- **TALLERES** Competencia: 2900 - PRODUCIR LOS DOCUMENTOS QUE SE ORIGINEN DE LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS, SIGUIENDO LA NORMA TÉCNICA Y LA LEGISLACIÓN VIGENTE.

Actividades de reflexión inicial

Tema: Elementos de la comunicación escrita
1. Diferencia entre comunicación oral y comunicación escrita.
Enumera sus principales características.
2. Identifica en tu cuaderno el emisor, receptor, mensaje, canal, medio, código,
con- texto y las interferencias presentes en un anuncio de carros que es:
a. Publicado en una revista
b. Emitido en el televiso

Tema: El protocolo en función del destinatario
1. Diferencia en tu cuaderno entre claridad y concisión. ¿Es lo mismo? Pon un ejemplo en el que quede de manifiesto qué es la concisión y otro en el que se observe qué es la claridad.
2. ¿Has buscado en Internet qué es la «netiqueta» y sus principales reglas? ¿Crees que son importantes para la comunicación a través de Internet? ¿Cumples con ellas?

Tema: Normas de redacción: ortografía, puntuación y presentación
A. Ortografía, sintaxis y gramática.
B. Puntuación
1. Las reglas de acentuación establecen que una palabra puede ser aguda, llana o esdrújula en función de cuál sea su sílaba tónica. Explica cuándo debe colocarse la tilde en cada una de ellas.
2. La división de las palabras en sílabas se ve principalmente afectada por los diptongos y los hiatos. Busca en el diccionario estos dos conceptos y pon varios ejemplos de palabras que los contengan.
3. Mediante ejemplos, explica las diferencias que existen entre el uso de:
a) La coma y el punto y coma.
b) El punto y seguido y el punto y aparte.
Puedes incluir cualquier dato que consideres necesario
4. Enumera cuáles de las normas de presentación de documentos que acabas de leer
están predeterminadas en el procesador de textos que utilizas habitualmente y cuáles no.
5. Elabora, utilizando un procesador de textos, un documento en el cual informes a los comerciantes de tu ciudad que a partir del próximo mes una nueva gestoría (empresa de servicios de gestión) abrirá en la calle Real, n.º 3. Presta especial atención a las normas para redactar documentos que has estudiado.

Ev01 -Estudio de casos, Taller.

CASO PRACTICO

Luis Martínez es técnico en Asistencia Administrativa. Quiere enviar una carta de presentación con la cual ofrecerse para un puesto de trabajo en el que está interesado.
Lee el texto y, siguiendo las normas de puntuación y acentuación, redacta una nueva versión más correcta.

Estimados señores.
Me dirijo a ustedes como respuesta al anuncio publicado el pasado 3 de agosto en el Diario Las Regiones en el cual su empresa solicitaba un encargado de tienda.
Soy técnico en Asistencia Administrativa y desde hace dos años trabajo en una multinacional española he trabajado anteriormente como dependiente y domino tres idiomas les adjunto mi currículum vítae ya que estoy muy interesado en el puesto ofertado se despide atentamente Luis Martínez

Ev02 -Prueba escrita Taller de comprensión de lectura.

TEMA Documentos de comunicación interna

A. El aviso
B. El memorándum o la nota de régimen interno
C. El informe
D. La convocatoria
E. El acta
Actividades
1. Vuelve a leer el texto de las Figuras 4.3 y 4.4 y después contesta a las siguientes preguntas:
a) ¿Cuál es la finalidad que tiene un aviso en una empresa?
b) ¿Cuál es la diferencia entre el aviso y la nota interior de régimen interno?
c) ¿Para qué se suele utilizar un informe?
2. Determina qué sería necesario que figurara en el informe que elabora un Policía de Transito que acude a un accidente de tráfico para que dicho documento se considerara, en cada caso, descriptivo, valorativo o demostrativo.
3. José Carlos Segura trabaja en el departamento administrativo de una empresa constructora. Una de sus funciones es la redacción de las convocatorias de juntas de accionistas de la empresa y de las actas correspondientes a cada una de ellas. El próximo 15 de febrero a las 10.00 h. se ha convocado una junta ordinaria, cuyo orden del día se compone de los siguientes puntos:
a. Distribución del beneficio obtenido por la empresa en el año anterior, que asciende a $ 400.000.000
b. Peticiones y preguntas.
La junta se celebró con la asistencia del 100 % de los accionistas. En la misma se decidió por unanimidad
que el beneficio se distribuyese ente los socios de forma proporcional al capital aportado por cada uno de
ellos. En el turno de peticiones y preguntas nadie dijo nada, por lo que dicha reunión concluyó a las 11.00

Elabora tanto la convocatoria de la junta de accionistas como el acta correspondiente

4. En grupos de varios alumnos, redactad una convocatoria de reunión para debatir el posible destino de un viaje de fin de curso y los medios de financiación. Una vez realizada la reunión, cuando se logre un acuerdo, elaborad un acta en la que se resuma dicha reunión dejando constancia del acuerdo tomado y de las posibles votaciones.
5. ¿Existe alguna relación entre la elaboración de una convocatoria y la de un acta?

6.. ¿Se podría utilizar indistintamente un aviso o una nota interior para comunicar un mismo asunto? Justifica tu respuesta.
7. Busca en Internet una convocatoria (la de una junta general de accionistas de una empresa o la de una comunidad de propietarios de viviendas) e identifica las partes que la componen. Te proporcionamos para ello el siguiente enlace:

⎪Tema: Documentos de comunicación externa
a. La carta
b. Invitación
c. Saluda
d. La instancia o solicitud
e. oficio
f. Certificado

Actividades

1. ¿Cuáles son las diferencias entre una carta circular y una carta comercial? Redacta una breve carta circular en la que informes a tus clientes de un cambio de establecimiento. Inventa tú mismo el nombre de la empresa a la que representas, así como su dirección.
2. Enumera en tu cuaderno las similitudes y diferencias de estructura y uso que existen entre una invitación y un saluda. En grupos de dos, redactad alternativamente un saluda y una invitación siguiendo los modelos que hemos planteado y dirigidlas al compañero.
3. Redacta una instancia dirigida a la Alcaldía de la población en la que vives solicitando una beca para finalizar tus estudios de técnico en Gestión Administrativa. Debes configurarla siguiendo la estructura que se acaba de explicar.
4. ¿Hay algún tipo de relación entre la finalidad de un oficio y la de una instancia?
5. ¿Crees que es importante que un certificado vaya sellado y firmado? ¿Por qué?
6. Elabora en tu cuaderno un esquema donde se expongan los distintos apartados de los que se compone cada uno de los documentos de comunicación interna y externa estudiados a lo largo de esta unidad.

Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Practiquemos la redacción, digitación y aplicación de normas Icontec en la producción de documentos. Del libro Gestión Secretarial, Capitulo 2 Lección 2. En el cual debe resolver los ejercicios propuestos de la pagina 37 a la 41.

⎪Tema: Características de una comunicación efectiva
⎪ Asertividad
⎪Modernismo
⎪ Integridad
⎪ Claridad
⎪ La eficiencia
⎪ Brevedad

PRINCIPALES ESCOLLOS LINGUISTICOS
a. SOLECISMO
b. DEQUISMO
c. LEISMO
d. QUE GALICADO
e. MAL USO DEL GERUNDIO
f. REDUNDANCIAS

EL CICLO DE LA CORRESONDENCIA COMERCIAL

a. Solicitudes de datos
b. Cotización pedido y remesa
c. Solicitud de cotización
d. Crédito, cobranza, reclamo y abuso
e. Solicitudes de crédito
f. Aprobación de crédito
g. Negación de crédito
h. Primer cobro
i. Segundo cobro
j. Tercer cobro
k. Carta de reclamo
l. Ajustes
m. El Memorando
n. Instrucciones
o. Llamada de atención
p. Me nsajes Sociales
q. Sentido Pésame
r. Felicitación
s. Agradecimiento

Ev 3 Hoja de vida

Presentación teórica:

- ¿Qué es una hoja de vida y cuál es su función?
- Tipos de hojas de vida: cronológica, funcional, combinada.
- Estructura básica de una hoja de vida: encabezado, resumen, experiencia laboral, educación, habilidades, intereses.
- Cómo adaptar la hoja de vida a cada oferta de empleo.
- Consejos para escribir un buen objetivo profesional.
- La importancia de los verbos de acción.
- Cómo destacar logros y resultados.
- Diseño y formato de la hoja de vida.

Actividades prácticas:

- **Ejercicio 1:** Análisis de ejemplos de hojas de vida buenas y malas. Identificación de fortalezas y debilidades.
- **Ejercicio 2:** Creación de un banco de datos de verbos de acción y logros profesionales.
- **Ejercicio 3:** Redacción de un objetivo profesional personalizado para diferentes perfiles profesionales.
- **Ejercicio 4:** Elaboración de un borrador de hoja de vida individual.
- **Ejercicio 5:** Revisión de hojas de vida en parejas y retroalimentación.

Taller de redacción:

- Tips para escribir de forma clara y concisa.
- Cómo evitar errores ortográficos y gramaticales.
- La importancia de la coherencia y la lógica en la presentación de la informació

Ev04-Modelos de documentos comerciales

aller: Modelos de Documentos Comerciales

Objetivo:

- Familiarizar a los estudiantes con los diferentes tipos de documentos comerciales utilizados en el ámbito empresarial.
- Desarrollar habilidades para la elaboración y análisis de estos documentos.
- Fortalecer los conocimientos sobre las funciones y la importancia de cada documento en las transacciones comerciales.

Desarrollo:

1. **Presentación teórica:**
    - Introducción a los documentos comerciales: concepto, clasificación y función.
    - Análisis de los siguientes modelos de documentos:
        - **Documentos negociables:**
            - Cheque
            - Letra de cambio
            - Pagaré
        - **Documentos no negociables:**
            - Factura
            - Nota de crédito
            - Nota de débito
            - Albarán
            - Remito
            - Pedido
            - Presupuesto
            - Contrato
    - Requisitos legales y normativos para cada documento.
    - Uso de software especializado para la gestión de documentos comerciales.
2. **Actividades prácticas:**
    - **Ejercicio 1:** Cada estudiante recibirá un caso práctico que involucre una transacción comercial específica. Deberán identificar los documentos comerciales necesarios para dicha transacción y elaborar un esquema de los mismos, indicando los datos relevantes que deben incluir.
    - **Ejercicio 2:** Se proporcionarán plantillas de diferentes documentos comerciales. Los estudiantes deberán completarlas con datos ficticios, asegurándose de cumplir con los requisitos legales y formales.
    - **Ejercicio 3:** Se presentarán documentos comerciales con errores. Los estudiantes deberán identificar y corregir dichos errores, justificando sus respuestas.
    - **Ejercicio 4:** Los estudiantes trabajarán en grupos para elaborar un manual de procedimientos para la gestión de documentos comerciales en una empresa, incluyendo aspectos como:
        - Flujo de documentos
        - Archivos
        - Control de versiones
        - Digitalización
3. **Presentación de resultados:**
    - Cada grupo presentará su manual de procedimientos ante el resto de la clase.

- Se realizará una discusión grupal sobre las diferentes propuestas y se extraerán conclusiones generales.

Evaluación:

La evaluación se basará en los siguientes aspectos:

- Participación en las actividades.
- Calidad de los documentos elaborados.
- Capacidad de análisis y resolución de problemas.
- Trabajo en equipo.
- Presentación oral.

Recursos:

- Libros de texto sobre contabilidad y gestión administrativa.
- Legislación mercantil vigente.
- Plantillas de documentos comerciales.
- Software de gestión documental.
- Proyector y pantalla.

Sección 1: Conocimientos Básicos de Recursos Humanos

¿Cuál es la principal función del departamento de Recursos Humanos en una empresa?
a) Producir bienes o servicios.
b) Gestionar las relaciones laborales y el capital humano.
c) Realizar actividades de contabilidad y finanzas.

¿Qué es un organigrama?
a) Un diagrama que muestra la estructura jerárquica de una empresa.
b) Un documento que describe las funciones de un puesto de trabajo.
c) Un plan de capacitación para los empleados.

Menciona tres beneficios sociales que suelen ofrecer las empresas a sus empleados.

Sección 2: Habilidades Cognitivas

Ejercicio 1: Razonamiento Lógico

Series numéricas: Completa la siguiente 2 serie: 2, 4, 8, 16, ...

Analogías: Completa la siguiente analogía: Médico es a paciente como profesor es a...

Sección 3: Habilidades Interpersonales

Ejercicio 1: Situación Problema

Un empleado se acerca a ti quejándose de su carga de trabajo. ¿Cómo abordarías esta situación?

Sección 4: Atención al Cliente Interno

Caso Práctico:

Un empleado se acerca a ti para solicitar un permiso por enfermedad. No cuenta con el certificado médico. ¿Cómo manejarías esta situación?

Sección 5: Conocimientos Específicos de Software

Ejercicio 1:

Excel: Crea una tabla simple para calcular el salario mensual de un empleado considerando su sueldo base y horas extras.

Taller Práctico sobre Capacitación y Desarrollo del Talento Humano

Objetivos

- Identificar las necesidades de capacitación de un área o puesto específico.
- Diseñar un plan de capacitación que aborde dichas necesidades.
- Seleccionar las metodologías de capacitación más adecuadas.
- Evaluar la efectividad del programa de capacitación.

Defina:

¿Qué es la capacitación y el desarrollo?.
¿Cuáles son los tipos de programas de capacitación y desarrollo?.
¿Cómo se evalúa la efectividad de la capacitación y el desarrollo?.

Desarrollo

1: Selección de un Caso Práctico

- Selecciona una empresa o área de una empresa y un puesto específico para el cual diseñarán el programa de capacitación.

2: Análisis de Necesidades

- Realiza un análisis detallado de las necesidades de capacitación del puesto seleccionado, considerando factores como:
    - Conocimientos y habilidades requeridas
    - Desempeño actual de los empleados
    - Objetivos estratégicos de la organización
    - Tendencias del mercado laboral

3: Diseño del Programa de Capacitación

- Diseñarán un programa de capacitación completo, incluyendo:

    - Objetivos específicos del programa
    - Contenido del programa
    - Metodologías de capacitación (presencial, virtual, blended learning)
    - Recursos necesarios (materiales, instructores, plataforma)
    - Evaluación del programa

4: Presentación del Proyecto

- Cada grupo equipo presentará su proyecto de manera oral, exponiendo los siguientes aspectos:
    - Justificación de la necesidad de capacitación
    - Diseño del programa
    - Metodología de evaluación
    - Presupuesto estimado

5: Entrega del Informe Escrito

- Los equipos entregarán un informe escrito que incluya:
    - Introducción
    - Análisis de necesidades
    - Diseño del programa (objetivos, contenido, metodología, evaluación)
    - Conclusiones y recomendaciones

TALLER MARKETING BÁSICO

Instrucciones:

1. Lee cuidadosamente los siguientes enunciados y responde a cada uno de ellos de forma clara y concisa.
2. Desarrolla tus respuestas en un documento de texto o a mano, escribiendo de manera legible y ordenada.
3. Asegúrate de responder a todas las preguntas de manera completa y fundamentada.
4. La evaluación se basará en la claridad, precisión, completitud y aplicación de los conceptos aprendidos en el taller.

Enunciados:

Módulo 1: Introducción al Marketing

1. Define qué es el marketing y explica su importancia en las organizaciones.
2. Describe las diferencias entre marketing y ventas.

Módulo 2: Conceptos Fundamentales de Marketing

1. Explica qué es el marketing mix y describe cada uno de sus elementos (producto, precio, plaza y promoción).
2. ¿Por qué es importante la investigación de mercado? Describe los diferentes tipos de investigación de mercado.
3. Describe los factores que influyen en el comportamiento del consumidor y explica el proceso de decisión de compra.

Módulo 3: Ventas y Estrategias de Venta

1. Define qué son las ventas y explica sus objetivos.
2. Describe las etapas del proceso de venta y las actividades involucradas en cada una de ellas.
3. Explica en qué consisten las estrategias de venta consultiva, relacional y digital, y menciona las ventajas de cada una.

Módulo 4: Aplicaciones del Marketing y las Ventas

1. Describe cómo el marketing digital y las redes sociales pueden ser utilizados para alcanzar los objetivos de marketing de una empresa.
2. Explica la importancia de la ética y la responsabilidad social en el marketing y las ventas.
3. Menciona algunas de las tendencias futuras que se esperan en el ámbito del marketing y las ventas.

Actividad final:

Desarrolla un plan de marketing para un producto o servicio nuevo, utilizando los conceptos aprendidos en este taller. El plan debe incluir:

- Análisis de la situación actual
- Definición de objetivos de marketing
- Estrategias de marketing mix (producto, precio, plaza y promoción)
- Presupuesto de marketing
- Plan de medición y evaluación

Criterios de evaluación:

- **Claridad y precisión:** Las respuestas deben ser claras, precisas y fáciles de entender.
- **Completitud:** Las respuestas deben abordar todos los aspectos de cada enunciado.

- **Aplicación de conceptos:** Las respuestas deben demostrar una comprensión y aplicación adecuada de los conceptos aprendidos en el taller.
- **Análisis y pensamiento crítico:** Las respuestas deben mostrar capacidad de análisis y pensamiento crítico para aplicar los conceptos a situaciones reales.
- **Originalidad y creatividad:** El plan de marketing final debe ser original, creativo y adaptado al producto o servicio seleccionado.

Recursos adicionales:

- **Libro:** "Marketing: Conceptos básicos" de Philip Kotler y Gary Armstrong
- **Sitio web:** https://www.hubspot.com/
- **Blog:** https://rockcontent.com/
- **Asociación:** https://www.ama.org/

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
TALLERES.

1. ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE SABERES PREVIOS

- Basado en sus conocimientos previos:

- **Conteste** las siguientes preguntas:
  - ✓ ¿Ha realizado alguna vez investigación?, si su respuesta es "sí", cuente su experiencia al grupo, e identifique la experiencia con un dibujo.
  - ✓ ¿Sabe que es una investigación?
  - ✓ ¿Sabe cuál es el objetivo de una investigación?
  - ✓ ¿Para qué se hace una investigación?
  - ✓ ¿Cuándo ha contestado encuestas lo ha hecho con objetividad? De acuerdo con su respuesta, conteste: ¿sabe la importancia de responder las encuestas con objetividad?
- **Socialice** en plenaria en el ambiente de formación.

ambiente: Ambiente de Aprendizaje Polivalente
Recursos y Materiales: PC, Video Beam o TV.
Tiempo: 1 Hora.

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN Y TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO

3.3.1. Actividad de Aprendizaje1: Identificar el propósito de la investigación teniendo en cuenta las variables y fuentes de recolección de la información de la organización

- **Conforme** equipo de trabajo no superiores a 2 aprendices y desarrolle cada una de las actividades siguientes, de acuerdo a las indicaciones del instructor.
- **Lea** el documento "Procesos de Investigación – Salvador Garcia.pdf", ubicado en la URL **https://acortar.link/4NUKYP,** y tome apuntes de los conceptos más relevantes.
- **Analice** detenidamente los apuntes recolectados en la lectura y socialícelo en su equipo de trabajo.
- **Práctique** en **CMapTools** o CANVAS URL https://www.canva.com/es_co/graficos/mapa-conceptual/ , el proceso para realizar mapas conceptuales y siga las orientaciones del instructor.

- **Elabore** un mapa conceptual con las principales características (o las más relevantes), a tener en cuenta para elaborar la estructura de planeación de una investigación según los apuntes tomados. **EV01.**

  Los **mapas conceptuales** son una herramienta que posibilita organizar y representar, de manera gráfica y mediante un esquema, el conocimiento. Esta clase de mapas surgió en la década del '60 con los planteos teóricos sobre la psicología del aprendizaje propuestos por el norteamericano David Ausubel. Fuente: https://acortar.link/ZmSU2X

- **Lea** el documento "Etapas y Planificación.pdf", ubicado en la URL **https://acortar.link/ZnSRn1,** y tome apuntes de los conceptos más relevantes.
- **Elabore** una presentación en PowerPoint o Prezi siguiendo las indicaciones del instructor y en las que se dé respuesta a las siguientes preguntas: **EV02.**
  ¿Qué es el proceso de diseño y planificación de las etapas de la investigación?
  ¿Para qué se realiza el proceso de planificación de la investigación?
  ¿Qué beneficios, trae para el aprendiz investigador realizar una planificación de la investigación?

  Una **presentación** es una forma de ofrecer información. En una presentación hay diapositivas que van pasando una tras otra, de forma ordenada. Dentro de cada diapositiva hay texto, frases cortas, relacionado con imágenes, fotos, vídeos o gráficos. Fuente: https://acortar.link/8Wz8CP

- **Elabore** un cuadro sinóptico donde se identifiquen las fases del proceso de planeación de la investigación. **EV03.**

  Un **cuadro sinóptico** – también conocido como mapa sinóptico, y diagrama o esquema de llaves – es una forma visual de resumir y organizar ideas en temas, subtemas y conceptos. Esta herramienta sirve para identificar la información más importante de un texto, y así, comprenderlo mejor. Fuente: **https://acortar.link/mZnSrX**

- **Lea** el documento "módulo 3 "recolección de la información.pdf", ubicado en la URL **https://acortar.link/whJcRB,** y tome apuntes de los conceptos más relevantes.
- **Elabore** una presentación en PowerPoint o Prezi siguiendo las indicaciones del instructor y en las que se dé respuesta a las siguientes preguntas: **EV04.**
  ¿Qué es información primaria y cuáles son sus técnicas de recolección y secundaria?
  ¿Qué es información secundaria y cuáles son sus técnicas de recolección?
- **Investigue** sobre la aplicabilidad de los instrumentos para recolección, clasificación y tabulación de información.
- **Elabore** un resumen del tema y presentarlo en un trabajo en Word: **EV05.**
- **Socialice** su trabajo con los compañeros a través de una técnica grupal en sesión de formación.
- **Lea** el documento "módulo 4 "análisis de la información.pdf", ubicado en la URL **https://acortar.link/iocYbV,** y tome apuntes de los conceptos más relevantes.
- **Elabore** una presentación en canva siguiendo las indicaciones del instructor y en las que se dé identifique los aspectos más relevantes relacionados con el análisis de la información y cuáles son sus características, además de respuesta a las siguientes preguntas: **EV06.**
  ¿Qué son los instrumentos en la recolección de datos?

¿Qué es la observación estructurada?
¿Qué es un diario de campo?
¿Qué es una encuesta y qué tipo de encuestas hay?

- **Lea** el documento "módulo 5 "el proyecto de investigación.pdf", ubicado en la URL **https://acortar.link/iocYbV,** y tome apuntes de los conceptos más relevantes.
- **Elabore** una un trabajo en word, siguiendo las indicaciones del instructor, en donde de respuesta a la siguiente pregunta: **EV07.**

  ¿Por qué se hace necesario organizar la información a través de una técnica?

- **Lea** el documento 6, _organizacion_clasificacion_e_interpretacion_de_la_informacion_como_guia_del_ingeniero_industrial, .pdf", ubicado en la URL **https://acortar.link/iocYbV,** y tome apuntes de los conceptos más relevantes. **EV08.**
  - **Realice** lectura del material
  - **Debata** y realice por lo menos 2 ejercicios que representen los siguientes conceptos:
    Estadística Descriptiva.
    Estadística Inferencial.
    Universo.
    Población.
    Muestra.
    Variables y su clasificación.
    Medidas y mediciones.
    Variables cuantitativas y cualitativas.
    Tablas y gráficos.
    Realice un resumen que contenga y diferencie, los tipos de gráficos y tablas para organizar y tabular información

- **Socialice** el "**Mapa Conceptual**" con el grupo y participe de una crítica constructiva y reflexiva sobre el resto de los mapas realizados por sus compañeros, indicado su estado y como se puede estructurar de manera correcta e idónea si lo amerita.
- **Envíe** cada una de las evidencias al Drive (Mapa Conceptual), la evidencia debe tener su nombre así ("**Ev01-MapaConceptual – NombreAprendiz**") y relacioné la importancia de la temática nuestro desempeño laboral.

Suba al Drive cada evidencia

Ambiente: Ambiente de Aprendizaje Polivalente.
Recursos y Materiales: PC, Video Beam o TV.
Tiempo: 100 Horas

3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA

Realice una presentación en video, en donde expliquen de manera clara y creativa, la historia, desarrollo y problemática de una empresa imaginaria, donde plasme los conocimientos adquiridos. Este video debe ser cargado a la plataforma territorio.

Redacte el informe final con el guion del video realizado anteriormente, teniendo en cuenta las normas ortográficas y de redacción.

Ambiente: Ambiente de Aprendizaje Polivalente.

Recursos y Materiales: PC, Video Beam o TV.

Tiempo: 8 Horas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: **Evaluación, mapa conceptual, cuadros descriptivos** **Ev03 -** Cuadro Sinóptico-fases del proceso de planeación de la investigación **Ev07**. Prueba de Conocimiento	-Aplica la metodología de la investigación científica con rigor y responsabilidad en procesos investigativos, formativos o productivos. -Aplica los conceptos de población, muestra, variables de investigación de manera proactiva y ordenada. -Aplica con objetividad el procedimiento para compilar, tabular la información, empleando las fuentes disponibles y de acuerdo con las necesidades de la organización. -Identifica y aplica los instrumentos de recolección de información, para la compilación de información. -Aplica la metodología de la investigación científica para resolver problemas en las organizaciones con responsabilidad y diligencia -Establece criterios de clasificación de la información con diligencia y objetividad	**Técnica**: Observación Directa **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev01** **Técnica**: Formulación de peguntas **Instrumento**: **Prueba de conocimiento**

Evidencias de Desempeño Exposciones, **Ev01** Mapa Conceptual Estructura de planeación de una investigación. **Ev02 -** Presentación en PowerPoint o Prezi- ¿Qué es el proceso de diseño y planificación de las etapas de la investigación? **Ev04 -** Presentación en PowerPoint o Prezi- Recolección de la Información. **Ev06 -** presentación en canva aspectos más relevantes relacionados con el análisis de la información.	- Revisa de manera responsable y objetiva la información recolectada, teniendo como referentes la exactitud y pertinencia. - Organiza de manera oportuna la información compilada respondiendo a la investigación adelantada. - Presenta de manera responsable informe de la información compilada - Interpreta las medidas de tendencia central y las aplica al análisis de la información con oportunidad al trabajo solicitado. - Aplica con responsabilidad la codificación de la información procesada, y sintetiza los resultados obtenidos con ecuanimidad	**Técnica**: Observación Directa **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev02** **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev03** **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev04** **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev05** **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev06**
Evidencias de Producto: **Ev05** - trabajo en word resumen aplicabilidad de los instrumentos para recolección, clasificación y tabulación de información. **Ev07**- Trabajo en word el proyecto de investigación **Ev08 -** Realice un resumen que contenga y diferencie, los tipos de gráficos y tablas para organizar y tabular información **Ev09 -**Informe de investigación aplicada	. - Utiliza con responsabilidad las normas técnicas vigentes para la presentación de informes de investigación.	**Técnica**: Observación Directa **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev02** **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev05** **Instrumento**: Lista de Verificación – **Ev06**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Ana Maria Henao**	**Instructor**	**SENA / CTMAE**	**30 de abril 2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Evaluación de Cierre
https://forms.office.com/r/n5MwhBRgF6

TALLER INFORME EJECUTIVO

Los informes ejecutivos son herramientas clave en la toma de decisiones en cualquier organización. En el contexto de la Tecnología en Gestión Administrativa, la habilidad de presentar los resultados de una encuesta de satisfacción de manera clara y efectiva es fundamental para impulsar mejoras y optimizar los procesos administrativos.

1. Elabore un informe ejecutivo del resultado obtenido con las encuestas de satisfacción, donde quede reflejado lo visto en la formación.

2. Genere los resultados de las encuestas de satisfacción empleando gráficas simples y claras.

Puntos que debe tener el informe ejecutivo:

1. **Resumen ejecutivo:** Es una **sección breve** que resume los hallazgos más importantes del informe. Proporciona una visión general rápida de los puntos clave y las conclusiones principales.
2. **Introducción:** Esta sección establece **el contexto y el propósito del informe**, identificando el tema principal y explicando por qué es relevante para la organización.
3. **Metodología:** Si es relevante, esta sección **describe cómo se recopiló la información** o se llevó a cabo el estudio. Proporciona detalles sobre el enfoque metodológico utilizado para garantizar la validez y la fiabilidad de los datos.
4. **Resultados:** Aquí se presentan **los datos o las conclusiones** más importantes del informe. Puede incluir **tablas, gráficos** u otros recursos visuales para ayudar a transmitir la información de manera clara y efectiva.
5. **Análisis:** Esta sección **interpreta los resultados** presentados y los sitúa en el contexto adecuado. Puede incluir explicaciones sobre tendencias, comparaciones con datos anteriores o evaluaciones de desempeño.
6. **Conclusiones:** Se **resumen los puntos clave** y se destacan las implicaciones más importantes de los resultados presentados. Esta sección

puede incluir **recomendaciones o acciones** a tomar en función de los hallazgos del informe.

7. **Recomendaciones:** Si es apropiado, se pueden ofrecer sugerencias específicas para abordar los problemas identificados o para mejorar la situación en cuestión.
8. **Apéndices:** En algunos casos, se pueden incluir apéndices que contengan información adicional, como datos brutos, metodología detallada o análisis complementario.

TALLER IDENTIDAD CORPORATIVA.

1. **Definir la filosofía corporativa**

Es la concepción global de la organización; se trata de dar respuesta a las preguntas *¿quién soy y qué hago?, ¿cómo lo hago?, y ¿dónde quiero llegar?.* Es decir, se trata de definir:

La misión (qué es y qué hace la compañía)
Los valores (cómo hace la organización, sus negocios, cuáles son sus principios profesionales)
La visión (dónde quiere llegar; es la perspectiva de futuro de la compañía)

2. **Definir la cultura corporativa**

El conjunto de normas, valores y pautas de conducta compartidas y no escritas por las que se rigen los miembros de una organización y que se reflejan en sus comportamientos. Es el conglomerado de códigos y creencias compartidos por todos o por la gran mayoría de los miembros de una organización.



3. **Crear una imagen corporativa**

Que transmita la filosofía, la cultura, la personalidad y, en definitiva, la identidad de la organización. Se trata de definir la identidad visual de la empresa con el objetivo de transmitir las sensaciones, las emociones, la filosofía y los valores de la misma. Es lo que comúnmente se reconoce como marca, compuesto por:

- El nombre
- El logotipo
- El isotipo
- El isologotipo
- El color

Estos elementos tangibles serán el núcleo conceptual sobre el cual se va a apoyar la comunicación de la organización para transmitir su identidad intangible, es decir, la manera en que desea mostrarse y ser reconocida por su público. Cada vez más, los clientes ya no compran productos o servicios, sino que compran marcas y el conjunto de aspectos, tanto racionales como emocionales, que estás puedan ofrecerles.



7. Elaborar un manual de identidad corporativa

Se trata de elaborar un documento en el que se reflejan el conjunto de normas a las que los responsables de la imagen corporativa y la comunicación cultural recurren para unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica y corporativa de la empresa. El objetivo es promover la identidad visual en la forma más conveniente, consistente y eficiente.

Represente de forma muy específica gráfica el protocolo de vestuario de su organización

Instructora: ANA MARIA HENAO	**TECNOLOGO EN GESTION ADMINISTRATIVA**
ÁREA: TECNOLOGO EN GESTION ADMINISTRATIVA	**DURACIÓN:** 6 HORAS
CONCEPTO: Tipos de Clientes	**COMPETENCIA:** Servicio Al Cliente
FECHAS: Mayo	
LOGRO: el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización.	
ORIENTACIONES	
1. Lectura de la Guía. **2.** Leer con atención	

TALLER PORTAFOLIO DE SERVICIOS

1. Elabore un mapa conceptual explicando que es portafolios de servicios, sus tipos y partes de portafolio.
2. Elabore un modelo de portafolio de servicios con la empresa PILOTO

PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA ORGANIZACIÓN

Un portafolio de servicios es un documento en el cual se contempla la información básica y precisa de una empresa. Mediante el Portafolio de Servicios, la empresa da a conocer en forma detallada las cosas, elementos, productos y servicios que ofrece a sus clientes. También se puede denominar cartera de servicios, y su significado es el mismo.

Su función es informar, generar confianza e intentar convencer al cliente de las ventajas de contratar a la empresa/organización/trabajador independiente.

Los portafolios de servicios funcionan como una herramienta de mercadeo y publicidad, ya que permiten difundir información sobre el proceder de la organización.

Tipos De Portafolios

Existen dos tipos de portafolios de servicios: los físicos y los digitales.

- **Portafolios físicos de servicios:** Los portafolios físicos de servicios son documentos impresos. Los portafolios en este formato pueden ser:
  - **Un tríptico o un díptico**. En este caso, la información presentada será breve y concisa.
  - **Un manual de publicidad**, en el que se muestre con detalles la trayectoria de quien emite el portafolio. Explican los servicios ofrecidos, cómo se hace el trabajo y cómo se entrega, entre otros datos.

- **Portafolios digitales de servicios:** Los portafolios digitales se encuentran en

formatos que son leídos en computadoras, tablets, teléfonos inteligentes, entre otros aparatos electrónicos.

Estos suelen presentarse en PowerPoint o Portable Document Format (PDF). Cuando el portafolio de servicio se hace en alguno de estos tres formatos, suele ir acompañado de una presentación por parte de algún individuo de la empresa, con el objeto de aclarar dudas referentes a la organización. Además el portafolio puede ser resumido en un video corporativo.
También existen algunos portafolios de servicios que se incluyen en páginas webs. De este modo, la información de la empresa o del trabajador independiente tiene mayor alcance.

PARTES DE UN PORTAFOLIO DE SERVICIOS

El portafolio de servicios incluye diversos apartados. Cada uno de estos suministra información sobre un aspecto de la empresa que puede resultar de utilidad para los futuros clientes o socios.

Las partes fundamentales de un portafolio de servicios son la presentación, los objetivos, la misión y la visión, certificaciones, sociedades, clientes, proveedores, servicios (vigentes y en desarrollo), proyectos e información de contacto.

- **Presentación:** En la presentación se da información general de la empresa. En este apartado, se incluye el nombre de la organización, el año en el que comenzó a operar y cómo ha progresado desde su fundación.

- **Objetivos:** En esta parte del portafolio se incluyen las metas que la organización desea alcanzar a corto, mediano y largo plazo. Permite que los futuros clientes o socios se familiaricen con el proceder de la empresa.

- **Misión y visión:** La misión es la razón por la cual la empresa existe, el motor que la mueve. Es decir, es la justificación del accionar de la empresa. En este sentido, la misión se relaciona con los objetivos. Por su parte, la visión es la proyección que la empresa tiene de sí misma en un futuro, lo que espera cumplir a largo plazo. Es decir, cómo se ve en 10, 15, 20 años.

- **Certificaciones:** En este apartado se incluyen los reconocimientos que se le han otorgado a la empresa en su trayectoria. Este apartado es de vital importancia puesto que revela la calidad de la organización.

- **Sociedades:** En esta parte del portafolio se indican las relaciones que la empresa tiene con otras organizaciones o individuos.

- **Clientes:** En esta parte se muestra a grandes rasgos la trayectoria de la empresa, ya que se dan a conocer los individuos o grupos que han contratado los servicios de la empresa. En algunos casos se incluyen testimonios de los clientes que dan fe del proceder de la empresa.

- **Proveedores:** En este apartado se incluyen las organizaciones que suministran materiales para el desarrollo de los servicios que ofrece la empresa que emite el portafolio. Al igual que las certificaciones, la información sobre los proveedores revela la calidad de los servicios prestados por la empresa: si los proveedores son de confianza y de calidad, entonces es muy probable que los servicios ofrecidos también lo sean.

- **Servicios (vigentes y en desarrollo):** Este es el apartado central del portafolio, ya que se muestran los servicios que ofrece la empresa. Se debe incluir una lista

detallada de los servicios, tanto los que están vigentes (es decir, los que se están ejecutando al momento de la emisión del portafolio), como los que están en desarrollo (es decir, los que se espera ejecutar en un futuro inmediato).

- **Proyectos:** En el apartado “proyectos” se incluyen los planes y programas en los que la empresa está involucrada.

- **Información de contacto:** El portafolio de servicios debe cerrar con la información de contacto, de modo que los lectores de este documento puedan comunicarse con la empresa si están interesados en los servicios ofrecidos. Se debe incluir la dirección de la empresa, teléfonos, correos electrónicos, páginas webs y redes sociales en caso de que las tenga.

Ejemplo de portafolio de servicio:



Ejemplo De Portafolios De Servicios Empresarial

RAPIDOS

Paquetería para Colombia y el Mundo

Bienvenido a RÁPIDOS. Somos una empresa 100% colombiana fundada en 1999, dedicada al transporte de mercancías y documentos, en todo el país y el resto del mundo. Nuestra razón de ser es proporcionarle un servicio puntual y de excelencia en el transporte de sus paquetes y documentos siempre a tiempo y en el lugar donde nos indique.

Nuestra visión es posicionarnos como la empresa de paquetería número 1 en Colombia.

Puede contar con nuestros servicios:

- ✔ Recolección de sus paquetes en su domicilio, comercio u oficina sin cargo extra.
- ✔ Garantía de entrega a tiempo en 24 horas en las principales ciudades del país y su zona metropolitana, y de 36 a 48 horas en el resto de las zonas.
- ✔ Manejo profesional de sus paquetes y documentos. ¡Los tratamos como si fueran nuestros!
- ✔ Servicio express con entrega garantizada antes de 18 horas.
- ✔ Sistema de envíos internacionales a Estados Unidos, Canadá, España, Argentina y Brasil en 48 horas.
- ✔ Recepción y entrega de paquetes los 365 días del año, de 9 a 9 (aplica restricciones).
- ✔ Descuentos especiales a Mayoristas, vendedores por internet y empresas.

Y para que esté siempre seguro, le ofrecemos en todos sus paquetes:

- ✔ Atención personalizada por vía telefónica en nuestros horarios, y Chat las 24 horas, los 365 días del año.
- ✔ Número de seguimiento para cada uno de sus paquetes, que puede consultar en nuestra página, a cualquier hora del día o de la noche.
- ✔ Sistema de entrega contra reembolso.
- ✔ Personal altamente calificado.
- ✔ Envoltura impermeable y a prueba de golpes (impactos ligeros durante el transporte).

Somos conscientes de la necesidad de proteger a nuestro planeta, por ello nuestros vehículos de reparto están equipados con la tecnología híbrida, que permite ahorrar combustibles y es amigable con el ambiente. Además nuestras envolturas son oxo-biodegradables.

Algunos de nuestros principales clientes son: Bodegas el granero, El Palacio de Cobre, El Puerto de Essex, cómpralo-ya.com, gangasnetas.com.

Nuestro personal cuenta con más de 25 años de experiencia en el manejo y entrega de paquetería y documentos con la mayor profesionalidad y puntualidad.

Contáctenos:

Fast truck “PAQUETERIA” S.A de C. V.
“Tratamos sus paquetes como si fueran nuestros”
Carretera 45 kilómetro 468.
Tel. 56-36-99-89-74.
Mail: fast_truck@pipirin.com.
Seguimiento: www.fasttruck.mx/seguimiento
Visítienos: www.fasttruck.mx
Oficina regional Bogota
Avenida Caracas número 213
Tel. 55-11-12-13-14
Mail: Fasttruck-nau.

TALLER ¡ATRAPA LA LIEBRE!

1. Realizar la lectura de forma individual del siguiente libro: Enlace al libro https://www-alphaeditorialcloud-com.bdigital.sena.edu.co/reader/atrapa-la-liebre?location=1
   (El ingreso a la Biblioteca digital del SENA con usuario y contraseña es mediante su número de identificación).

2. Preparar una exposición en los grupos colaborativos de trabajo donde expongan de forma breve un resumen del libro y, de forma individual, manifiesten la enseñanza obtenida del mismo.

Taller
En los grupos colaborativos

1. Elabora un Mapa Conceptual donde se identifiquen claramente los tipos de servicios al cliente más frecuentes que encontramos en la actualidad.

2. Prepare una exposición en la que argumentos de manera clara y concisa el mapa conceptual.

Taller
Cazadores de Cliente

Tipos de clientes según su comportamiento
Cómo tratarlos?

1. Cliente amable
2. Cliente reflexivo
3. Cliente entusiasta
4. Cliente tímido
5. Cliente indeciso
6. Cliente silencioso
7. Cliente discutidor
8. Cliente orgulloso
9. Cliente escéptico
10. Cliente ocupado

Taller

Con la Empresa Piloto de Laboratorio Determinar y Justificar de manero Lógica según el contenido visto hasta el momento.

1. ¿La empresa Piloto debe contar con servicio al cliente y/o atención al cliente?

2. Identifique la estrategia de servicio al cliente de la empresa Piloto, considerando la identificación de las necesidades y objeciones de los clientes.

3. Defina cuál es el beneficio estrella del servicio al cliente.

4. Describa el tipo de servicio al cliente que ofrece la empresa Piloto.

5. Enumere los diferentes tipos de clientes con los que trabaja la empresa.

Describa cómo sería la atención al cliente personalizada proporcionada por la empresa

TALLER CRM

Elabora la siguiente investigación con su respectiva cita y bibliografía. Realízala de forma escrita a mano, escanéala y sube el archivo a Google Drive.

1. ¿Qué es un CRM?
2. Menciona cuáles son los objetivos del CRM.
3. ¿Cuáles son las características del CRM?
4. ¿Cuál es la metodología empleada por los CRM?
5. Menciona las estrategias del CRM."

CRM Casos de Éxito

nvestiga la reseña histórica y realiza un análisis del caso de éxito del CRM empleado por las siguientes compañías, recuerda subir el archivo al Google Drive

- Apple
- Amazon
- Iberia
- MacDonal´s
- Coca-cola
- Zara
- BMW

En los grupos colaborativos elaborar una encuesta empleando el aplicativo Google Forms con las siguientes Pautas

Aquí tienes algunas pautas generales para crear una encuesta de satisfacción efectiva:

1. Objetivos claros: Antes de comenzar, asegúrate de tener claros los objetivos de la encuesta. ¿Qué deseas saber? ¿Cuál es el propósito principal? Esto te ayudará a enfocar las preguntas de manera adecuada.
2. Preguntas específicas: Diseña preguntas que estén directamente relacionadas con tus objetivos. Evita preguntas ambiguas que puedan llevar a respuestas poco útiles.
3. Tipo de preguntas: Utiliza una combinación de preguntas cerradas (sí/no, escala de Likert, opciones múltiples) y preguntas abiertas (donde los encuestados pueden escribir sus propias respuestas). Las preguntas cerradas te proporcionarán datos cuantitativos fáciles de analizar, mientras que las preguntas abiertas pueden brindarte información más detallada y cualitativa.
4. Orden lógico: Organiza las preguntas de manera lógica y coherente. Por lo general, comienza con preguntas más generales y luego profundiza en aspectos específicos.
5. Brevedad: Mantén la encuesta lo más corta posible para evitar fatigar a los encuestados. Limítate a preguntar lo que realmente necesitas saber para cumplir tus objetivos.
6. Claridad y simplicidad: Asegúrate de que las preguntas sean claras y de fácil comprensión para los encuestados. Evita usar lenguaje técnico o confuso.
7. Neutralidad: Formula las preguntas de manera neutral, evitando cualquier sesgo que pueda influir en las respuestas de los encuestados.
8. Oportunidad de comentarios: Incluye al menos una pregunta abierta que permita a los encuestados expresar sus opiniones y comentarios de manera libre.
9. Prueba piloto: Antes de lanzar la encuesta a gran escala, realiza una prueba piloto con un grupo reducido de personas para identificar posibles problemas con las preguntas o la estructura de la encuesta.
10. Confidencialidad y anonimato: Asegúrate de garantizar la confidencialidad y el anonimato de los encuestados para fomentar respuestas honestas y sinceras.
11. Agradecimiento y seguimiento: Al final de la encuesta, agradece a los encuestados por su tiempo y consideración. Si es posible, considera enviar un seguimiento para compartir los resultados o las acciones tomadas en base a las respuestas recibidas.

En los grupos colaborativos, investiga, elabora y prepara una exposición de:

Grupo 1- ESTANDARES DE SERVICIO.

Grupo 2- Proceso ISO 9000.

Grupo 3- MOMENTOS DE VERDAD.

Grupo 4- TRIANGULO DE SEVICIO.

Grupo 5- CICLO DEL SERVICIO