - Estructura organizacional y estructuración de cargos. GA2-210201041-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-210201041-AA1-EV03. Presentación de la estructura organizacional de una organización**

Los aprendices en equipos de dos, por medio de una herramienta ofimática, informática o digital, realizarán una presentación de la estructura organizacional de una empresa de su preferencia.

Esta actividad la desarrollan entendiendo que la estructura organizacional la pueden elaborar por medio de un organigrama, que es la representación gráfica de la organización y se crea ya sea por líneas de autoridad, departamentos, funciones y demás niveles, según aplique a la empresa escogida.

Como apoyo se comparte el enlace a un video, que les aportará en la creación de la actividad: https://www.youtube.com/watch?v=NpsflJIWNIg y pueden consultar el anexo **Construccion_Presentacion**.

Para la elaboración, deben tener en cuenta:

1. La actividad es en parejas, es decir, equipo de dos y creación propia.
2. La presentación debe ser de una empresa del sector real.

3. Puede utilizar herramientas ofimáticas, informáticas o digitales como PowerPoint, Miro, Pizarra online, Creately, Canva, Mindomo, entre otras, siempre y cuando se garantice su visualización. Como recomendación anexar el enlace.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** presentación interactiva según herramienta de elaboración escogida en archivo comprimido.
- **Formato:** RAR o ZIP.
- **Extensión:** máximo 2 páginas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Presentación de la estructura organizacional de una organización. GA2-210201041-AA1-EV03.**

3.1.2 Actividad de aprendizaje GA2-210201041-AA2 - Definir el perfil de cargos de acuerdo con la ubicación dentro de la estructura organizacional.

En la presente actividad, se definirá la organización, de acuerdo con tipología y factores del entorno empresarial, con el fin de reconocer tipos de estructuras organizativas, según sistema jerárquico de las organizaciones, e identificar perfil de cargos, de acuerdo a la ubicación dentro de la estructura.

Duración: 36 horas.

Materiales: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Estructura organizacional y de cargos".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-210201041-AA2-EV01. Infografía - Tipos de estructuras organizacionales**

Teniendo en cuenta que la estructura organizacional es una herramienta que da un orden a los funcionarios de una empresa y que pueden ser formales o informales, se invita al aprendiz a crear una infografía sobre los tipos de estructuras organizacionales teniendo en cuenta si son matriciales, circulares, horizontales, etc.

Como apoyo puede consultar el anexo **Construccion_infografia.**

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1. La actividad es individual y creación propia.
2. La infografía debe contener los tipos de estructura organizacional vistos en el contenido temático
3. Puede utilizar herramientas ofimáticas, informáticas o digitales como Power Point, Mural.con, Piktochart, Visual.ly, Snappa, Miro, Paint, Word, entre otras, siempre y cuando se garantice su visualización; como recomendación anexar el enlace.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: infografía.
- **Formato**: PDF.
- **Extensión**: máximo 3 páginas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Infografía - Tipos de estructuras organizacionales. GA2-210201041-AA2-EV01.**

- **Evidencia GA2-210201041-AA2-EV02. Taller proceso identificación perfil de cargos**

De la evidencia GA2-210201041-AA1-EV02. Foro - Estructura organizacional y estructuración de cargos, donde se expusieron las tendencias ocupacionales en el mercado laboral, escoja una ocupación de las que mencionó en su participación y cree un perfil de cargos.

Recuerde que para la creación de un perfil de cargos debe detallar qué actividades realizará la persona que lo ocupará, es decir, dar respuesta a qué hace, cuándo, cómo, dónde y por qué, así como requisitos intelectuales, físicos, responsabilidades y condiciones de trabajo.

Se comparte el video de *Aprendamos psicología – qué es y cómo hacer un perfil de puesto*, como apoyo para la elaboración de la evidencia en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=EnOhr6-WHDI

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1. La actividad es individual y creación propia.
2. El perfil de puesto debe dar respuesta a: qué hace, cuándo, cómo, dónde y por qué, así como requisitos intelectuales, físicos, responsabilidades y condiciones de trabajo.
3. Su elaboración debe ser en Word y convertir a PDF.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** perfil de cargo de una ocupación del mercado laboral.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** mínimo 2 páginas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Taller proceso identificación perfil de cargos. GA2-210201041-AA2-EV02.**

3.1.3 Actividad de aprendizaje GA2-210201041-AA3 - Planificar el procedimiento para la estructuración de perfil de cargos de acuerdo con las necesidades de la organización.

En esta actividad se planificará el procedimiento para la estructuración de perfil de cargos que permita precisar funciones, responsabilidades, competencias, requisitos y riesgos asociados al cargo, según procedimiento técnico de acuerdo con las necesidades de la organización.

Duración: 36 horas.

Materiales: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Estructura organizacional y de cargos".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-210201041-AA3-EV01. Mapa mental - Planificar procedimiento para la estructuración de perfil**

Un cargo bien estructurado es una puerta abierta al éxito para los otros procesos dentro del área de talento humano; en lo que respecta a selección, permite atraer y escoger el candidato idóneo para el perfil de búsqueda, por lo tanto, tener claros los momentos de la planeación de su gestión es importante.

En la evidencia **GA2-210201041-AA2-EV02 Taller proceso identificación perfil de cargos,** se creó un perfil. Plasme por medio de un mapa mental la planeación que utilizó teniendo en cuenta los tres momentos: la aplicación de fuentes, confirmación de información y resultado final, obteniendo denominación, nivel del cargo, área, funciones, requisitos y demás.

Como apoyo para la actividad se comparte un video tutorial mapa mental en Word, en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=dwj6SXfCboU y puede consultar el anexo **Construccion_Mapa_mental**.

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1 La actividad es individual y creación propia.

2 El mapa mental debe dar respuesta a la planeación del procedimiento para estructurar un perfil.

3 Su elaboración puede ser utilizando herramientas ofimáticas, informáticas y digitales como:

- Mindmap (https://miro.com/es/mapa-mental/).
- Canva (https://www.canva.com/).
- Word.
- Paint.
- Mindmeister (https://www.mindmeister.com/es).

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** mapa mental.
- **Formato:** PDF y/o URL del mapa mental según herramienta utilizada.
- **Extensión:** 1 página.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa mental - Planificar procedimiento para la estructuración de perfil. GA2-210201041-AA3-EV01.**

3.1.4 Actividad de aprendizaje GA2-210201041-AA4 - Identificar cualidades integrales de los elementos constitutivos del perfil de cargos de acuerdo con las necesidades de la organización.

En esta actividad se identifican las cualidades integrales de los elementos constitutivos del perfil de cargos, que contribuyan a validar el perfil de cargos de acuerdo con las necesidades de la organización.

Duración: 36 horas.

Materiales: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Criterios técnicos para la validación de perfiles de cargo".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-210201041-AA4-EV01. Cuadro comparativo - Proceso validación perfil de cargos**

El proceso de verificación de la información producto de la recolección de todos los datos del cargo, es una acción que requiere de la participación activa del jefe inmediato del cargo que se analiza, al convertir los datos en información se genera un instrumento base para el inicio de los procesos del área de talento humano, este documento es el manual de funciones. A partir de este manual se desarrollan los procesos del área: selección, evaluación de desempeño, capacitación, plan de carrera, sucesión y escala salarial.

En la evidencia **GA2-210201041-AA2-EV02. Taller proceso identificación perfil de cargos**, se creó un perfil. Realice una verificación por medio de un cuadro comparativo entre su creación y los 12 pasos del procedimiento de verificación según el contenido que debe tener cada uno.

Ejemplo:

Procedimiento de verificación del perfil	Perfil creado	Se cuenta con:	No se cuenta con:
Paso 1. Identificar el cargo. Denominación, ubicación del cargo dentro de la estructura organizacional, indicar la dependencia jerárquica (jefe inmediato, cargos en los que ejerce supervisión).	Denominación	Denominación	Ubicación del cargo dentro de la estructura organizacional, indicar la dependencia jerárquica (jefe inmediato, cargos en los que ejerce supervisión).

Se comparte el video *¿Qué es un cuadro comparativo? Cómo hacer un cuadro comparativo (definición y ejemplos)*, como apoyo para la elaboración de la evidencia en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=I_IKPXJ05Wg

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1 La actividad es individual y creación propia.

2 El cuadro comparativo debe dar respuesta a los 12 pasos del procedimiento de verificación.

3 Su elaboración debe ser en Word, PowerPoint o Excel y convertir a PDF.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuadro comparativo.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** máximo 2 páginas.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuadro comparativo - Proceso validación perfil de cargos**. **GA2-210201041-AA4-EV01.**

- **Evidencia GA2-210201041-AA4-EV02. Diccionario digital de competencias laborales**

Las competencias son todas aquellas habilidades, cualidades, conocimientos, actitudes que permitan al trabajador tener un desempeño superior (sobre la media) en cualquier puesto de trabajo, que puedan ser medidas y controladas y que, de esta forma, diferencia a un trabajador distinguido de un empleado meramente hacedor de su trabajo.

Entendiendo lo anterior, el aprendiz creará un diccionario digital que contenga 50 competencias laborales con sus respectivas definiciones.

Se comparte el video *Infografía con menú interactivo en PowerPoint*, como apoyo para la elaboración de la evidencia en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=vWMWOz_R0xY

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1. La actividad es individual y creación propia.
2. El diccionario debe contener 50 competencias laborales con sus respectivas definiciones.
3. Su elaboración debe ser en Word, PowerPoint, Excel o la herramienta ofimática, informática y digital de su gusto siempre y cuando se garantice la visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** diccionario digital.
- **Formato**: PDF y/o URL del diccionario según herramienta utilizada.
- **Extensión**: 50 competencias con sus definiciones.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diccionario digital de competencias laborales. GA2-210201041-AA4-EV02.**

3.2 Actividades de la competencia: Operar herramientas informáticas y digitales de acuerdo con protocolos y manuales técnicos (220501121)

Las herramientas informáticas y digitales se usan a diario, tanto en la vida cotidiana como en la laboral, cuando utilizamos aplicaciones como alternativas para el desarrollo de nuestras actividades.

Se definen como un conjunto de soluciones informáticas que se encuentran instalados o se pueden descargar en dispositivos tales como computadores, celulares, iPads, televisores inteligentes y demás dispositivos que tienen el propósito de incrementar la productividad, eficiencia y eficacia de las actividades que realiza el usuario según el fin de cada aplicación.

El uso en el área de talento humano cada día es más frecuente en todas las actividades del proceso, por lo tanto, el aprendiz debe cada día prepararse para su administración y gestión cuando se requiera.

3.2.1 Actividad de aprendizaje GA2-220501121-AA1 - Verificar herramientas informáticas y digitales que apoyan el proceso de selección de personal de acuerdo con las necesidades de la organización.

En esta actividad, se verificarán las herramientas informáticas y digitales que apoyan los procesos de talento humano, específicamente en el proceso de selección de personal de acuerdo a necesidades de la organización.

Duración: 96 horas.

Materiales: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Informática y digitalización en el proceso de preselección de candidatos".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501121-AA1-EV01. Cuestionario: conceptos, tipos y funcionalidad de herramientas informáticas y digitales**

Las herramientas informáticas y digitales son un conjunto de soluciones informáticas que mejoran la calidad de vida de las personas al realizar cualquier tipo de actividad ya sean académicas, laborales, entretenimiento y demás.

Con el propósito de afianzar el conocimiento de la unidad temática, el aprendiz responderá un cuestionario de 10 preguntas sobre conceptos, tipos y funcionalidad de las herramientas informáticas y digitales con un tiempo límite de 40 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario resuelto.
- Para el desarrollo de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario: conceptos, tipos y funcionalidad de herramientas informáticas y digitales. GA2-220501121-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-220501121-AA1-EV02. Informe - Herramientas informáticas y digitales adecuadas para el área de talento humano**

Las herramientas informáticas y digitales mejoran el desempeño de las áreas de las organizaciones, y el departamento de talento humano no es ajeno a ello debido a que en los últimos años se han optimizado los procesos que manejan desde las convocatorias, preselección, selección, vinculación, contratación, gestión del desarrollo del personal, seguridad, salud en el trabajo y demás actividades diarias.

Realice un informe identificando cuáles herramientas son las más adecuadas para su gestión en el área de talento humano y cómo aplicarlas en los procesos de RR. HH.

Se comparte el video cómo hacer un informe en Word, como apoyo para la elaboración de la evidencia en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=GmXZnlQ2k5Q

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1 La actividad es individual y creación propia.

2 El informe debe dar respuesta a las herramientas informáticas y digitales adecuadas en el área de talento humano.

3 Su elaboración debe ser en Word y convertir a PDF.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe.
- **Formato**: PDF.
- **Extensión**: mínimo 2 páginas de contenido.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Informe - Herramientas informáticas y digitales adecuadas para el área de talento humano. GA2-220501121-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-220501121-AA1-EV03. Foro - Herramientas informáticas y digitales que apoyan los procesos de talento humano**

Exponga de manera individual en el foro, su opinión sobre cómo las herramientas informáticas y digitales apoyan los procesos de talento humano.

Realice un comentario respetuosamente argumentativo de la opinión de un compañero si está de acuerdo o no, que edifique la formación según el conocimiento adquirido.

Realice esta actividad teniendo en cuenta que las herramientas informáticas y digitales se mantienen en constante evolución igual que el área de talento humano.

Se comparte un video sobre cómo participar en un foro en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=J5dowYBp9Lk

Para la elaboración, debe tener en cuenta:

1. La actividad es individual y creación propia.
2. El comentario al compañero debe ser respetuoso y lógico al contenido expuesto por el mismo.
3. La participación debe cumplir con normas de netiqueta.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- Para el desarrollo de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro - Herramientas informáticas y digitales que apoyan los procesos de talento humano. GA2-220501121-AA1-EV03.**

- **Evidencia GA2-220501121-AA1-EV04. Taller – Herramientas, formularios en línea, hojas de cálculo y hojas de vida en la red**

Elabore un documento donde explique paso a paso (gráficamente), cómo elaborar formularios en línea, hojas de cálculo y hojas de vida en la red, teniendo en cuenta lo siguiente:

- **Formularios en línea**: es un documento en la red que se utiliza para recopilar información, y en el área de preselección se maneja para crear formularios de solicitud o postulación de empleo, ingresar datos de los candidatos para su respectiva verificación, generar entrevistas, evaluaciones, pruebas, encuestas del proceso, formatos de declaración de conflictos de intereses y autorización de manejo de datos, habeas data, entre otros.
- **Hojas de cálculo:** es una herramienta ofimática muy conocida que sirve para ingresar datos de cualquier índole para su posterior administración y gestión para la toma de decisiones en las empresas. Por medio de esta herramienta se puede ingresar la información del candidato en el proceso de preselección para su respectiva administración y seguimiento en los indicadores de contratación o, posteriormente, su trayectoria laboral.
- **Hojas de vida en la red**: es una herramienta que le permite a una persona crear su hoja de vida de forma digital para compartir en las organizaciones en sus páginas web o plataformas digitales. Las empresas han implementado en sus páginas web la opción para que los aspirantes o candidatos puedan crear sus hojas de vida con el propósito de mantener un banco de estas. Por otro lado, esta misma herramienta es utilizada por las agencias de empleo para apoyar la gestión en la búsqueda de trabajo.

Luego, busque en internet lugares donde solicitan ingresar los datos de la persona que busca empleo, y muestre paso a paso (gráficamente), el proceso para realizarlo y cómo se almacena la información.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento herramientas, formularios en línea, hojas de cálculo y hojas de vida en la red.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Taller – Herramientas, formularios en línea, hojas de cálculo y hojas de vida en la red. GA2-220501121-AA1-EV04.**

3.3 Actividades de la competencia 230101507 - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de Actividad física en los contextos productivos y sociales (230101507)

Mediante la estrategia didáctica activa de aprendizaje individual podrá conocer sus actuales condiciones físicas y antropométricas para el desarrollo de un plan de trabajo físico, que permita mejorar la salud y, por ende, la calidad de vida.

3.3.1 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA1 - Aplicar los correctivos necesarios que permitan mejorar las capacidades de acuerdo con la valoración del estado general de las condiciones psicomotrices individuales.

Con esta actividad de aprendizaje se pretende valorar el estado general de las condiciones psicomotrices individuales para aplicar los correctivos necesarios que permitan mejorar las capacidades.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo "**Actividad física y hábitos de vida saludable**".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-230101507-AA1-EV01. Foro temático - Identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz**

Para el desarrollo de esta evidencia debe participar en el foro realizando un aporte inicial en respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles músculos del cuerpo humano posibilitan la coordinación motriz de acuerdo con su área de desempeño?
- ¿Qué papel juegan los huesos del cuerpo humano en la coordinación motriz?
- ¿Qué es motricidad? Defínala con sus propias palabras.
- ¿A qué se refiere cuando se habla de motricidad fina y motricidad gruesa?
- En el desempeño laboral de su área ocupacional, ¿cómo se evidencia la motricidad gruesa? Dé un ejemplo.

Realice seguimiento al foro y responda a un comentario crítico-reflexivo de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros, demostrando construcción de conocimiento frente a los planteamientos que cada uno proponga.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- Para el desarrollo de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro temático - Identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. GA2-230101507-AA1-EV01.**

3.3.2 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA2 - Establecer hábitos de vida saludable, mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.

Con esta actividad se espera que el aprendiz establezca hábitos a través de la práctica de un estilo de vida saludable fundamentado en los saberes de nutrición e higiene, puesto que mantener buenos hábitos alimenticios puede ayudar a evitar diferentes tipos de enfermedades; además de proporcionar la energía suficiente que el cuerpo necesita para el desarrollo de las actividades cotidianas, por esto es fundamental mantener una alimentación balanceada y equilibrada en los requerimientos energéticos de acuerdo con las actividades que se realizan a diario.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo "**Actividad física y hábitos de vida saludable**".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia GA2-230101507-AA2-EV01. Infografía – Estilos de vida saludable**

La construcción de esta evidencia consiste en plasmar a través de un gráfico (infografía) los elementos que le permitan establecer hábitos para lograr un estilo de vida saludable. Para ello, tenga en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿Qué elementos deben tenerse en cuenta para interpretar las necesidades energéticas diarias de una persona?
- ¿Cuántas calorías necesita el cuerpo a diario y de qué forma recibe estos aportes con el consumo de carbohidratos, proteínas, grasas, bebidas u otros elementos?, ¿de cuáles variables pueden depender estos aportes?
- ¿Cómo sería un puesto de trabajo ergonómico y adecuado para la contextura corporal de la persona?
- ¿Qué otros factores inciden en el logro de un estilo de vida saludable?

Recuerde que una infografía es un recurso gráfico que combina equilibradamente imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender con textos que tienen como fin comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión.

Se recomienda el uso de la siguiente caja de herramientas para la elaboración de la infografía:

Herramienta	**Enlace**
Infogram	https://infogram.com/es/
Canva	https://www.canva.com/
Piktochar	https://piktochart.com/

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** infografía sobre los estilos de vida saludable.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Infografía – Estilos de vida saludable. GA2-230101507-AA2-EV01.**

3.3.3 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA3 - Implementar acciones de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida en el contexto individual, laboral y social, a partir de prácticas básicas de nutrición.

Con esta actividad se pretende la construcción de prácticas básicas de nutrición para implementar acciones de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida de los aprendices en el contexto individual, laboral y social.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo "**Actividad física y hábitos de vida saludable**".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia GA2-230101507-AA3-EV01. Ficha antropométrica de valoración de la condición física**

Teniendo en cuenta los datos obtenidos tras realizar las pruebas físicas y antropométricas, elabore un plan de acción a seguir de acuerdo con las recomendaciones dadas por el instructor, con el fin de mejorar la calidad de vida.

Diligencie la ficha antropométrica que contenga la información correspondiente a datos personales, peso, edad, género, talla, IMC, resultados de los diferentes *test* de resistencia (*burppe*), *test* de fuerza abdominal, piernas y brazos por un minuto y frecuencia cardiaca antes y después de los *test.*

	FICHA ANTROPOMÉTRICA		
Nombre			
Documento identidad			
Peso			
Altura			
Envergadura			
Peso ideal			
FCM			
% de grasa			
IMC			
	RESULTADO 1	**RESULTADO 2**	**BAREMOS**
Fuerza en piernas 1´			
Fuerza de brazos 1´			

Fuerza abdominal 1´			
Fuerza lumbar 1´			
***Burpee test* 1´**			
Test de Cooper 12´			
ANÁLISIS PERSONAL			
1. De acuerdo con estos datos, ¿cómo considera el estado actual de sus capacidades físicas? 2. ¿Qué acciones considera pertinentes para mejorar su condición? 3. De acuerdo con la actividad física realizada a diario, ¿cuál es el tiempo que requiere para una recuperación adecuada?			

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** ficha antropométrica de valoración de la condición física.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Ficha antropométrica de valoración de la condición física. GA2-230101507-AA3-EV01.**

3.3.4 Actividad de aprendizaje GA2-230101507-AA4 - Identificar la higiene postural y pausas activas correctas en el desempeño del área ocupacional de acuerdo con la naturaleza de la función productiva.

Es muy importante identificar los elementos que se utilizan en su entorno para un buen desempeño en el área ocupacional y verificar que cumplan con los estándares de calidad y ergonomía requeridos para dicha operación, ya que esto puede hacer que disminuya o aumente su rendimiento o productividad, además de evitar enfermedades profesionales producidas por el trabajo repetitivo.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación a consultar: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo "**Actividad física y hábitos de vida saludable**".

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia GA2-230101507-AA4-EV01. Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas**

Con esta actividad debe construir un folleto como evidencia de aprendizaje, en el cual debe mostrar cuáles son esas lesiones más comunes que se van presentando por el trabajo repetitivo o en la vida cotidiana por posturas inadecuadas y cuál será la importancia de implementar las pausas activas en el puesto de trabajo o lugar de estudio, como método preventivo.

Para elaborar el folleto puede utilizar una herramienta tecnológica de su preferencia y enviarla al instructor a través de la plataforma virtual, teniendo en cuenta los siguientes lineamientos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un folleto.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas. GA2-230101507-AA4-EV01.**

3.4 Actividades de la competencia: Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (240202501)

3.4.1 Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA1 - Reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental dar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como su contexto laboral futuro, inmediato y pasado.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional en un nivel principiante.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Material de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Level 2 - MCE A1.2".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240202501-AA1-EV01. Cuestionario**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del segundo nivel **"Level 2 - MCE A1.2".** El cuestionario consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: cuestionario con preguntas de acuerdo a la información brindada en el segundo nivel.

- Para el desarrollo de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario. GA2-240202501-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-240202501-AA1-EV02. Vídeo entrevista virtual**

Con el apoyo de uno de sus compañeros y una vez apropiado el material de estudio del segundo nivel realice un video, en el cual realice una presentación de una entrevista de trabajo, postulándose para un empleo relacionado con su perfil profesional. Luego de ser entrevistado intercambie el rol con su compañero para ser el entrevistador.

Durante la entrevista deberá responder las siguientes preguntas:

1. *Tell us about yourself.*
2. *What motivates you?*
3. *What are your hobbies?*
4. *What are your future plans if you get this job?*
5. *What are your future goals or what are your career goals?*
6. *What do you see as a major success in your life?*
7. *Why did you leave your last job?*
8. *Where do you see yourself in 5 years?*

Para realizar la grabación de la entrevista virtual puede programar un encuentro sincrónico a través de Skype, Zoom, Meet o Teams con su compañero de trabajo y realizar la grabación de la entrevista para luego guardarla.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar**: video de la entrevista virtual de trabajo. Una vez finalizada la grabación de la entrevista debe cargar el vídeo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.
- **Formato**: Word o PDF con los datos básicos del entrevistado, entrevistador y la URL del vídeo. Tenga en cuenta que se debe garantizar la visualización del video.
- **Extensión:** de 3 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la actividad debe dirigirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Vídeo entrevista virtual. GA2-240202501-AA1-EV02.**

3.4.2 Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA2 - Expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental ser capaz de expresar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como en su contexto laboral.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Material de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo **"Level 2 - MCE A1.2".**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240202501-AA2-EV01. Crónica**

Seleccione un personaje icónico y con trayectoria importante en el mundo de acuerdo a su perfil profesional (Ej.: en moda un personaje icónico es Agatha Ruiz) y busque en internet información acerca de él (ella), a partir del personaje seleccionado realice una crónica escrita con los hechos más importantes y las situaciones más relevantes en la trayectoria profesional del personaje.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Extensión:** el documento escrito será máximo de 1 página y una extensión entre 200 y 500 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con las estructuras gramaticales utilizadas, deben ser coherente a las temáticas estudiadas en el material de estudio.
- **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
- Para hacer el envío del documento remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Crónica. GA2-240202501-AA2-EV01.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Mapa conceptual del entorno empresarial. GA2-210201041-AA1-EV01.	• Describe organización y su entorno, según tipología. • Identifica tendencias de las ocupaciones, frente al mercado laboral. • Describe procedimiento para la estructuración de cargos.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA1-EV01
Evidencia de desempeño: Foro - Estructura organizacional y estructuración de cargos.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA1-EV02

GA2-210201041-AA1-EV02.	• Crea instrumentos de perfil de cargos, de acuerdo con fuentes de información y procedimientos técnicos.	
Evidencia de producto: Presentación de la estructura organizacional de una organización. GA2-210201041-AA1-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA1-EV03
Evidencia de conocimiento: Infografía - Tipos de estructuras organizacionales. GA2-210201041-AA2-EV01.	• Grafica estructuras organizacionales, según tipología. • Señala cargos, dentro de la estructura organizacional de acuerdo con metodología y necesidades de la organización. • Nombra perfil del cargo, de acuerdo con mercado laboral y estructura organizacional. • Define propósito del cargo, de acuerdo con necesidades de la organización y clasificación de ocupaciones.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA2-EV01
Evidencia de desempeño: Taller proceso identificación perfil de cargos. GA2-210201041-AA2-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA2-EV02
Evidencia de conocimiento: Mapa mental - Planificar procedimiento para la estructuración de perfil. GA2-210201041-AA3-EV01.	• Detalla funciones del cargo, según fuentes de información y necesidades de la organización. • Identifica competencias, de acuerdo con metodología y normativa. • Documenta requisitos y riesgos del cargo, de acuerdo con metodología técnica y normativa.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA3-EV01
Evidencia de desempeño: Cuadro comparativo - Proceso validación perfil de cargos. GA2-210201041-AA4-EV01.	• Compara elementos constitutivos del perfil, según normativa y procedimiento. • Ajusta perfil de cargos, de acuerdo con recomendaciones y resultados. • Propone perfil definitivo, según procedimiento y normativa.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA4-EV01
Evidencia de producto: Diccionario digital de competencias laborales. GA2-210201041-AA4-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-210201041-AA4-EV02

Evidencia de conocimiento: Cuestionario: conceptos, tipos y funcionalidad de herramientas informáticas y digitales. GA2-220501121-AA1-EV01.	• Lista herramientas informáticas y digitales, utilizadas en procesos de talento humano, según procedimiento técnico y necesidades de la organización. • Describe tipos y funcionalidad de herramientas informáticas y digitales, según procedimiento técnico y necesidades de la organización. • Propone herramientas informáticas y digitales, según necesidades de la organización.	**Cuestionario:** IE-GA2-220501121-AA1-EV01
Evidencia de producto: Informe - Herramientas informáticas y digitales adecuadas para el área de talento humano. GA2-220501121-AA1-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501121-AA1-EV02
Evidencia de conocimiento: Foro - Herramientas informáticas y digitales que apoyan los procesos de talento humano. GA2-220501121-AA1-EV03.	• Elabora formularios en línea, de acuerdo con necesidades de información y herramientas tecnológicas. • Emplea hojas de cálculo para registro, tabulación y procesamiento de datos, utilizando herramientas tecnológicas. • Utiliza sistemas de gestión de bases de datos, disponibles en el mercado. • Utiliza redes sociales, de acuerdo con protocolos, manuales técnicos y necesidades de la organización. • Registra hoja de vida en bolsas electrónicas de empleo, según disponibilidad en el mercado y necesidades de la organización. • Identifica herramientas de trabajo colaborativo y almacenamiento en la nube, según disponibilidad en el mercado y necesidades de la organización. • Almacena información en repositorios digitales, de acuerdo con políticas de tratamiento de datos y seguridad de la información.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501121-AA1-EV03
Evidencia de desempeño: Taller – Herramientas, formularios en línea, hojas de cálculo y hojas de vida en la red. GA2-220501121-AA1-EV04.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501121-AA1-EV04

Evidencia de desempeño: Foro temático - Identificar y establecer las técnicas de coordinación motriz. GA2-230101507-AA1-EV01.	• Identifica las técnicas de coordinación motriz relacionadas con su perfil ocupacional. • Selecciona técnicas que le permiten potenciar su capacidad de reacción mental y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza de su entorno laboral. • Identifica los conceptos básicos de anatomía y fisiología.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-230101507-AA1-EV01
Evidencia de producto: Infografía – Estilos de vida saludable. GA2-230101507-AA2-EV01.	• Interpreta los fundamentos de Estilo de vida saludable, Higiene y Nutrición en los contextos productivo y social. • Administra un plan de Higiene Corporal dentro del contexto productivo.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-230101507-AA2-EV01
Evidencia de producto: Ficha antropométrica de valoración de la condición física. GA2-230101507-AA3-EV01.	• Ejecuta rutinas de ejercicio físico según las necesidades de los contextos laboral y social. • Establece pausas de acuerdo con cargas de trabajo y tiempos de Actividad Física para una recuperación adecuada.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-230101507-AA3-EV01
Evidencia de producto: Folleto de lesiones más comunes en el trabajo o vida cotidiana, y la importancia de las pausas activas. GA2-230101507-AA4-EV01.	• Aplica conceptos básicos de ergonomía y pausas activas de acuerdo con la naturaleza de la función productiva. • Discrimina ejercicios específicos para la prevención de riesgos ergonómicos según su actividad laboral. • Aplica los conceptos básicos de la miología humana con base en el análisis del movimiento. • Estructura un plan de ergonomía y pausas activas según contexto laboral.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-230101507-AA4-EV01
Evidencia de conocimiento: Cuestionario. GA2-240202501-AA1-EV01.	Comprende narraciones cortas orales y escritas acerca de situaciones que ocurren en el momento de la expresión, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.	**Cuestionario:** IE-GA2-240202501-AA1-EV01

Evidencia de desempeño: Vídeo entrevista virtual. GA2-240202501-AA1-EV02.	Brinda información acerca de objetos y sus características.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV02
Evidencia de producto: Crónica. GA2-240202501-AA2-EV01.	Completa formularios con información personal utilizando vocabulario y gramática acorde con nivel principiante.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA2-EV01

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad física: cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía.

Antropometría: estudio de las proporciones y las medidas del cuerpo humano.

Clasificación nacional de ocupaciones: organización sistemática de las ocupaciones existentes en el mercado laboral colombiano, atendiendo a dos criterios. El área de desempeño y el nivel de competencia.

Convocatoria: se refiere a una oferta laboral publicada y vigente que se da a conocer de forma interna o externa de la organización con el propósito de atraer el personal cualificado para ocupar la vacante.

Deporte: es un juego o actividad reglamentada, normalmente de carácter competitivo, que mejora la condición física y psíquica de quien lo practica y tiene propiedades recreativas que lo diferencian del simple entretenimiento.

Ejercicio: es el conjunto de acciones motoras musculares y esqueléticas. Comúnmente se refiere a cualquier actividad física que mejora y mantiene la aptitud física, la salud y el bienestar de la persona. Se lleva a cabo por diferentes razones como el fortalecimiento muscular, mejora del sistema cardiovascular, desarrolla habilidades atléticas, deporte, pérdida de grasa o mantenimiento, así como actividad recreativa.

Entrevista laboral: herramienta que se utiliza en los procesos de selección de personal para conocer al candidato y así tener un criterio para su selección que puede ir acompañada de pruebas o actividades.

Hoja de vida: documento o herramienta a través de la cual se presenta de forma resumida la trayectoria académica, experiencia laboral y profesional de una persona; así como logros obtenidos y competencias desarrolladas frente al cargo al cual se aspira.

***Main idea* (Idea principal):** estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de "*Topic*", esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (*Topic*). Ejm.: "*The robots can help in, medicine*".

Modelo de competencia: modelo de gestión que soporta las características personales, destrezas, actitudes de los ocupantes más exitosos de ciertos cargos, para establecer los elementos requeridos y cumplir con la demanda de una empresa.

Motricidad fina: se refiere a las acciones que implican pequeños grupos musculares de cara, manos y pies, concretamente, las palmas de las manos, los ojos, dedos y músculos que rodean la boca. Es la coordinación entre lo que el ojo ve y las manos tocan.

Motricidad gruesa: es aquella relativa a todas las acciones que implican grandes grupos musculares, en general, se refiere a movimientos de partes grandes del cuerpo del niño o de todo el cuerpo.

Navegadores web: se conoce como navegador web (o simplemente navegador) o también explorador web (o simplemente explorador) a un programa informático que permite al usuario ingresar a las páginas Web que desee, siempre que conozca la dirección URL en donde se encuentra (por ejemplo: www.google.com) o bien que haga clic en un hipervínculo que conduzca a dicha página.

Niveles organizacionales: los niveles o pirámides organizacionales corresponden a los tres niveles de gestión existentes en la mayoría de las organizaciones. Nivel estratégico, táctico y operacional.

Norma de competencia laboral: estándar reconocido por trabajadores y empresarios, que describe los resultados que un trabajador debe lograr en el desempeño de una función laboral, los contextos en que ocurre ese desempeño, los conocimientos que debe aplicar y las evidencias que debe presentar para demostrar su competencia (*Metodología para la elaboración de normas de competencia laboral*, SENA, 2003).

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (*one, two, three*, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, ejemplo: primero (*first, second, third,* etc.)

Pausa activa: es una actividad física realizada en un breve espacio de tiempo en la jornada laboral, orientada a que las personas recuperen energías para un desempeño eficiente en el trabajo, a través de ejercicios que compensen las tareas desempeñadas, revirtiendo de esta manera la fatiga muscular y el cansancio generados por el trabajo.

Perfil ocupacional: es la descripción de las habilidades, competencias y formación que un trabajador debe tener o tiene, para ejercer eficientemente un puesto de trabajo.

Plataformas tecnológicas: son estructuras público-privadas de trabajo en equipo lideradas por la industria, en las que todos los agentes del sistema español de ciencia-tecnología-innovación interesados en un campo tecnológico trabajan conjunta y coordinadamente para identificar y priorizar las necesidades tecnológicas.

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: "*In the room*", "*next to the shop*".

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son "*in*", "*on*" y "*at*".

Presente continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar "*to be*" y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en "*-ing*". Por ejemplo: *I am working at SENA now*.

Presente simple (*Present Simple*): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: *I am Susana. I work as a doctor.*

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: "*I'm*" (contracción de *I am*), "*She's*" (contracción de *she is*), etc.

Psicomotricidad: disciplina que, basándose en una concepción integral del sujeto, se ocupa de la interacción que se establece entre el conocimiento, la emoción, el movimiento y de su mayor validez para el desarrollo de la persona, de su corporeidad, así como de su capacidad para expresarse y relacionarse en el mundo que lo envuelve.

Reacción mental: es un concepto que se utiliza para referirse al conjunto de tensiones inducidas en una persona por las exigencias del trabajo mental que realiza (procesamiento de información del entorno a partir de los conocimientos previos, actividad de rememoración, de razonamiento y búsqueda de soluciones, etc.). Para una persona dada, la relación entre las exigencias de su trabajo y los recursos mentales de que dispone para hacer frente a tales exigencias expresa la carga de trabajo mental.

Recreación: todas aquellas actividades y situaciones en las cuales está puesta en marcha la diversión, como también la relajación y el entretenimiento. Son casi infinitas las posibilidades de recreación que existen hoy en día, especialmente porque cada persona puede descubrir y desarrollar intereses por distintas formas de recreación y divertimento.

***Role play*:** juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

***Scanning*:** estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que "*Skimming*" no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

***Skimming*:** estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

Talento humano: son el conjunto de trabajadores o empleados, que posee una organización, un determinado sector, así como una economía en su conjunto.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alles, M. (2007). *Dirección estratégica de recursos humanos.* Granica.

Aulaclic.es. (s. f.). *Curso de Access 2010.* http://www.aulaclic.es/access-2010/index.htm

Brenson, G. (1991). *Los sobrecomprometidos: el estrés y la gerencia de sí mismo*. Fundación Neo-humanista.

Chiavenato, I. (2003). *Gestión del talento humano.* Mc Graw Hill.

Defontaine, J. (1981). *Manual de reeducación psicomotriz*. (Tercer año). Editorial Médica y Técnica S.A.

Figarola, I. (s. f.). *Fonética inglesa th.* https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Guilman E. (1981). *Evolución psicomotriz desde el nacimiento hasta los 12 años.* Editorial Médica y Técnica S.A.

Honke, O. y Ramme-Wichmann, A. (1991). *Salud en la oficina*. Integral Barcelona.

Mejía, M. L. (2004). Estructuras y cargos por procesos, orientados a resultados. *Scientia et Technica, 10*(25), 2003-208

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas.* http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Ortega, E., y Blázquez. D. (1984). *La actividad motriz en el niño de 3 a 6 años*. Editorial Cincel.

Rigal, R. (1987). *Motricidad humana. Fundamentos y aplicaciones pedagógicas*. Editorial Pila Teleña S.A.

Systems, V. (2013*). Inglés: grado superior.* McGraw-Hill. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Wickstrom, R. (1990). *Patrones motores básicos*. Alianza Deporte.

Zarco, J. (1992*). Desarrollo infantil y educación física*. Ediciones Aljibe.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Diego Villalobos Barreto	Experto Temático	Sena Distrito Capital - Grupo De Apoyo Administrativo - CGI	Abril de 2022
	Ana Catalina Córdoba Sus	Asesora Metodológica	Regional Distrito Capital – Centro de Diseño y Metrología.	Abril de 2022
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Responsable Equipo Desarrollo Curricular	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura.	Abril de 2022
	José Gabriel Ortiz Abella	Corrector de estilo	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología.	Abril del 2022.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Tecnología en desarrollo publicitario
- **Código del programa de formación:** 124100
- **Nombre del proyecto:** Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.
- **Fase del proyecto:** planeación.
- **Actividad de proyecto:** Estructurar plan de comunicación publicitaria de acuerdo con necesidades de la organización.
- **Competencias**

  - 260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa.
  - 260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación.
  - 240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos productivo y social.
  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

- **Resultados de aprendizaje a alcanzar**

  Técnicos:

  - 260101053-01 - Estructurar el manual de identidad corporativa según especificaciones de la organización.
  - 260101052-01 - Planificar campaña publicitaria con base en requerimientos de la organización.

  Claves:

  - 240202501-01 - Comprender información sobre situaciones cotidianas y laborales actuales y futuras a través de interacciones sociales de forma oral y escrita.

  Transversales:

  - 240201525-01 - Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  - 240201525-02 - Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.

- 240201525-03 - Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
- 240201525-04 - Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

- **Duración de la guía:** Técnico: 336 horas + Claves: 48 horas + Transversales: 48 horas = 432 horas.

2. PRESENTACIÓN

La identidad de una empresa es su representación gráfica y conceptual ante sus grupos de clientes. Es importante tener claro que cliente es todo aquel que interactúa con un representante de la entidad, suministrando o recibiendo algún tipo de recurso; por ello, la identidad y la imagen de la organización, son referentes para personas internas o externas de ella. Por otro lado, la estructuración de una campaña publicitaria representa para la compañía un proceso muy importante desde el punto de vista del posicionamiento de marca.

Por todo lo anterior, estos dos resultados de aprendizaje son complementarios para el desarrollo de la formación, ya que ambos apuntan al *branding* que, desde el punto de vista comercial y promocional, es la base para el reconocimiento de la empresa.

De igual manera, el SENA en su necesidad de fortalecer en los aprendices el emprendimiento como oportunidad, afianza en ellos la cultura del emprendimiento mediante el desarrollo del pensamiento empresarial, de forma que estén en la capacidad de generar sus propias ideas para emprender y convertirse en empresarios como parte de su proyecto de vida. Aspectos que se verán reflejados a través de las actividades planteadas.

Por último, para abordar el inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las cuatro (4) habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de planeación del proyecto formativo: Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.

De este programa de formación, en cada una de las actividades se detallan las evidencias a entregar. La entrega de las evidencias se realizará durante las nueve (9) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada competencia:

Semanas / Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11
260101053	Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.	Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.	Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.								
Horas por semana	28	28	28	28	37	38					
260101053							Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.				
Horas por semana							37	28	28	28	28
240201529	DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.	Modelo CANVAS del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.		Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.							
Horas por semana	12	12	12	12							
240202501								Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.	Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.		Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.
Horas por semana								12	12	12	12
Horas total semana	**40**	**40**	**40**	**40**	**37**	**38**	**37**	**40**	**40**	**40**	**40**

3.1. Actividades de la competencia definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa (260101053)

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA2-260101053-AA1: Diseñar el manual de identidad corporativa con base en las características de la empresa y el mercado.

Para el desarrollo de esta actividad, recuerde tener presente el grupo de trabajo que previamente conformó, ya que se desarrollarán evidencias de manera individual y grupal, aplicando siempre los diferentes procesos que se solicitan a la Mypime elegida.

Duración: 192 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Identidad corporativa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia de reflexión inicial**

Dentro de la publicidad, existen diversos elementos que se deben tener en cuenta al momento de realizar análisis empresariales, tal es el caso de los manuales de identidad corporativa que agrupan aquellos aspectos que son puntuales de sus productos o servicios. Por este motivo, es necesario que reflexione sobre los siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de producto genera mayor impacto en el consumidor?
- ¿Qué servicios se destacan ante la competencia?
- ¿Por qué es necesario hacer un manual de identidad corporativa dentro de una empresa?
- ¿Todas las empresas requieren la realización de un manual de identidad corporativa o simplemente pueden funcionar sin uno?

Nota: esta evidencia es necesaria dentro de los aspectos requeridos para responder los diferentes procesos planteados en esta guía de aprendizaje.

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV01: Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo**

En publicidad, el marco creativo es muy importante, dado que a través de él se puede realizar un estudio de diseño gráfico en aspectos puntuales como el *branding* y la identidad visual de la marca, teniendo en cuenta que allí se llevan a cabo los diferentes conceptos de lo que es un diseño creativo. Por este motivo, a través de esta evidencia y de manera individual, observe atentamente el siguiente video donde se hace un estudio detallado del cambio de una marca: https://youtu.be/IDPrz-KcNwE

Una vez observado el video, realice un análisis a partir de las siguientes preguntas orientadoras:

- Para una empresa, ¿su marca es tan importante como para invertir millones en su creación?
- ¿Por qué las marcas más reconocidas del mercado hacen cambios en sus marcas o mejoran sus diseños?
- ¿Qué tan importante es la tipografía (tipo de letra) y los colores en la creación de una marca?
- Mencione alguna marca que considere tiene muy buen diseño y argumente su respuesta.

Finalmente, escriba su respuesta en el foro (que no supere los dos párrafos de cinco líneas de texto cada uno) y puede complementarla con otros recursos de su elección, si desea o si lo considera pertinente. Luego, lea los comentarios de otros compañeros y debata con ellos las intervenciones, hágalo con respeto y argumentos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participación en el foro.
- **Formato:** redacción de textos en el foro.
- **Extensión:** dos párrafos de cinco líneas de texto cada uno.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV02: Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme**

Una marca, al momento de lograr distinguirse de las demás y crear ese aspecto diferenciador, es cuando consigue su posicionamiento en el mercado, destacándose de la competencia; pero para lograrlo, debe tener en cuenta una serie de aspectos clave en sus estrategias y canales comunicativos.

Por lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia es necesario que estudie detalladamente el componente formativo "Identidad corporativa", el cual está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje; así, tendrá los conocimientos necesarios para realizar una infografía con un decálogo 360º de los canales de comunicación y las estrategias a utilizar para el logro de posicionamiento de marca, en conjunto, en cualquier mipyme del mercado.

Tenga en cuenta que una infografía es un elemento didáctico y de comunicación que permite comprender puntos esenciales de un tema específico, a través de gráficas y textos explicativos, los cuales visualmente son muy atractivos y comprensibles. Por este motivo, para el desarrollo de la infografía deberá tener en cuenta:

- Cree un compendio de mínimo diez puntos, en los que relacione medios y tácticas de comunicación que las empresas utilizan para lograr el posicionamiento de una marca.
- Incluya para cada punto un ejemplo de una táctica empleada por empresas reconocidas y que les significaron efectividad en el posicionamiento de la marca.
- Explique cada punto de forma sencilla para que al leer y relacionarlo con la gráfica o el ejemplo empleado sea fácil de comprender.
- Tenga en cuenta la comunicación 360º y enfocarla en el posicionamiento de marca.
- Puede utilizar cualquier programa de diseño gráfico o una de las aplicaciones disponibles para este fin. Se recomiendan estas herramientas de libre uso:
  https://www.easel.ly
  https://www.canva.com

La infografía debe ser presentada de manera individual al instructor en formato JPG y compartirla en el link de la actividad que está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje. Tenga en cuenta que debe estar debidamente acreditada con su nombre.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con la infografía.
- **Formato:** documento JPG.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV03: Manual de identidad corporativa**

El manual de identidad corporativa representa un alto nivel de importancia para una compañía en desarrollo y uno de los errores más comunes de las empresas nacientes, es no unificar la identidad corporativa ni exigir el manejo de la marca de forma adecuada; es decir, seguir reglas estrictas en el uso de sus elementos: la tipografía, los colores, la composición y el tamaño.

Esta evidencia debe ser realizada en los grupos de trabajo que vienen trabajando desde el inicio del proceso con la mipyme seleccionada y teniendo en cuenta lo descrito en el componente formativo “Identidad corporativa”.

Para este punto los integrantes del grupo, en acuerdo con el empresario y con la asesoría del instructor, deben definir a qué van a realizarle el manual de identidad corporativa, de acuerdo a las necesidades y el manejo que le esté dando la empresa a la imagen de los productos o servicios; lo recomendable es el desarrollo de marca para uno de estos.

La actividad se divide en dos partes:

1. Realice un análisis muy detallado de los elementos de la empresa, necesarios para la construcción de la identidad corporativa (parte de esta información ya está consolidada en el *brief* realizado en la guía de aprendizaje anterior). En este punto se deben aplicar, además de los conocimientos de esta guía, los de la guía anterior:

    - Políticas de la empresa. A todo nivel: producción, comercialización, servicio al cliente, talento humano, etc.
    - Cultura empresarial.
    - Filosofía de la empresa (por lo general está incluida en las políticas, pero en este punto se establece aquella que marca el rumbo de la empresa; por ejemplo, ser ambientalmente responsables).
    - Misión.
    - Visión.
    - Objetivos empresariales.
    - Estrategias empresariales.
    - Estrategias de mercadeo (*marketing* mix).
    - Análisis de las respuestas a los planteamientos en la actividad de reflexión de esta guía de aprendizaje.
    - Mercado objetivo (aplicar todos los elementos de la segmentación de mercados descrita en las evidencias de la guía de aprendizaje 1).

2. Presentar el manual de identidad corporativa, que contenga:

    - Carátula.
    - Créditos.
    - Filosofía de marca.
    - Diseño gráfico de la marca.
    - Justificación de la simbología.
    - Justificación del color.
    - Paleta de colores (RGB, CMYK y hexadecimal).
    - Justificación de la tipografía.
    - Fuentes utilizadas (abecedarios y números).
    - Área de protección.
    - Retícula.
    - Medidas (mm y cm).
    - Variaciones.
    - Usos no permitidos o alteraciones.

- Modelo de papelería (factura o cuenta de cobro).
- Aplicaciones básicas (tarjeta de presentación, membrete, sobre, carpeta, plantilla para presentaciones).
- *Key visual* con aplicación de marca.
- Realizar una presentación de la marca que impacte al cliente (video, animación o diapositivas).

Dentro del manual de identidad corporativa deben recopilarse todos los datos solicitados y, a través de un archivo en formato PDF, compartirlo con el instructor por medio de la plataforma virtual de aprendizaje para su respectiva evaluación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el manual de identidad corporativa.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.**

3.2. Actividades de la competencia estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación (260101052)

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA2-260101052-AA1: Desarrollar el plan de campaña de posicionamiento, teniendo en cuenta el manual de identidad corporativa.

Para esta actividad se continúa el proceso que se viene llevando a cabo con la Mypime, a través de los grupos de trabajo. Ahora es momento de estructurar la campaña publicitaria.

Duración: 144 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Estructura de la campaña publicitaria”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-260101052-AA1-EV01: Plan de campaña publicitaria**

Un plan de campaña es una estrategia que enruta cómo planea anunciarse la empresa. Es donde se engloba todo lo que debe hacerse en ella para llegar a un público objetivo que se convierte en clientes potenciales, que conocen la compañía a través de los medios de comunicación.

Partiendo de lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia, el grupo de trabajo junto con la mipyme seleccionada, debe tener muy claro el objetivo que buscan alcanzar con el desarrollo de las estrategias de comunicación o priorizar aquellos que se deben alcanzar a corto o mediano plazo, para realizar el planteamiento en la campaña, deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- El desarrollo de esta actividad se realiza en los grupos de trabajo creados para llevar a cabo el proyecto productivo.
- Consultar el componente formativo “Estructura de la campaña publicitaria”, el cual está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje.
- El plan de campaña debe estar conectado con el manual corporativo creado en la actividad 3 de esta guía de aprendizaje y desarrollarse para el mismo producto o servicio para el que se realizó la marca.
- Realizar un documento con el plan de campaña, este debe contener:
  - *Brief* táctico (crear uno nuevo para cada producto seleccionado si es necesario).
  - Descripción detallada del producto o servicio.
  - Presentaciones o variaciones del producto (línea de productos).
  - Mercado objetivo, aplicando la caracterización demográfica y psicográfica.
  - Personalidad de marca.
  - Objetivos de comunicación (enfocados en el mensaje).
  - Objetivos de medios (cuantitativos).
- Planear la presentación de campaña.
- Realizar presentación del plan de campaña a través de un video de máximo 2 minutos.
- Crear un documento con el plan de campaña para entregar al empresario y al instructor.

Deben tener presente que, al finalizar el plan de campaña, como productos se deben entregar al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje, tanto el video como un documento PDF con el desarrollo de todo el plan.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia

- **Producto a entregar:** un documento y un video con el plan de campaña.
- **Formato:** documento PDF y archivo AVI, WMV, MOV, MP4 o el de su preferencia para el video.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.**

3.3. Actividades de la competencia gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos productivo y social (240201529)

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA1: Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Ser emprendedor”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA1-EV01: DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor**

Para el desarrollo de esta evidencia usted debe realizar el análisis de su DOFA personal, la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual se requiere, un auto análisis mediante los siguientes pasos:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

   D – Debilidades. Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.
   F – Fortalezas. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.

   Para este análisis cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

   A – Amenazas. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno pueden afectar su emprendimiento.
   O – Oportunidades. Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene frente a sus competidores y ante el entorno.

   Para ello puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario, luego analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.

4. Para el desarrollo de la actividad tenga en cuenta el componente formativo “Ser emprendedor” y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** matriz DOFA.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA2: Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis de los componentes formativos: “Análisis de oportunidades para emprender” y “Entendiendo la empresa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA2-EV01: Modelo Canvas del emprendimiento**

En esta evidencia el equipo de trabajo con que viene trabajando en la mipyme desarrollará y analizará la matriz Canvas, la cual le permitirá identificar de una manera más clara las características de su emprendimiento. El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador se simplifica en cuatro áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro aspectos desarrolle en la matriz Canvas los nueve elementos que este modelo propone, a saber:

1. Segmentos de mercado: establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.

2. Propuesta de valor: describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema o se satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.

3. Canal: describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes para entregar la propuesta de valor, define los canales de distribución y ventas, cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio, cómo se pueden integrar canales, cuáles son los mejores y los más eficientes.

4. Relación con el cliente: describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento, si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.

5. Fuentes de ingreso: diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos por segmentos de clientes, cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido, identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.

6. Recursos clave: identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos, financieros.

7. Actividades clave: exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.

8. Socios clave: determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, *joint ventures*, compradores, proveedores.

9. Estructura de costos: discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables.

Tenga en cuenta para el desarrollo de esta actividad los componentes formativos “Análisis de oportunidades para emprender” y “Entendiendo la empresa”. Utilice la plantilla de la matriz que encuentra en los anexos de esta guía de aprendizaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** Modelo Canvas del emprendimiento.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo Canvas del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.**

3.3.3. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA3: Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Fundamentos financieros para emprender”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA3-EV01: Modelo financiero**

Como parte final y decisiva para el análisis del emprendimiento, el equipo desarrollará la evidencia mediante los siguientes pasos:

1. Construya el presupuesto de ventas, en el cual identifique precios de venta unitarios, la cantidad de unidades vendidas, los costos fijos y variables. Así mismo, defina el margen de contribución por producto y la venta total.

2. Elabore el presupuesto de personal, plantee la cantidad de personal que lo apoyará en el emprendimiento, los salarios devengados de forma individual, el cálculo de las prestaciones sociales por cada colaborador y una consolidación general.

3. Estime los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

4. Defina el capital inicial que usted como emprendedor requiere para el inicio de actividades, si este capital se obtiene por capital propio o de inversionistas externos, fuentes de financiamiento, subsidios, entre otros.

5. Con la información recolectada en los puntos anteriores proceda a elaborar los diferentes estados financieros como lo son: el flujo de caja y el balance inicial del emprendimiento.

Recuerde revisar los contenidos propuestos en el componente formativo “Fundamentos financieros para emprender”.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** estados financieros.
- **Formato:** Excel.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.**

3.4. Actividades de la competencia interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. (240202501)

3.4.1. Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA1: Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral y escrita.

El aprendizaje de una segunda lengua se facilita cuando se comienza a estudiar desde temas conocidos como son las situaciones de la cotidianidad abordándolas desde el momento actual. Para comenzar a interactuar tanto de forma oral como escrita acerca de las actividades de la vida diaria, se requiere comprender información personal y familiar haciendo uso de la estructura, el vocabulario y contextos requeridos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **GA2-240202501-AA1-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel**

Presente un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar comprensión lectora y gramatical del nivel, el cual consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo a los temas relacionados del primer nivel “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.**

- **GA2-240202501-AA1-EV02. Video presentación de un personaje**

De acuerdo con la temática estudiada en el primer nivel escoja un miembro de su familia o un amigo para presentarlo por medio de un video corto activando su cámara web en inglés, con el fin de identificar de forma oral las características personales sobre edad, nacionalidad, lugar de residencia, *hobbies* y alguna información relevante sobre las actividades cotidianas que realiza.

Para la elaboración del video con la cámara web, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, Prezi, en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del personaje.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que presente entre 3 y 5 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- Diapositivas de datos del personaje seleccionado (nombre completo, edad, fecha de cumpleaños, ocupación, actividades de tiempo libre), acompañado de imágenes, frases, textos cortos y elementos gráficos que le permitan hablar durante la presentación.

Estructura del video con cámara web: cuando grabe el video, tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del primer nivel.

Para la realización de la emisión del video deberá encender su cámara web, mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permite grabar el video y pantalla como: Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el video debe cargarlo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con los datos del aprendiz y enlace del video.
- **Formato:** Word o PDF con la URL del video.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.**

- **GA2-240202501-AA1-EV03. Elaboración de un folleto de las características del programa de formación**

A partir de los datos, conceptos e investigación obtenida de su programa de formación deberá realizar un folleto en inglés con la información y características de este.

Para realizar el folleto puede utilizar alguna herramienta digital como Canvas, Crello, Word, PowerPoint o cualquier otra que conozca y le permita trabajar de forma creativa.

Estructura: datos personales del aprendiz, mensaje inicial, información básica del programa, expectativas e intereses que se vinculen a su interés particular por estudiar el programa de formación.

Describa de manera sencilla y clara utilizando frases, vocabulario e imágenes relacionadas con temas de interés y características de su programa de formación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** folleto. Haga uso de las normas gramaticales y redacción utilizando el idioma inglés, además, aplique las normas APA para las referencias y citación de información obtenida de diferentes recursos digitales.
- **Extensión:** folleto tríptico entre 70 y 150 palabras.
- **Formato:** el folleto deberá exportarlo a PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.	Apropia los componentes de la identidad corporativa según requerimientos de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.	• Ajusta estrategias de comunicación según políticas de la organización. • Selecciona canales de comunicación teniendo en cuenta el segmento de mercado.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV02.

Evidencia de producto: Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.	• Apropia los componentes de la identidad corporativa según requerimientos de la organización. • Elabora propuesta teniendo en cuenta principios y componentes de la identidad corporativa. • Sustenta propuesta de identidad corporativa teniendo en cuenta las exigencias de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV03.
Evidencia de desempeño: Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.	• Elabora el plan de campaña teniendo en cuenta técnicas de segmentación, planeación y estrategias de comunicación. • Selecciona estrategias de comunicación de campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos formulados. • Formula objetivos de campaña de acuerdo con metodología de planeación y estrategia de comunicación. • Presenta concepto creativo de acuerdo con el *brief* y la técnica creativa. • Determina el tipo de campaña publicitaria, teniendo en cuenta los objetivos formulados.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101052-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.	Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Modelo Canvas del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.	• Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial. • Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial. • Construye propuestas empresariales y de negocio teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. • Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA2-EV01.

Evidencia de producto: Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.	Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA3-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.	• Reconoce la idea general y detalles específicos en interacciones orales de la vida cotidiana articuladas con claridad y una velocidad promedio. • Reconoce la idea general y detalles específicos en textos escritos de la vida cotidiana articulados con claridad.	**Cuestionario:** IE-GA2-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV03.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración: proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cual las personas, trabajando en grupo, alcanzan con eficiencia las metas establecidas.

Análisis financiero: conjunto de principios, técnicas y procedimientos que se utiliza para transformar la información reflejada en los estados financieros e información procesada, utilizable para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones y fusiones de empresas.

***Briefing*:** *"marketing.* Conjunto de datos sobre la empresa, sus objetivos, su estrategia; que sirven de base al consultor o diseñador para plantear la comunicación corporativa. Término inglés que engloba a las instrucciones que el cliente da a su proveedor para que de acuerdo con ellas desarrolle la campaña de Marketing Directo desde la idea global hasta el envío del *mailing*" (Reimers Design, s.f.).

Capital: suma de todos los recursos aportados por los propietarios, socios o accionistas (bienes y valores), para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

Carátula: "*diseño editorial.* Tapa o cara principal de una publicación. La funda de un disco o la cubierta de un libro. Interior: reverso o cara posterior de la tapa o carátula" (Reimers Design, s.f.).

Color: “característica propia o adquirida de una superficie, mediante la cual, al incidir los rayos de luz blanca sobre ella, adquiere esta una apariencia visual determinada” (Reimers Design, s.f.).

Competitividad: capacidad de la sociedad para hacerle frente al desafío de la economía global y al proceso de internacionalización, creando ventajas competitivas sostenibles y al mismo tiempo incrementar sus niveles de bienestar. Capacidad de competir eficientemente en los mercados incrementando a la vez los ingresos reales.

Comunicación: “es hacer común un significado a una comunidad, con el fin de que toda ella pueda comulgar en la comprensión del mismo. Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos (creatividad, combinatoria, codificación), configurando mensajes y circulando estos por medio de determinados canales físicos” (Reimers Design, s.f.).

Demanda: cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Encuesta: aplicación de un cuestionario en una investigación de mercados, con el fin de obtener diferentes tipos de información.

Emprendimiento: la palabra viene del francés *entrepreneur* (pionero), se refiere a la capacidad de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta siendo utilizada para identificar a quien comienza una empresa, término que fue ligado a empresarios innovadores o aquellos individuos que con su actividad generan inestabilidad en los mercados; actitud orientada a identificar y tomar oportunidades, siendo un instrumento de cambio cultural para crear y agregar valor.

Eslogan (*slogan*): “término de origen inglés utilizado para recordar una marca o un producto, por medio de una frase de fácil memorización, en los mensajes publicitarios” (Reimers Design, s.f.).

Estado de situación financiera: se trata de un documento que muestra el valor y la naturaleza de los recursos económicos de una empresa, así como los intereses de los acreedores y la participación de los dueños en una fecha determinada.

Estrategia: programas generales de acción y despliegue de recursos para alcanzar los objetivos establecidos de tal forma que definan lo que es o debe ser el negocio de la compañía; forma concreta y específica de solucionar la situación, problema o necesidad del grupo con el cual está trabajándose.

Identidad corporativa: “el conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de las demás entidades” (Reimers Design, s.f.).

Impuestos: pagos obligatorios de dinero que exige el Estado a los individuos y empresas que no están sujetos a una contraprestación directa, con el fin de financiar los pagos propios de la administración del estado y la provisión de bienes y servicios de carácter público, tales como la administración de la justicia, gastos de defensa, subsidios, entre otros.

Logotipo: “diseño en el cual las letras componentes del escrito encuentran uniones especiales o formas particulares más características. Marca en la cual la palabra funciona como imagen (Veraldi- Scherman, 2004)” (Reimers Design, s.f.).

***Main* idea (idea principal):** estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de “topic”, esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (topic). Ej.: “The robots can help in, medicine”.

Manual de identidad corporativa: “conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño” (Reimers Design, s.f.).

Marca: identificación de un producto o servicio, mediante la forma del nombre. Símbolo, diseño o combinación de estos para diferenciarlo de la competencia.

Modelo económico: construcción teórica que empleando las matemáticas intenta representar lo esencial de las relaciones económicas del mundo real, constituyendo una abstracción simplificada de la realidad.

Necesidad en *marketing*: manifestación del comprador real o potencial que da a entender o expresa un deseo o preocupación que el vendedor puede satisfacer, sensación de falta de algo y que se desea llevar.

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (*one, two, three*, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, Ej.: primero (*first, second, third*, etc.).

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: “*In the room”, “Next to the shop*”.

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son *“in”, “on”* y *“at”.*

Presente continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar “*to be*” y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en “*-ing*”. Por ejemplo: *I am working at SENA now*.

Presente simple (presente simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: *I am Susana. I work as a doctor.*

Producción: toda actividad del hombre que, a través de un proceso de transformación de insumos, materias primas y recursos naturales, obtiene bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades humanas.

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: *“I’m”* (contracción de *I am*), *“She’s”* (contracción de *she is*), etc.

Publicidad: "proceso y acción de comunicación que se difunde a través de los medios de comunicación colectivos, siendo el término genérico de anuncio su contenido específico. La publicidad pretende dar a conocer un producto, una idea, un servicio, una imagen, sobre el público consumidor, para influir en su compra y aceptación" (Reimers Design, s.f.).

***Role play*:** juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que "*Skimming*" no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Segmentación de mercado: separación del mercado de un artículo en las categorías de localización, personalidad u otras características para cada división.

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Símbolo: "en la identidad visual, el símbolo es un grafismo distintivo que posee tres clases de funciones: simbólica, identificadora y estética. Se llama símbolo porque: "es un signo convencional, que está en el lugar de otra cosa no presente, a la cual representa". Esta "cosa no presente" es el propio grupo y cada una de las entidades que lo integran" (Reimers Design, s.f.).

***Skimming*:** estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

Tipografía: "representación gráfica del lenguaje. Disciplina que rige el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Estudia las diferentes categorías de letras, las familias, los recursos, su legibilidad" (Reimers Design, s.f.).

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ABA English. (s.f.). *Cómo se pronuncia th en inglés*. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Acosta, G., Pérez, J., Rodríguez, M., y Valenzuela, M. (2017). *Cartilla emprendimiento*. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Cravens, D. y Piercy, N. (2007). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill Interamericana.

Davara, A. M. (1992). *Estrategias de comunicación en marketing*. Edit. Dossat S.A.

Escobar, H., y Cuartas, V. (s.f.). *Diccionario económico financiero*. Puntos Suspensivos.

García, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Esic Editorial.

García, E., Lalueza, F., y Estanyol, E. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Editorial UOC.

Gutiérrez, C. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz*. Studio Divine Egg.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.

Hill, C. W., y Jones, G. R. (1996). *Administración estratégica*. McGraw-Hill.

Kotler, P., y Keller, K. (20112). *Dirección de marketing*. Pearson Prentice Hall.

Koontz, H. O. (2008). *Administración una perspectiva global*. McGraw-Hill.

Labarta, F. (2014). *Guía para crear mensajes y contenidos*. Almuzara.

Lambin, J. J. (2005). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill.

Lambin, G., y Sicurello, C. (2008). *Dirección de marketing, gestión estratégica y operativa de mercado*. McGraw-Hill.

Marco Creativo. (30 de enero de 2019). *El nuevo logo…* [Video]. YouTube. https://cutt.ly/OyDlMsf

Medina, A. (2015). *Introducción a la publicidad.* Pirámide**.**

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Parmerlee, D. (2002). *Cómo preparar un plan de marketing*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Reimers Design. (s.f.). *Pequeño diccionario del diseñador.* https://cutt.ly/VyDzeWh

Sabbagh, A. (2012). *Método de la innovación creativa.* Granica.

Systems, V. (2013). *Inglés: grado superior*. McGraw-Hill. https://login.bdigital.sena.edu.co/login?url=https://elibro.net/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Valencia, H. (2007) *Diccionario de marketing.* 3R Editores.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha

Autor (es)	Manuel Arias López	Instructor Experto temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Turismo	Mayo de 2020
	Julieth Paola Vital López	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Mayo de 2020
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero 2021
	Vilma Perilla Méndez	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Marzo de 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Mayo de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Mayo de 2021
	José Gabriel Ortiz Abella	Corrector de estilo	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.	Junio del 2021

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					

Estrategia de aprendizaje: infografía

Guía del aprendiz

Definición

La infografía es una estrategia para el aprendizaje, la cual permite simplificar un tema en imágenes representativas acompañadas de algunos textos. Esta se caracteriza por tener mucho contenido visual y datos relevantes que se pueden conectar de una forma más entendible.

Elementos que componen la infografía

Crédito(s): señala el nombre del autor(es) de la infografía, tanto del diseño como de la consulta.

Cuerpo: contiene la información visual que puede presentarse a través de gráficos, mapas, cuadros estadísticos, diagramas, etc.

Fuente: indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en la infografía.

Texto: proporciona al lector en forma breve la explicación necesaria para comprender el tema a tratar, es necesario que se relacione con las imágenes.

Título: este resume la información visual y textual que se presenta en la infografía. Debe ser breve y expreso.

Pasos para elaborar una infografía

1. **Coloque el título de la infografía:** hay que centrarse en el tema principal.
2. **Seleccione el texto y las imágenes a incluir:** las mejores infografías son las que tienen un buen equilibrio de información visual con información escrita. Una forma de conseguirlo es combinar el uso de iconos e ilustraciones, pero sin saturar.
3. **Equilibrio visual**: sabiendo dónde va a publicar el trabajo, debe diseñarlo en consonancia, con unas proporciones y dimensiones que lo hagan fácil y agradable de leer. Para ello, debes elegir el tipo y tamaño de letra más adecuado, teniendo en cuenta el público potencial, la iconografía,

el color, resolución, altura, anchura, márgenes, etc.

4. **Espacios**: el diseño debe también tener los suficientes espacios en blanco, respetando los márgenes y la correcta legibilidad de los textos. Esto es necesario para que su función comunicativa no pierda fuerza.

5. **Interactividad**: el uso de infografías interactivas puede resultar una solución muy innovadora.

Recomendaciones para desarrollar una infografía

- Utiliza formatos ligeros que faciliten su descarga, tipo: .jpg, .png o .gif.

- Facilita que las infografías sean compartidas desde la web, *plugin* o botones que den fácil acceso y conexión con las redes sociales.

- Planificar su organización (flujo narrativo lógico).

- Elige una paleta de colores adecuada.

- Cita las fuentes de información y atribuciones.

Herramientas digitales se pueden utilizar para la elaboración de infografías

1. Canva: es posiblemente el programa de software más potente del mercado en este momento para realizar infografías. Es gratuita y muy útil.

2. Visual.ly: permite crear y visualizar infografías. Además, Visual.ly incorpora la posibilidad de compartir el contenido creado en las redes sociales.

3. Infogram: permite crear infografías espectaculares de forma muy sencilla.

4. Venngage: es fácil y gratis de utilizar. Venngage, al contrario que Canva, es un *software* que únicamente permite crear infografías.

5. Mural.lys: es una potente herramienta que permite crear diseños visuales.

6. Piktochart: es una herramienta potente para crear infografías. Su interfaz es sencilla y las infografías se crean mediante plantillas.

7. **Easel.ly:** es un sitio web dedicado a crear, en exclusividad, infografías.

Ejemplo de una infografía

Figura 1

Apocalinset



Nota. Tomada de https://bit.ly/3urce8R

Introducción

Las necesidades del mercado actual obligan a las organizaciones a tener un sistema de cargos bien definido, que le permita buscar personal con buenos comportamientos y conocimientos, donde la tecnología representa una oportunidad estratégica para gestionar y digitalizar el talento humano requerido. Para ello se debe tener conocimiento de ciertos factores de la organización y su entorno tales como estructura organizacional, cultura organizacional, normas y leyes, clasificación de ocupaciones, etc. Con el conocimiento detallado de estos factores, y haciendo uso de la tecnología, las organizaciones pueden realizar una serie de actividades para el levantamiento de perfiles, como herramienta base para la preselección de candidatos.

Estructura Organizacional y de Cargos

https://youtu.be/a_SqMxP-Cxc

1 Organigrama

Indiscutiblemente, los organigramas están directamente relacionados con algunos conceptos que se tocarán a continuación:

Organización

Conjunto de personas que comparten una meta común, para ello desarrollan de manera coordinada una serie de actividades, utilizando recursos financieros, humanos, materiales, técnicos, y tecnológicos. Dentro del recurso humano se encuentran las personas quienes la administran, a través del proceso de planeación, organización, dirección y control.

Para cumplir con el direccionamiento estratégico de la organización esta debe dividirse en actividades con el objeto de desarrollarlas de manera eficiente y eficaz. Cada actividad y tarea se estructura dentro de un cargo.

Direccionamiento estratégico

Es el marco que orienta los planes y acciones de la organización, lo integran la filosofía organizacional, la estrategia y el plan para alcanzar los objetivos, soporte de la cultura organizacional.
Debe ser compartido con todos en la organización y contribuir en el desarrollo de cada uno de los miembros que la conforman, el direccionamiento estratégico define la razón de ser de la organización a través de su misión, la proyección que tiene con la declaración de su visión y los comportamientos que todos en la

organización deben exhibir, valores, para el cumplimiento de la estrategia organizacional.

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional, es una herramienta de gestión donde se muestran las funciones, áreas, orden jerárquico y dependencias internas. La estructura organizacional configura la forma en que se ordenan y se distribuyen los cargos, la comunicación entre ellos, como funciona los niveles de autoridad, en ella armonizan, tres elementos importantes, estos son:

1 La división del trabajo**:** Se refiere a las diferentes tareas que se deben realizar al interior de una empresa, ejecutadas por los trabajadores que la conforman.

2 La especialización: Es la experticia que tiene un trabajador en varias de las tareas asignadas.

3 La departamentalización: El conjunto de tareas se transforma en actividades, las cuales al agruparse de manera racional y lógica se convierten en departamentos o áreas de trabajo.

Cada departamento está conformado por un grupo de cargos, siendo los cargos las funciones que ejerce cada empleado dentro de la organización, especificada en lo que hace, es decir, son todas las actividades y deberes desempeñadas por una persona dentro de un área de trabajo, con una posición formal dentro del organigrama.

Para la construcción de la estructura organizacional, se estipula cuál será la distribución, configuración y el nivel de especialización del trabajo, y es a través de esta construcción que se identifican los niveles de autoridad, las áreas con las que funciona, la comunicación de interdependencia entre las áreas, enmarcada en la cultura organizacional. La estructura organizacional puede ser formal o informal.

Una estructura formal está oficialmente determinada por la organización, en la que se establecen las normas y pautas que rigen el comportamiento de cada uno de los miembros dentro de la organización, les otorga formalidad a las relaciones, y generan la opción de coordinar las actividades necesarias para el logro de los objetivos organizacionales.

La estructura organizacional facilita fijar tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad.

La estructura informal la conforman las relaciones de cercanía y camaradería que se generan dentro de la organización, si la organización no cuenta con una estructura formal claramente constituida puede afectar las decisiones y deformar el direccionamiento que debe seguir la empresa.

De igual forma la estructura formal debe ser lo suficientemente flexible, para poder adaptarse rápidamente a la dinámica acelerada en que se encuentra el mundo en la actualidad.

Para la construcción de la estructura organizacional, se estipula cuál será la distribución, configuración y el nivel de especialización del trabajo, y es a través de esta construcción que se identifican los niveles de autoridad, las áreas con las que funciona, la comunicación de interdependencia entre las áreas, enmarcada en la cultura organizacional. La estructura organizacional puede ser formal o informal.

Una estructura formal está oficialmente determinada por la organización, en la que se establecen las normas y pautas que rigen el comportamiento de cada uno de los miembros dentro de la organización, les otorga formalidad a las relaciones, y generan la opción de coordinar las actividades necesarias para el logro de los objetivos organizacionales.

La estructura organizacional facilita fijar tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad.

La estructura informal la conforman las relaciones de cercanía y camaradería que se generan dentro de la organización, si la organización no cuenta con una estructura formal claramente constituida puede afectar las decisiones y deformar el direccionamiento que debe seguir la empresa.

De igual forma la estructura formal debe ser lo suficientemente flexible, para poder adaptarse rápidamente a la dinámica acelerada en que se encuentra el mundo en la actualidad.

1.1 Tipos de organigramas

Existen variedades de organigramas, pero todos tienen un mismo objetivo: proporcionar una estructura gráfica acorde a las necesidades de la empresa. El tipo de organigrama que la empresa utilice va a depender de su estructura organizacional.

Para elaborar un organigrama es importante tener en cuenta el análisis previo que se haga de la empresa, en este deben estar claramente identificados los niveles

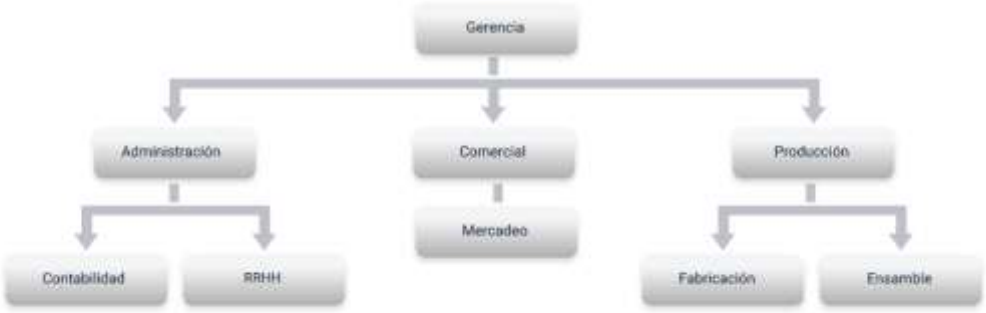
organizacionales y las líneas de mando, a partir de esta identificación se organizan los cargos y se distribuyen las funciones.
El organigrama puede ser:





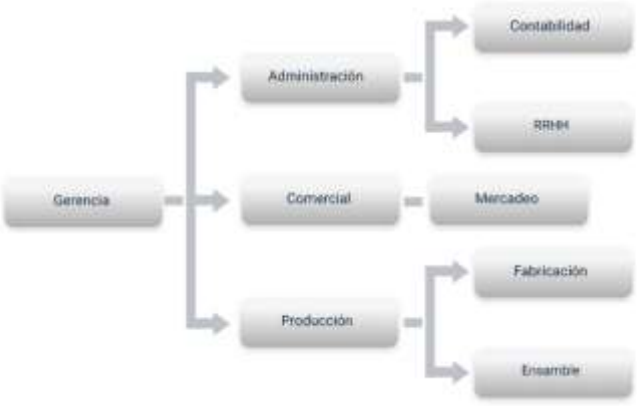
Vertical

Representa una estructura de arriba hacia abajo, iniciando en el nivel más alto de la organización. Representa una pirámide, generando percepción de rigidez y burocracia en las líneas de mando y toma de decisiones, estricta supervisión en la operación que se realiza.



Horizontal

Se representa de izquierda a derecha, es decir, muestra sus niveles jerárquicos en este sentido y las relaciones entre las áreas se representan por líneas, presenta a la organización con una estructura más plana, menos piramidal, lo que genera una percepción de mayor autonomía y sinergia organizacional, que puede ser indicativo de toma de decisiones más ágiles.



Circular

Representan a la máxima autoridad en el centro y las áreas girando alrededor de ella.



Matricial

Representa los proyectos desarrollados al interior de la organización, sin restar importancia a las áreas funcionales reconocidas en la estructura organizacional, refleja una matriz donde se identifican, las áreas, los proyectos, sus responsables, en ella confluyen cargos dentro de un área que pueden estar asignados a un proyecto específico, de acuerdo con las competencias del trabajador. Pretende combinar las funciones y tareas con el proceso de realización (proyecto, producto o servicio). Pueden quedar dos responsables el funcional (área) y del proceso



1.2 Simbología

Con el fin de ilustrar la estructura organizacional y entenderla sin leerla textualmente, se utilizan símbolos en formas geométricas para expresar la comunicación, los vínculos, los niveles organizacionales, las unidades de categoría especial como la línea *staff,* etc. Los cuales cuentan con un significado específico para que haya comprensión de lo que se pretende presentar.
La simbología más empleada por las organizaciones es:



El cuadrado 01

Representa las unidades de subordinación, los que se encuentran en el nivel más bajo.

El rectángulo 02

El cual representa los departamentos tales como de alta gerencia y gerencia intermedia.

Líneas de mando 03

Cumple con la comunicación de línea asesora de la estructura.

Línea de relación indirecta 04

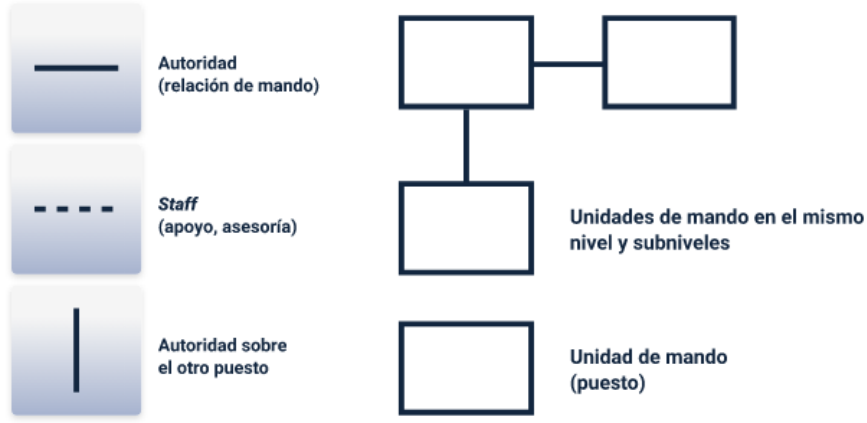
Cumple con la función de comunicar a un departamento con otro que no sea de línea.

Unidades o departamentos de asesoría 05

Brinda apoyo a las unidades de líneas. Siempre están dependiendo de la alta gerencia y por lo general su comunicación ingresa por la derecha o izquierda del rectángulo o cuadrado, y brindan asesoramiento a los demás departamentos o unidades. también llamada línea staff, se representa de manera punteada.



Figura 1. Simbología para organigramas



Nota. Yaemi, L (2013).

2 Cultura organizacional

Todas las personas hacen parte de un sistema de cultura, si se refiere al término de manera genérica se puede afirmar que es un conjunto de costumbres, creencias, características específicas de comportamiento que comparte un grupo de individuos.

Referido a las organizaciones, se puede decir que la cultura es la forma característica en que se relacionan los trabajadores en la organización, (estilos de dirección, trabajo en equipo), la manera en que se resuelven las situaciones propias de la organización, el pensamiento y sentimiento en el hacer y el ser organizacional, son el reflejo de los valores, actitudes, expectativas compartidas,

exhiben un comportamiento particular que los identifica y diferencia con otra organización, genera así un sello diferenciador.
La cultura organizacional soporta las buenas o malas prácticas organizacionales, es decir institucionaliza las acciones con respecto a los clientes, tanto internos como externos, la relación y negociación con los proveedores, determina, además, el clima o ambiente organizacional.

La cultura refleja cómo piensa, siente, actúa la organización, esta afirmación ilustra el hecho de que se identifique a algunas organizaciones por su cultura de servicio o cultura de seguridad.

El direccionamiento estratégico que elija una organizacional, genera una imagen de la empresa fuera de ella, respecto a lo que se espera que ella ofrezca a los clientes, a los proveedores, a los trabajadores, siendo la cultura el eje en que se mueven todas estas relaciones, la descripción y perfil del cargo no son ajenos a este engranaje de percepción de un ambiente organizacional importante para el desempeño laboral, la descripción que se haga del contenido del cargo, las condiciones y su análisis deben ser un reflejo de esta cultura.

Para ampliar información se puede visualizar el video Cultura organizacional, el cual se encuentra en el material complementario, donde se aborda el concepto y los elementos que conforman la cultura organizacional.

3 Diseño de cargos

Diseñar un cargo se refiere a la forma en que se organiza el trabajo, identifica las tareas necesarias, que permiten el desempeño de un cargo. Para diseñar un cargo es necesario tener claro cuál es el flujo de trabajo existente en la empresa (procedimiento), el diseño de cargo es la base fundamental para la planeación del área de Talento Humano, este esquema se convierte en el punto de partida para los demás procesos del área y la asignación en la remuneración del cargo.

El diseño de cargo detalla cada una de las tareas que tiene el cargo, es decir, específica de manera minuciosa el contenido del cargo, los métodos que son necesarios para la realización de la tarea y la relación que existe entre todos los cargos en la organización, por esta razón antes de diseñar el cargo es necesario tener clara la estructura organizacional y el organigrama de la empresa.

3.1 Descripción y análisis de cargo

Describir el cargo significa detallar qué hace la persona que ocupa el cargo, cómo lo hace, para qué lo hace, dónde lo hace, las responsabilidades que realiza dentro de la organización. Los actores principales para llevar a cabo la descripción del cargo es el empleado, (quien desempeña el cargo), el jefe inmediato y toda la información que se tenga de la estructura organizacional, así como de su direccionamiento estratégico y la cultura organizacional. Todas las organizaciones deben considerar efectuar una descripción de cada uno de los puestos de trabajo que se encuentran dentro de su estructura, ésta debe ser por escrito, de esta manera, asegura que las tareas queden consignadas y disminuyan el riesgo de repetirse. A través de la descripción del cargo el trabajador tiene claro que es lo que se espera de él en la organización.

Una descripción del cargo permitirá:

- Definir una compensación equitativa a los trabajadores.
- Ubicar en los cargos de acuerdo con el perfil del cargo.
- Diseñar planes de carrera para los empleados y su respectiva planificación de la formación que requieren.
- Propiciar las condiciones que contribuyan a mejorar el ambiente laboral y disminuir los riesgos de accidentes y enfermedad laboral.
- Inicio de la planeación de los otros procesos del área de Talento Humano. (selección, inducción, evaluación de desempeño, escala salarial).



El análisis del cargo se refiere a los requisitos que debe exhibir quien desempeñará el cargo, es decir, los conocimientos, experiencia, habilidades, destrezas del trabajador. Una vez se conoce el contenido del cargo, se hace la descripción del mismo, se lleva a cabo el análisis de toda la información en términos de cuál es el saber, el hacer y las características personales que requiere el cargo, el análisis de las condiciones de trabajo permite identificar los riesgos a los que se ve expuesta el ocupante del cargo en su ejercicio.

Exigencias del cargo

El análisis permite la construcción del perfil del cargo, que se convierte en una fuente de información básica para los procesos de reclutamiento de personal. Un buen análisis del cargo permite la construcción del perfil del cargo, siendo así necesario destacar que, debe hacerse de manera objetiva, no evaluando a la persona que se encuentra ocupando el cargo al momento de hacer la descripción, si no teniendo de referente únicamente el cargo.

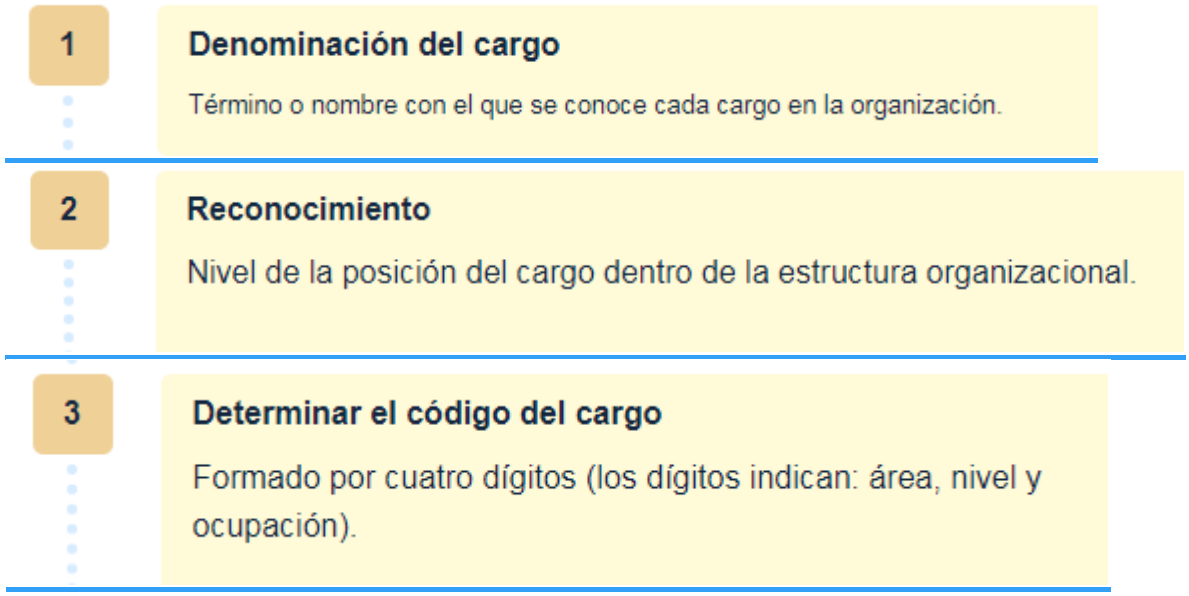
- Requisitos Intelectuales: conocimientos del saber y del hacer.
- Requisitos físicos: esfuerzos, destrezas, habilidades físicas. Constitución física.
- Responsabilidades: supervisión de personas, equipos, dinero, contacto interno y externo.
- Condiciones de trabajo: ambiente físico de trabajo .Riesgos laborales.

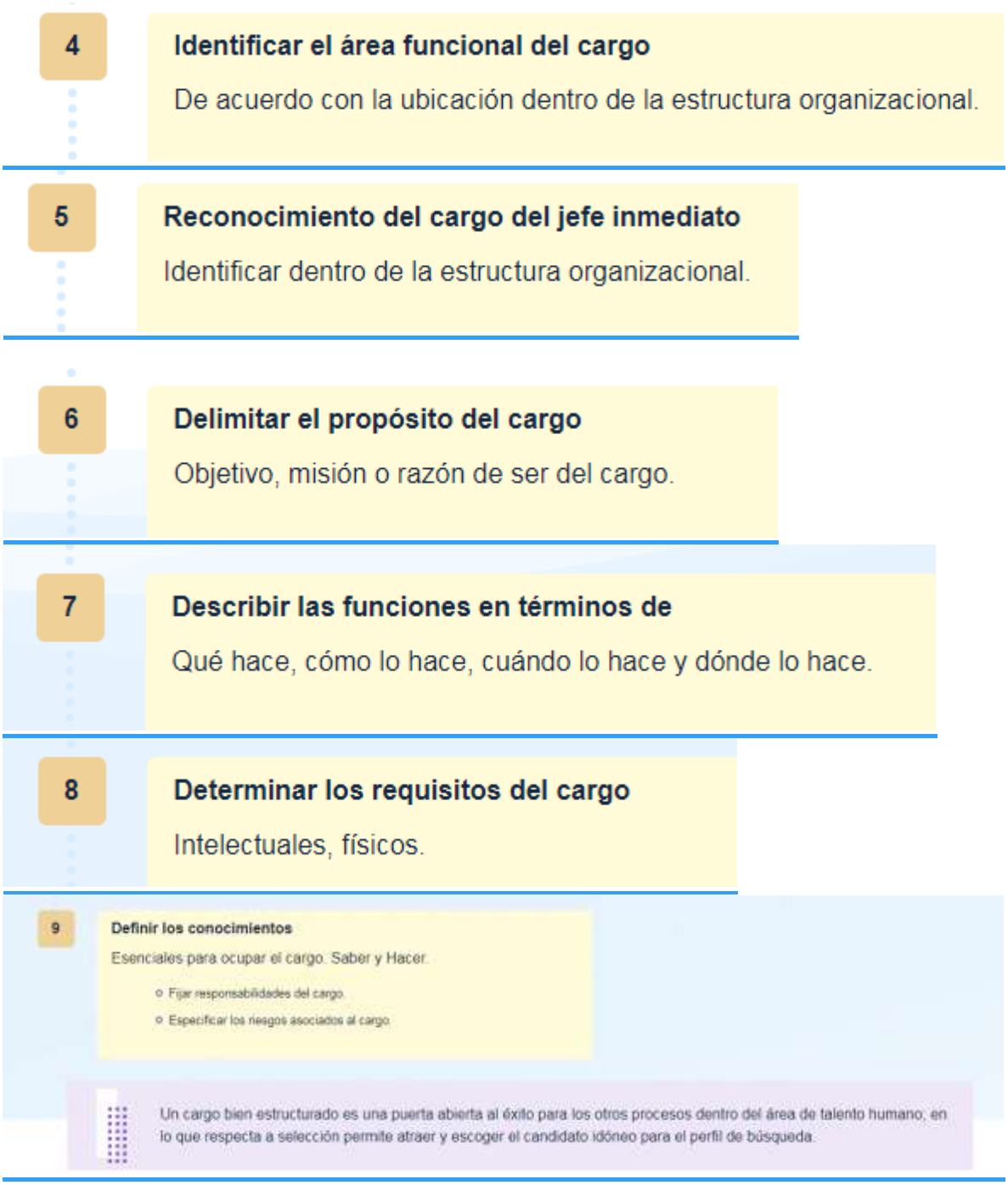
La descripción del cargo incluye tres momentos

- La aplicación de las fuentes o métodos utilizados para recolectar la información.
- Confirmación de la información con el jefe inmediato.
- Resultado final, el descriptivo del cargo.

A continuación, se detallan las actividades generales para la identificación y descripción del cargo:

Actividades generales para la identificación y descripción del cargo





La inducción, es el inicio de un tránsito que contribuye a la apropiación de la cultura organizacional y directrices claras de actuación en la forma de comportarse con sus jefes, compañeros, clientes, proveedores. Para la evaluación de desempeño, es el mapa a seguir en lo que respecta a qué evaluar en el trabajador, y cuáles serían los indicadores a valorar. En cuanto a la capacitación, determina el plan de formación, desarrollo y de carrera que debe seguir el trabajador, como guía clara para el enriquecimiento del cargo y posibles ascensos en la organización.

Cargo

Todo trabajador en una organización tiene un cargo, el cual delimita la función que ejerce el trabajador en la empresa, esta función se cumple a través de la asignación de tareas que la organización hace al trabajador para el cumplimento de los objetivos organizacionales. El cargo y su ubicación en la estructura organizacional determina el elemento motivacional en el trabajador, ya que el mismo, formaliza el rol que la persona tiene en la organización.

Según Chiavenato (2003), el cargo es la descripción de todas las actividades desempeñadas por una persona englobadas en un todo unificado.
La globalización ha generado una dinámica acelerada en los productos y servicios, la tendencia hacia la era de la información ha llevado a que las empresas sean más flexibles en la realización de sus tareas y actividades, lo que hace que la estructura de los cargos sea variable y fácil de ajustar para responder con agilidad a los cambios, lo que depende directamente de una estructura organizacional flexible.

De acuerdo con el nivel organizacional en que se encuentre el cargo (Gerencial, táctico, Operativo) será la denominación que se le asigna al cargo.



01

Pero, ¿qué son las competencias? Las podemos definir como las características que una persona posee, se evidencian con los comportamientos expresados por el trabajador, significa que deben ser observables y medibles.





02

El individuo muestra sus destrezas y habilidades al enfrentar diferentes situaciones, en el ámbito laboral, exhibe adicionalmente unas habilidades físicas o mentales **(capacidad real y demostrada)**, que influyen de manera directa en el desempeño del trabajador.

03

Cuando hablamos de competencias es necesario diferenciar las competencias laborales de las comportamentales o conductuales. **La Organización Internacional del Trabajo (OIT)** promueve mundialmente programas que logren la Certificación en competencias laborales, **el SENA es el ente certificador en Colombia**, todas las competencias que componen los programas diseñados en el Sena para el sector productivo están soportados por las normas sectoriales de competencia laboral.



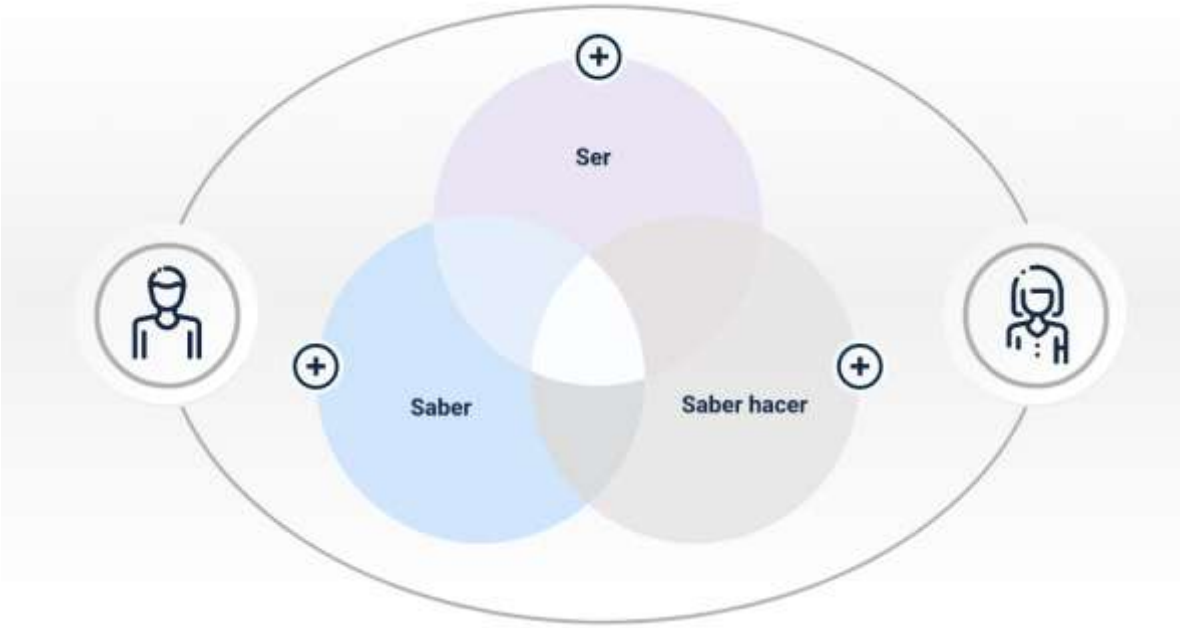




La mayoría de las definiciones de competencias laborales plantean la existencia de conocimientos y habilidades específicas para desempeñarse en un cargo, siendo así, las competencias laborales se aplican a oficios y profesiones, el objetivo es aumentar la empleabilidad, “la competencia laboral es la capacidad de una persona para desempeñar funciones productivas en contextos variables, con base en los estándares de calidad establecidos por el sector productivo” (2005, p.11); en esta concepción subyace la intencionalidad institucional de responder pertinentemente a las necesidades del sector productivo.

De manera breve se abordarán las competencias conductuales, estas fueron pensadas para implementar en las organizaciones el modelo de competencias, y están relacionadas con las características personales del individuo, interconectadas con la motivación, es decir la fuerza interna que motiva a una persona a la acción, y tiene que ver con el deseo de logro, poder y filiación. Este impulso mueve a las personas al saber y al hacer de manera natural manteniendo su interés permanente no solo por hacerlas, sino por hacerlas bien hechas y desarrollarlas.

Las competencias en general se dividen en tres elementos:



En cuanto a los niveles de cualificación, cabe puntualizar que unas competencias se pueden evidenciar a través de diferentes comportamientos de acuerdo al nivel del cargo que la contenga, por ejemplo, no es lo mismo el liderazgo que debe exhibir un gerente, al liderazgo que debe exhibir un supervisor. Los comportamientos o descriptores de cada competencia se dividen en niveles o grados de acuerdo con la estructura organizacional.

Las competencias también pueden ser:





Un grupo de expertos (directivos, empleados, jefes de áreas, talento humano, asesor externo), definen las competencias tanto generales como las específicas, indicando los comportamientos que serían indicadores de máximo desempeño, esta decisión permitirá que las competencias se dividan en niveles o grados, tal como se muestra en la tabla 1, ejemplo de una competencia con sus niveles o grados también llamados descriptores de

conductas. Es importante tener en cuenta que el Grado D, indica que la competencia está desarrollada en un nivel mínimo.

Tabla 1. Competencia de un cargo

Competencia: COLABORACIÓN	
Capacidad para brindar apoyo a los otros (pares, superiores y colaboradores), responder a sus necesidades y requerimientos, y solucionar sus problemas o dudas, aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente. Implica actuar como facilitador para el logro de los objetivos a fin de crear relaciones basadas en la confianza.	
A	Capacidad para brindar apoyo y ayuda a los otros, responder a sus necesidades y requerimientos, mediante iniciativas anticipadoras y espontáneas, a fin de facilitar la resolución de problemas o dudas, aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente. Capacidad para apoyar decididamente a otras personas y para difundir formas de relación basadas en la confianza. Capacidad para promover el espíritu de colaboración en toda la organización y constituirse en un facilitador para el cobro de los objetivos planteados. Capacidad para implementar mecanismos organizacionales tendientes a fomentar la cooperación interdepartamental como instrumento para la consecución de los objetivos comunes.
B	Capacidad para brindar ayuda y colaboración a las personas de su área y de otros sectores de la organización relacionados, mostrar interés por sus necesidades, aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente, y apoyarlas en el cumplimiento de sus objetivos. Capacidad para crear relaciones de confianza. Capacidad para utilizar los mecanismos organizacionales que promuevan la cooperación interdepartamental y para proponer mejoras respecto de ellos.
C	Capacidad para apoyar y colaborar activamente con los integrantes de su propia área mediante una clara disposición a ayudar a otros, incluso antes de que hayan manifestado expresamente la necesidad de colaboración. Capacidad para escuchar los requerimientos de los demás y para ayudarlos en el cumplimiento de sus objetivos, sin descuidar los propios.
D	Capacidad para cooperar y brindar soporte a las personas de su entorno cuando se lo solicitan y tener en cuenta las necesidades de los demás.

Nota: Alles, M (2015).

3.2 Herramientas para estructuración de cargos

Estructurar los cargos es una actividad que requiere evaluar todas las condiciones requeridas en diversos perfiles y a su vez existen métodos para ello, lo cual se detalla a continuación.



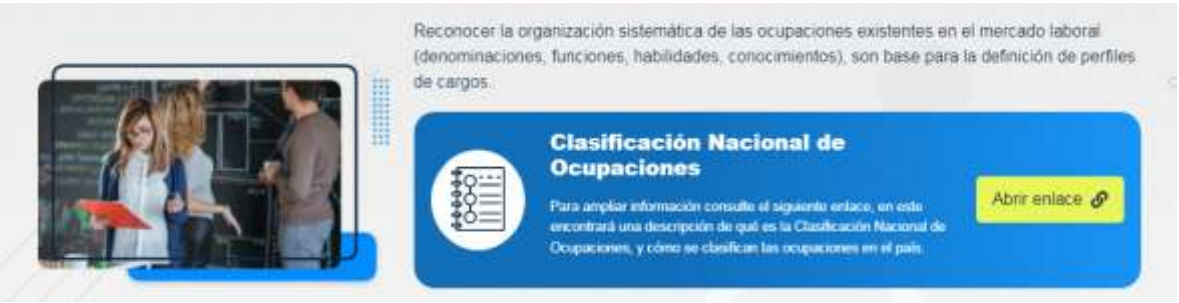
Observatorio laboral

Con el objeto de organizar las ocupaciones a nivel nacional e internacional se ha creado el Observatorio laboral donde se encuentran clasificadas todas las ocupaciones de acuerdo a las necesidades del mercado laboral en relación a su talento humano y a la formación, es así, como a través del observatorio laboral se monitorea el comportamiento de las ocupaciones.

En el laboratorio laboral se encuentra un diccionario de oficios ocupacionales identificados para todo el país, llamado Clasificación nacional de Ocupaciones CNO. Esta estructura facilita la agrupación de empleos y la descripción de las ocupaciones de una manera ordenada y uniforme, por lo que permite identificar las salidas ocupacionales de los programas de formación para el trabajo.

Esta clasificación tiene en cuenta dos criterios:





https://observatorio.sena.edu.co/Clasificacion/Con

Métodos o fuentes de recolección de datos

Las fuentes de Información son todos aquellos instrumentos con los que se obtienen los datos requeridos, que luego se transforman en información para la toma de decisiones y obtención de conocimiento.

De acuerdo a su origen se clasifican en:

- Fuentes primarias: son los datos que se obtienen directamente del lugar donde se hace el estudio o de quien tiene los datos requeridos (población), es decir de primera mano.
- Fuentes secundarias: se obtienen de datos ya elaborados, libros, internet, entre otros.

Para efectos del levantamiento de la información, en la construcción de la descripción de cargos, se utilizarán fuentes primarias. Dentro de estas tenemos:

1 Observación

Es una fuente primaria directa, es decir se toman del lugar o de quien la genera. Los datos se obtienen en el puesto de trabajo del ocupante, no requiere de cuestionario ni de entrevista. Este método es recomendable especialmente en los cargos operativos y en aquellos donde se presentan actividades físicas observables.

2 Entrevista

Es una fuente primaria indirecta, es la técnica más utilizada, por poseer varias ventajas tales como:

- El analista puede observar la realización de la tarea mientras hace la entrevista. La entrevista se estructura previamente, como apoyo.

Sin embargo, la entrevista también puede generar algunos inconvenientes si previamente no se le explica al trabajador el objetivo de la misma, esto es, que el ocupante del cargo puede hacer conjeturas o presentar expectativas erradas sobre los motivos de la entrevista, y distorsionar un poco la información al exagerar la realización de algunas actividades.

3 Cuestionario o encuesta

Es una fuente primaria indirecta, esta fuente permite que haya mayor control en la información que se desea obtener, es importante que se diseñe teniendo en cuenta todos los elementos que hacen parte no solo del contenido del cargo sino de los requisitos del cargo. Se pueden registrar situaciones que pueden ser observadas, individual o de manera grupal, al responsable o responsables del cargo a analizar, es necesario que se construya un cuestionario estándar, aumentando la probabilidad de obtener información objetiva y medible.

Finalmente, como parte de la preparación del cuestionario, se recomienda claridad en los objetivos de su aplicación, tanto para quienes la aplican, como para quienes suministran la información.

Antes de tomar la decisión de los métodos de recolección a utilizar es necesario identificar el número de empleados a quienes se le aplicará y hacer un acercamiento con todos los que participaran en la recolección de los datos, significa hacer una sensibilización y explicación de la actividad.

4 Riesgos laborales

Como parte de la información del contenido del cargo, se encuentra descrito el lugar donde el trabajador debe ejecutar las tareas propias de su cargo, incluyendo los factores ambientales a los que se ve expuesto y toda la información tecnológica estimada, con el fin de especificar las condiciones que demanda la realización diaria de su labor. Todo lo anterior incluye también, la forma en que el dueño del cargo organiza su trabajo, la duración de su jornada laboral, incluso, las condiciones de capacitación y entrenamiento.

A partir del análisis de esta información se delimitan los peligros y riesgos a los cuales está expuesto el trabajador en el ejercicio de sus funciones. Por tanto, es imprescindible aclarar la diferencia entre peligro y riesgo.



A continuación, se presenta la tabla 2 de peligros especificada en la norma.

Tabla 2. Peligros según la norma

TABLA DE PELIGROS (NTC 45)							
	Clasificación						
DESCRIPCIÓN	Biológico	Físico	Químico	Psicosocial	Biomecánico	Condiciones de seguridad	Fenómenos naturales
	Virus	Ruido (impacto intermitente y continuo)	Polvos orgánicos e inorgánicos	Gestión organizacional (estilo de mando, pago, contratación, participación, inducción y capacitación, bienestar social, evaluación de desempeño)	Posturas (prolongadas, mantenidas, forzadas, anti gravitacional)	Mecánico (elemento de maquinarias, herramientas, piezas a trabajar, materiales proyectados sólidos o fluidos)	Sismo
	Bacterias	Iluminación (luz visible por exceso o deficiencia)	Fibras	Características de la organización del trabajo (comunicación, tecnología, demandas cualitativas y cuantitativas de la labor)	Esfuerzo	Eléctrico (alta y baja tensión, estática)	Terremoto
	Hongos	Vibración (cuerpo entero, segmentario)	Líquidos (niebla, rocíos)	Características del grupo social del trabajo (relaciones, cohesión, calidad en la interacción, trabajo en equipo)	Movimiento repetitivo	Locativo: (almacenamiento, superficies de trabajo (irregularidades, deslizantes, con diferencia de nivel), condiciones de orden y aseo, caída de objetos)	Vendaval
	Rickettsias	Temperaturas extremas	Gases y vapores	Condiciones de la tarea (carga mental, contenido de la tarea, demandas emocionales, sistemas de control, definición de roles, monotonía en la tarea, etc.)	Manipulación manual de carga	Tecnológico (explosión, fuga, derrame, incendio)	Inundación
	Parásitos	Presión atmosférica	Humos metálicos y no metálicos	Relación persona-tarea (conocimiento, habilidades con relación a la demanda de la tarea, iniciativa, autonomía y reconocimiento, identificación de la persona con la tarea y la organización)		Accidente de tránsito	Derrumbe
	Picaduras	Radiaciones ionizantes (rayos x, gama, beta y alfa)	Material particulado	Jornada de trabajo (pausas, trabajo nocturno, rotación, horas extras)		Públicos (robos, atracos, asaltos, atentados, desorden público, etc.)	Precipitaciones (lluvias, granizadas, heladas)
	Mordeduras	Radiaciones ionizantes (rayos x, gama, beta y alfa)		Jornada de trabajo (pausas, trabajo nocturno, rotación, horas extras, descansos)		Trabajo en altura	
	Fluidos o excrementos					Espacios confinados	

Nota. Norma NTC 45 2012.

Introducción

La excelencia en el mundo laboral requiere de personas con capacidades extraordinarias, lo que significa hacer algo más de lo ordinario. Hoy además de manejar y entender las aplicaciones tecnológicas, hablar una segunda lengua, aprender conocimientos técnicos especializados y tener una mirada global para soluciones locales, se requiere de capacidades para **investigar y organizar el pensamiento con métodos de trabajo enfocados en la soluciones de problemas y creación de valor en la empresa.**

“La formación para el presente y futuro debe integrar conocimientos básicos en ciencias, capacidad para resolver problemas, manejo de las matemáticas, comunicación y trabajo en equipo, como estrategia fundamental para desempeñarse en cualquier profesión y oficio”.

- Guijosa, 2018

Este componente formativo tiene como finalidad que el aprendiz, desarrolle capacidades argumentativas, propositivas, e interpretativas, a partir de aprender a estructurar el proyecto de investigación de acuerdo con principios y métodos sistemáticos, requeridos para la solución creativa de problemáticas identificadas en el contexto social y productivo.

Desde esta perspectiva **la investigación es el eje fundamental para el desarrollo de competencias habilitadoras para las profesiones del futuro,** el aprender a investigar, buscar información, organizar y gestionar conocimiento en función de resolver problemas y agregar valor en los procesos, es la realidad y necesidad del mercado actual.

1

La importancia de investigar en el mundo del trabajo

1.1 ¿Por qué investigar?

La investigación es el eje fundamental para todo proceso de creación, ideación e innovación, ofrece las bases para el pensamiento creativo y la

solución de problemas en cualquier ámbito de la vida y del trabajo. Ser competitivo en el mundo laboral, identificar oportunidades y desarrollar habilidades de pensamiento requiere de una gran curiosidad, ganas de aprender, vivir y emprender hacia nuevos horizontes.

Un proyecto de investigación formativa **es una herramienta que ayuda al desarrollo de habilidades para la solución creativa de problemas.** Entender cómo a partir de la búsqueda sistemática de información y la estructuración metodológica del proyecto se fomentan nuevas oportunidades para el aprendizaje y el mundo laboral.

1.2 La investigación en el SENA

El SENA desde su creación ha realizado ejercicios de investigación aplicada en sus procesos de formación, según lo establecido en el Estatuto de Formación Profesional.

El objetivo de la investigación en los procesos de formación se enfoca en resolver problemas prácticos, a partir de información primaria o secundaria, análisis de investigaciones y/o desarrollos experimentales que permitan encontrar una solución óptima a los problemas identificados.

En la formación profesional, la competencia **"orientar investigación formativa según referentes técnicos",** tiene como objetivo que el aprendiz pueda adquirir fundamentos metodológicos en investigación, facilitando así el desarrollo del proyecto formativo y el aprendizaje por proyectos. **Desde esta perspectiva la investigación es la base del aprendizaje,** nos enseña métodos para organizar el pensamiento, facilita la comprensión de la información, permite descubrir nuevos conocimientos necesarios para el mundo laboral y personal.

2

El proyecto de investigación

Un proyecto es un conjunto de ideas organizadas y planificadas que brindan respuestas a una necesidad identificada en un período de tiempo establecido. **Cada proyecto establece un enfoque metodológico dependiendo de los objetivos y alcances.**

El proyecto de investigación se caracteriza porque surge de un problema y se plantea a partir de una pregunta problematizadora, o pregunta de investigación, la cual debe ser desarrollada durante la ejecución del proyecto, es muy importante identificar las etapas de un proyecto de investigación, el éxito del proyecto depende de una buena planeación, por lo tanto, es importante conocer cómo están conformadas. **A continuación se relacionan cada una de sus etapas y las acciones que la comprenden.**

Etapas de la investigación

Preparación de la investigación

- Delimitación del tema
- Revisión de información previa
- Determinación del diseño teórico
- Elaboración del proyecto de investigación

Ejecución de la investigación

Se aplican los diferentes métodos de recolección de información, tiene como finalidad, responder la pregunta de investigación planteada.

Procesamiento de la información

Su propósito es lograr la integración y valoración de la información, se caracteriza por la cuantificación, cualificación, interpretación o valoración de la información.

Redacción de informes

Es el documento que recoge todo el trabajo resultado de la investigación, debe ser breve y preciso en su presentación.

2.1 Tema e idea de investigación

La idea de investigación en primera instancia **surge de la motivación del investigador a profundizar en una temática, o en la identificación de una necesidad o problema** que se pretende resolver en un campo específico del conocimiento. Una característica importante de los temas e ideas de la investigación formativa, es que buscan brindar respuestas a necesidades específicas en **el contexto social y productivo desde un componente técnico y tecnológico.**

La diferencia entre el tema y la idea es que el primero es amplio y multidimensional, a partir de este se concretan las ideas que se profundizan con el desarrollo de la investigación. **Todo proceso investigativo requiere información primaria o secundaria que sirva como fuente de consulta o sustentación del proyecto.**

2.2 Enfoques de la investigación

El enfoque es la forma metodológica cómo se aborda la idea de investigación y da respuesta a la pregunta de investigación, constituye la estrategia ampliada para abordar el problema. Los enfoques pueden ser de carácter cualitativo cuantitativo y mixto, cada uno tiene sus propias características y finalidades dependiendo de los resultados que se pretenden obtener con la investigación.



2.3 El problema y la pregunta de investigación

Se concibe como problema a una falla, deficiencia, o barrera que genera afectación a una población en condiciones de tiempo y espacio. Todo proyecto surge a partir de un problema o necesidad identificada, una característica fundamental del proyecto de investigación es que el problema se plantea como pregunta de investigación y esta debe ser resuelta con el desarrollo de la investigación.

La pregunta de investigación

Características de la pregunta de investigación

La pregunta debe ser concreta en el tema a abordar, determina un alcance, identifica el problema, reconoce la población o los elementos objeto estudio, delimita un espacio y un tiempo. Ejemplo: ¿cuáles son las causas de mortalidad infantil en los niños entre 0 y 1 año del municipio de Condoto?

A partir de la pregunta se construye el fundamento metodológico, se determinan los objetivos, se establece el marco teórico, se determina el nivel y la profundidad, se caracteriza la población objeto de estudio, se determinan los métodos, técnicas e instrumentos de investigación. Antes de determinar la pregunta de investigación es importante realizar lecturas sobre el tema, identificar ideas importantes de la situación problémica, entender el contexto y delimitar la investigación.

Para ampliar el tema puede observar el video sobre la pregunta de investigación

https://www.youtube.com/watch?v=OJPrmBjwoQA&feature=youtu.be

2.4 Objetivos y alcance de investigación

Se denomina objetivo general al fin último de la investigación, este **se construye con base en la pregunta de investigación, debe iniciar con un verbo en infinitivo, indicar el alcance, determinar las variables de operación, y brindar respuesta a la pregunta de investigación.** Para entender cómo se construye el objetivo general desde la pregunta observemos el siguiente ejemplo:

Identificar las causas de mortalidad infantil en los niños entre 0 y 1 año del municipio de Condoto.

Los objetivos específicos, se plantean como ese conjunto de acciones que permiten cumplir con el objetivo general. Se recomienda que los objetivos específicos oscilan entre tres y cuatro objetivos. **Los objetivos deben ser claros, medibles, orientados a la generación de conocimientos, coherentes con el planteamiento del problema y deben contribuir al logro de la investigación.** Para mayor claridad es importante tener en cuenta el siguiente ejemplo:

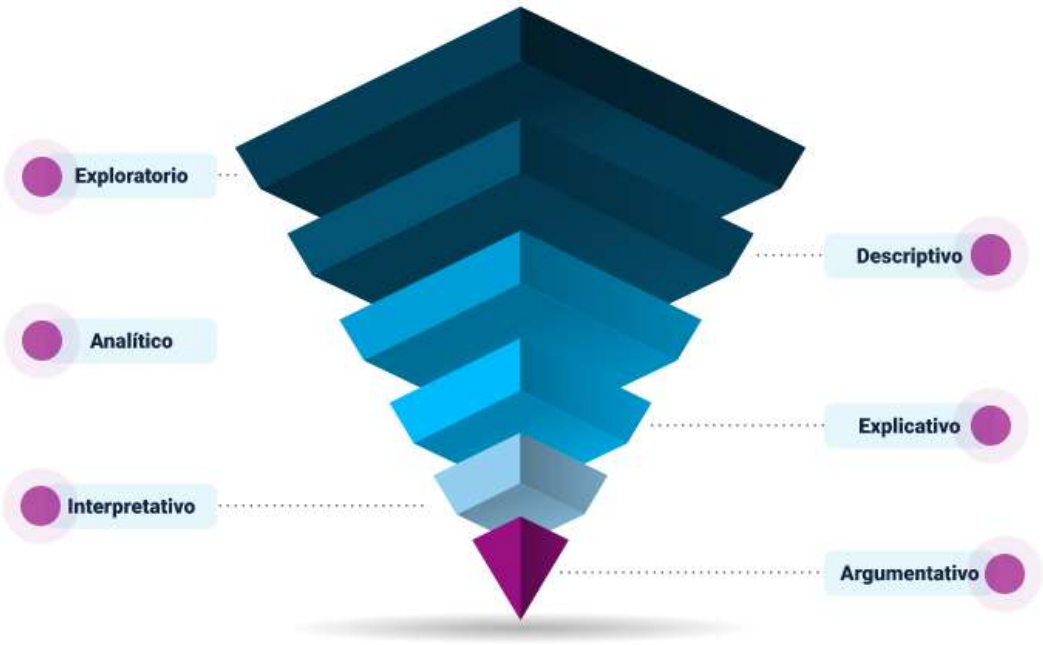
Caracterizar las causas de mortalidad infantil en los niños entre 0 y 1 según informes médicos históricos registrados en el Ministerio de Salud.

2.5 Niveles de la investigación

Los niveles determinan la profundidad de la investigación, a mayor profundidad investigativa mayor complejidad y capacidad de análisis e interpretación de los

datos por parte del equipo investigador. En la gráfica siguiente, se muestran las características de la investigación según su nivel de profundidad.

Niveles de la investigación



Es importante destacar que **los objetivos de la investigación determinan su nivel de profundidad,** es una relación bidireccional, dependiendo de la profundidad se construyen los objetivos.

2.6 Métodos de investigación

El término método proviene del griego “meta-hacía, hodós-camino, el camino más adecuado hacia un fin''. Los métodos son el conjunto de procedimientos específicos teóricos como prácticos que determinan la forma como se realizará la investigación.

Tabla 2 Los métodos de investigación

Métodos	Características
Método científico	Presenta un desarrollo lógico, observa, resuelve hipótesis, experimenta contrasta teorías y concluye
Método experimental	Se caracteriza por controlar variables, atributos y características del objeto de estudio. Ejemplo (edad, nivel educativo,) compara las

	variables objeto de estudio
Método teórico	Se utiliza para abordar problemas científicos, facilita la interpretación de datos empíricos y se utiliza para la construcción de una teoría científica
Método estadístico	Tiene como finalidad determinar una muestra estadística, realizar análisis y procesamiento de la información, realizar interpretaciones a partir de datos
Métodos empíricos	Facilitan la lectura de la realidad desde un componente cultural, sensorial, funcionan desde la experiencia del investigador con la realidad. Permiten la recolección de datos para validar las hipótesis
Método investigación etnográfica	Se caracteriza por entender el sujeto en su contexto, predomina la observación participante de carácter cualitativo, estudia los fenómenos en su estado natural, tiende hacia un enfoque sociológico, antropológico de las ciencias humanas
Método hermenéutico	Es un método con un carácter social, estudia los comportamientos humanos, su nivel de análisis es cualitativo a partir de la interpretación de los hechos
Método fenomenológico	Es un método de investigación cualitativa, estudia los fenómenos, describe e interpreta y reflexiona sobre las experiencias vividas
Métodos histórico	Estudia la trayectoria de los acontecimientos y leyes de manera objetiva
Método IAP Investigación Acción Participante	Es un método de carácter social, el investigador desempeña un rol activo del grupo o comunidad a intervenir contribuye a cambiar la realidad desde su participación activa como facilitador del proceso

2.7 La hipótesis

La hipótesis es una forma de análisis a partir de una posible explicación o respuesta a un problema y debe probarse con los resultados de la investigación. Dependiendo de los niveles de investigación se plantea la hipótesis, para investigaciones de carácter descriptivo y exploratorio no se plantea hipótesis. Si los métodos de investigación son de carácter científico, experimental o correlacional **siempre se deben demostrar o demostrar la hipótesis planteada.**

El marco teórico son los conceptos desde donde se sustenta la investigación, para su construcción se debe tener en cuenta: el alcance de la pregunta de investigación, el objetivo general, los objetivos específicos y las variables de análisis según el enfoque y los métodos. Cada uno de estos elementos establecen los temas y subtemas que sustentan la investigación. Para una mayor claridad se realiza un análisis a la pregunta de investigación establecida en el numeral 2.3.

¿Cuáles son las causas de mortalidad infantil en los niños entre 0 y 1 año del municipio de Condoto? Según esta pregunta, podríamos establecer por ejemplo en el marco teórico los siguientes temas: Mortalidad por enfermedad, accidentalidad, violencia entre otras. Cada uno de los conceptos mencionados tienen como finalidad sustentar la investigación desde las teorías existentes y con base en ello, se construye el marco teórico de la investigación. Para la construcción del fundamento teórico, **es importante buscar en fuentes de información confiables, como bases de datos, libros, tesis, documentos técnicos especializados, autores reconocidos.**

2.8 Técnicas de recolección de información

Se le denominan técnicas al conjunto de herramientas e instrumentos utilizados para recolectar la información del proceso investigativo. La selección de la técnica depende del enfoque, el nivel de profundidad, método y forma de análisis requerido para desarrollar la investigación.

1 Características de las técnicas de recolección datos



2.9 Universo y muestra

El universo en estadística es la población o conjunto de elementos totales que cumplen con características especiales para estudiarse en el proyecto de investigación. El universo puede ser finito o infinito.



Independientemente que el universo sea finito o infinito, **desde la estadística se han desarrollado formas de cuantificar y calcularlos.** Para profundizar en el universo y la muestra estadística profundice en el tema observando el siguiente video:

https://www.youtube.com/watch?v=3_tW-Cg4BSY

Muestra estadística

Es un subgrupo o parte de la población o universo que se utiliza para ser estudiado, está determinada por unos elementos comunes de análisis que permiten profundizar en la investigación. **En la selección de la muestra se deben establecer parámetros y variables análisis que delimiten la población objeto de estudio,** según necesidades de la investigación.

La muestra estadística se calcula con fórmulas estadísticas, existen dos tipos de fórmulas, para poblaciones finitas y poblaciones infinitas. **Para profundizar en esta temática profundice el tema donde puede observar el cálculo de la muestra.**

2.10 Conclusiones

Las conclusiones son el resultado final de la investigación, en este espacio se interpretan, comparan y analizan los datos obtenidos de la investigación. Su análisis está determinado acorde con los objetivos y resultados planteados desde una síntesis del proyecto. De igual manera deben contener una reflexión final identificando cómo contribuye el proyecto en la generación de nuevos conocimientos en el área objeto de estudio.

3

Fuentes de información

Las fuentes de información es el conjunto de documentos y datos confiables que contienen conocimientos útiles para consultarse en el desarrollo de una investigación.

3.1 Fuentes primarias y secundarias

Las fuentes primarias son documentos que no han sido editados, reinterpretados o restructurados por otros investigadores, entre los más destacados están, revistas, testimonios orales, pinturas, archivos multimedios pintura o grabaciones de primera mano, cartas entre otras. Sus principales características son su originalidad como evidencia directa de su autor.

Las fuentes secundarias son textos basados en fuentes primarias, han sido analizados, interpretados y evaluados por otros investigadores. Algunos tipos de fuentes son críticas literarias, resúmenes, revistas con citaciones de otros textos, bibliografías entre otras.

3.2 Búsqueda de información

La búsqueda y selección de información es muy importante para sustentar la investigación. Definir los criterios de búsqueda, identificar **el tipo de información que sustenta el proyecto investigativo requiere de conocimientos y habilidades para buscar información relevante.**

Saber buscar significa delimitar el tema con los conceptos relevantes que los sustenta, una vez se tiene claridad al respecto **se identifican bases de datos especializadas, y material bibliográfico y cibergráfica relevante a estudiar.** Para apoyar las búsquedas de información, en la biblioteca virtual del SENA, puede encontrar la más importante información a consultar según necesidad

Enlace web. Biblioteca virtual del SENA

Catálogo bibliográfico

Bases de datos

Colección SENA / Repositorio

Portal de revista

Catálogo bibliográfico

Material bibliográfico (libros, revistas, videos, entre otros) que se encuentra en las colecciones físicas de las bibliotecas del sistema de bibliotecas.

Así mismo en Google académico se pueden encontrar las últimas publicaciones de artículos relacionados con el tema de búsqueda de su interés

Enlace web. Google Académico

3.3 Informe de investigación

El informe de investigación es el documento donde se registra el resultado final del proyecto, **lo componen, un título, resumen, introducción, marco teórico, justificación, objetivos y pregunta de investigación, metodología, resultados, discusiones, conclusiones y referencias bibliográficas.** Una vez se elabora el informe se renueva el ciclo investigativo, con una nueva pregunta problematizadora que permita continuar profundizando en **el tema desarrollado, o un nuevo tema de interés para el investigador.**

1 Habilidades emprendedoras

Con el fin de entender mucho más el fenómeno emprendedor en Colombia y en el mundo es importante entender que el emprendimiento es una actitud personal, un estilo de vida que se manifiesta en la decisión de realizar el sueño de emprender, el cual requiere de preparación para conocer el entorno en el cual el emprendedor desarrollará su iniciativa.

El emprendedor desde la administración es toda aquella persona o empresa que identifica una necesidad específica, desarrolla una solución y la convierte en una oportunidad de negocio buscando a la vez una retribución económica, asumiendo nuevos retos y por consiguiente mayores riesgos, los cuales le permiten alcanzar los objetivos propuestos.

Los emprendedores son personas resilientes, con talentos específicos, que tienen gran confianza en sí mismos, que se fijan metas y buscan obtener logros de corto, mediano y largo plazo, que tienen grandes necesidades de realización personal y económica, con capacidad de autoevaluación, propensión al riesgo y cuentan con una gran capacidad de liderazgo.

También existen otras variables a parte de las psicológicas que inciden en el perfil emprendedor como lo son

- El género.
- La edad del emprendedor.
- La cantidad de experiencias laborales específicas del emprendedor.
- El conocimiento que el emprendedor tiene de un determinado producto o servicio.
- El sector económico en el que el emprendedor se ha desarrollado.
- El nivel de formación técnica y profesional que el emprendedor acumula.

Las habilidades se aprenden y depende de la capacidad del emprendedor, organizar en torno de él un medio rico en experiencias propias y ajenas que le permitan convertir la intención en creación de empresa y superar el enorme temor al fracaso que viene cuando se inicia un proyecto de vida nuevo.

Las principales habilidades que un emprendedor debe tener son:

Pasión por lo que se hace:

Todos los emprendedores tienen en común la motivación por la puesta en marcha de una idea. La pasión por lo que se hace, sólo puede dar origen a la empresa luego de que el emprendedor ha identificado una oportunidad. La pasión puede definirse como determinación y la persistencia por el cumplimiento de un sueño. El emprendedor tiene una gran fuerza de voluntad, no desiste a pesar de que el entorno le resulte adverso y que esté sometido a presiones diarias.

El perfil del emprendedor no es estático, es una figura en constante modificación. El emprendedor es una persona común que **identifica una oportunidad que, con trabajo, dedicación y determinación, logra convertir en una idea de negocio.**

1.2 Análisis DOFA

Aunque siempre ha existido el debate si el emprendedor nace o se hace, se pueden considerar factores que propician el emprendimiento, como pertenecer a una familia en la que hay varios emprendedores, tener una formación orientada a desarrollar habilidades características del emprendedor o la experiencia laboral específica, la cual aumenta la confianza del emprendedor, esto no quiere decir que si el emprendedor no encaja dentro de alguno de estos factores no pueda emprender.

Para identificar la condición actual del emprendedor frente a su idea de emprendimiento es importante **elaborar la matriz DOFA o FODA** personal.

Esta matriz permite conocer las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas del emprendedor de una forma proactiva y sistemática, ya que le permite a la persona observar los puntos fuertes con los que cuenta para emprender y los puntos débiles que son susceptibles de mejora, para que se convierta en un mejor empresario y su idea de negocio prospere.

Fortalezas

Se entienden por fortaleza la existencia de una capacidad o recurso en condiciones de ser aplicado para lograr los objetivos y concretar los planes

Debilidades

y por debilidad la falta de una determinada capacidad o condición que puede apartar o dificultar el logro de las metas o fines.

Oportunidades

Son situaciones externas que se pueden aprovechar para seguir creciendo

Amenazas

Se entienden todos aquellos factores externos que limitan o desestabilizan lo que el emprendedor puede hacer.

Análisis de fortalezas

En este sentido pueden considerarse, estudios, capacidades intelectuales, habilidades interpersonales, inteligencia emocional, conocimiento del área en la que se desea emprender. Es posible auto formularse preguntas como: ¿qué habilidades poseo? ¿en qué soy bueno(a)? ¿qué tareas o actividades realizo con facilidad? ¿qué es lo que otros ven como puntos fuertes? ¿Qué conocimientos poseo?

Análisis de debilidades

Este análisis es el más difícil por la dificultad de tomar conciencia de estos aspectos. En el caso de las debilidades, una vez detectadas, es donde más importante resulta hacer acciones para superarlas. Se consideran factores que limitan el crecimiento personal, laborar o profesional.

Se relaciona con temores, conocimiento desactualizado, desconocer algún tema, temor al cambio. Es posible auto formularse preguntas como: **¿qué se puede mejorar? ¿Qué aspectos personales son más débiles respecto a los demás? ¿Qué actitudes no me permiten avanzar?**

Análisis de oportunidades

Ver opciones de la vida laboral o del entorno que pueden aprovecharse, o el momento indicado para desarrollar la idea de negocio. Es posible auto formularse preguntas como: ¿qué está pasando en mi entorno que me ayude a crecer en el aspecto personal, profesional o laboral? ¿qué puertas se pueden abrir dadas nuestras fortalezas? ¿con qué medios cuenta para alcanzar sus objetivos? ¿qué puede aportar en un determinado ámbito o sector?

Análisis de amenazas

Este análisis requiere de un examen atento y claro del entorno en el que se encuentra el emprendedor y en el que estará su emprendimiento, es importante reconocer las situaciones externas que pueden complicar el logro de objetivos. Es posible auto formularse preguntas como: ¿qué puede afectar o frenar mi crecimiento personal, profesional o laboral? ¿qué cambios sociales, tecnológicos, económicos, políticos, etc., pueden afectarme en el futuro próximo? ¿hay alguna variable externa que dificulte el logro de mis objetivos? ¿qué competencia existe dentro de la empresa?

En la tabla se observa en resumen lo que cada una de las áreas de la matriz permite identificar.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Permite identificar las características en las cuales se destaca el emprendedor.	Permite identificar los puntos negativos o aspectos de mejora del emprendedor, pueden ser de índole personal o profesional.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Permite identificar oportunidades, tendencias, elementos externos, que pueden favorecer el emprendimiento a iniciar.	Detecta aquellas situaciones, acontecimientos que pueden afectar el correcto desarrollo del proyecto, como motivos personales, aspectos de la vida familiar, social, emocional, entre otros.

Después de haber examinado cada uno de los puntos mencionados, con los resultados obtenidos se realiza el plan de acción el cual se obtiene tras el cruce de los elementos externos, amenazas y oportunidades, con los dos internos, fortalezas y debilidades, de forma que surge para el emprendedor la información más valiosa, ya que podrá con una mirada objetiva proponer acciones de aprovechamiento o de mejora para los factores personales que afectan su emprendimiento.

FORTALEZAS		DEBILIDADES
Permite identificar las características en las cuales se destaca el emprendedor.		Permite identificar los puntos negativos o aspectos de mejora del emprendedor, pueden ser de índole personal o profesional.
OPORTUNIDADES	**Plan de acción FO**	**Plan de acción DO**
Permite identificar oportunidades, tendencias, elementos externos, que pueden favorecer el emprendimiento a iniciar.	Propone estrategias para maximizar sus oportunidades de emprender.	Propone estrategias que le permiten contrarrestar las debilidades personales o profesionales para aprovechar las oportunidades que favorecen el emprendimiento.
AMENAZAS	**Plan de acción FA**	**Plan de acción DA**
Detecta aquellas situaciones, acontecimientos que pueden afectar el correcto desarrollo del proyecto, como motivos personales, aspectos de la vida familiar, social, emocional, entre otros.	Propone estrategias para optimizar las fortalezas del emprendedor y minimizar las amenazas que pueden afectar el emprendimiento.	Propone estrategias que le permiten contrarrestar las debilidades personales o profesionales y las amenazas que pueden afectar el emprendimiento.

¿Cuáles son las motivaciones para emprender?

Cada emprendimiento que surge es diferente según la motivación por la cual se llega a esta alternativa, existen varios motivos para emprender, veamos:

Emprendimiento por necesidad:

- El individuo tiene necesidades importantes de supervivencia, ya sea ingresos reducidos o insuficientes.
- Tiene una nula o baja creación de empleo
- No genera gran impacto en desarrollo empresarial de una nación.

Emprendimiento por oportunidad:

- El individuo detecta una oportunidad que tiene un gran potencial de ser atractiva, perdurable y oportuna.
- Desarrolla la idea de negocio a través de realizar una investigación de aspectos: **técnicos, mercado y financiero.**
- Gran generador de empleo y contribuye al crecimiento del PIB del país.

Emprendimiento de base tecnológica:

- Se aplica en el diseño, desarrollo y elaboración de los nuevos productos o servicios, apoyados en tecnología.
- Son resultado de investigaciones y desarrollo de una universidad o de otra empresa.

Emprendimiento social:

- Busca generar beneficios para una comunidad específica que presenta necesidades sociales particulares.
- Se requiere de una investigación que permita identificar la alternativa de solución más adecuada para la comunidad.

Emprendimiento cultural:

- Proveen bienes y servicios derivados del uso de la creatividad y del capital intelectual de los emprendedores y crean valor aprovechando las expresiones artísticas y las herramientas tecnológicas.

Emprendimiento sostenible :

- Reducir el impacto en el medio ambiente de todas las actividades que se llevan a cabo en la empresa.
- Promueven un cambio de hábitos por parte de los empresarios, pero también por parte de los consumidores que se sensibilizan en cuanto a las consecuencias de sus decisiones de consumo.

Fuente: Freepik. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2021)