PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Monteria, 16 de octubre del 2025

Señor (a)
JORGE GOMEZ BEDOYA
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.7547522**
INSTRUCTOR G08
CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA
MONTERIA

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes octubre del año 2025.

Referencia: No CO1.PCCNTR.7547522 del 2025

OSCAR MARIO OCHOA ALVAREZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. **1.063.358.168** de Puerto Libertador, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro de Comercio Industria Y Turismo de Cordoba, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para el contrato la suma CUARENTA Y CINCO MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL CIENTO DIEZ PESOS M/CTE ($45.995.110) Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) un primero pago correspondiente al mes de febrero de 2025 por valor NOVECIENTOS DIECINUEVE MIL NOVECIENTOS TRES M/CTE ($ 919.903); b) nueve (9) pagos iguales por los meses de marzo a noviembre de 2025 por valor de CUATRO MILLONES QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS ONCE PESOS M/CTE. ($4.599.511) cada uno.; c) un pago por el mes de diciembre de 2025 por valor TRES MILLONES SEISCIENTOS SETENTA Y NUEVE MIL SEISCIENTOS OCHO ($3.679.608).

Plazo: Será hasta el 23 de diciembre de 2025

OBJETO:
CONTRATAR LOS SERVICIOS PERSONALES DE CARÁCTER TEMPORAL COMO INSTRUCTOR CONTRATISTA PARA IMPARTIR FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA OFERTA REGULAR, TITULADA Y COMPLEMENTARIA PRESENCIAL Y VIRTUAL EN EL CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO DEL SENA REGIONAL CÓRDOBA.

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Planear y ejecutar la formación profesional cumpliendo con la programación académica predeterminada por la coordinación respectiva en los programas y competencias asignada, para el logro de los resultados de aprendizaje definidos, cumpliendo las horas de formación de las competencias de los programas de formación equivalentes a la programación de la Formación Profesional Integral.	Se apoya la planeación de la formación técnica y complementaria de acuerdo al programa de formación **ficha 3172259** MONINA Y PRESTACIONES SOCIALES. Cienaga de oro **COMPETENCIA**: Registrar información de acuerdo con normativa y procedimiento técnico **Resultado de aprendizaje:** 01 reconocer los sistemas de información de acuerdo a la disponibilidad y las necesidades de la organización. 02 utilizar los recursos ofimáticos del área funcional de acuerdo a las tecnologías disponibles. 03 procesar datos utilizando herramientas ofimáticas de acuerdo a las necesidades del área funcional 04 consolidar información de manera física o electrónica haciendo uso de la tecnología disponible.	Anexo Cuadro de ventos mes de octubre, evidencias fotográficas y listados de asistencia

		05 elaborar reportes de acuerdo a los requerimientos de información de la organización **Ficha 3295479** CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS – MONTELIBANO **Competencia:** Reconocer recursos financieros de acuerdo con metodología y normativa **Resultado de aprendizaje:** 1. identificar la estructura empresarial, normativa laboral, comercial, contable financiera y tributaria, de acuerdo con el tipo de organización. Preparar documentos e información contable, de acuerdo con procedimiento técnico y normativa. **Complementario ficha 3343811 emprendimiento innovador.** **COMPLEMENTARIO** **Emprendimiento innovador – monteria** **Emprendimiento innovador – monteria** **Competencia**: Coordinar proyectos de acuerdo con los planes y programas establecidos por la empresa. **Resultado de aprendizaje**: Formular propuestas de innovación y mejoramiento de los procesos administrativos de acuerdo con las observaciones y problemas tecnológicos surgidos	

		en los sistemas productivos agropecuarios, presentadas en informes periódicos de acuerdo con la política empresarial. participar en las actividades tecnológicas y operativas en la empresa agropecuaria de acuerdo con las líneas productivas propias de su perfil, utilizando técnicas y tecnologías vigentes, automatizadas y sistematizadas según la política	
2	Apoyar la elaboración de la planeación pedagógica, guías de aprendizaje, instrumentos de evaluación, plan de trabajo, ayudas didácticas requeridos para el desarrollo de los procesos de formación asignados.	Se elaboro guía de aprendizaje Contabilización de operaciones comerciales y financieras, Monina y prestaciones sociales Y del COMPLEMENTARIO: **Emprendimiento innovador**	Anexo guía de aprendizaje.
3	Registrar en el aplicativo SOFIA PLUS, todas las evidencias del proceso formativo: crear las rutas de aprendizaje, asociar aprendices, realizar registro de inasistencia de aprendices, planes de mejoramiento y registrar juicios evaluativos, acorde con los lineamientos institucionales.	Se registro en el aplicativo sofia pluss la evaluacion de la ficha **3317394** Costos por ordenes de produccion en las mipymes Se registro en el aplicativo sofia la creación de ruta asociada de los aprendices de la ficha **3295479** Contabilizacion de operaciones comerciales y financieras. Se registro en el aplicativo sofia la creación de ruta asociada y evaluación de la ficha **3343811** emprendimiento innovador.	Anexo pantantallazo de sofia pluss
4	Participar en las reuniones de equipos de ejecución de la formación por grupo o áreas, según la determinación de la respectiva Coordinación Académica y de acuerdo con el procedimiento establecido por la institución, para garantizar integralidad en el diseño de actividades de aprendizaje.	No aplica	No aplica
5	Presentar las actas finales de cierre de etapa lectiva de las fichas asignadas	Durante este mes de octubre no se a realizado acta finales de	No aplica para este mes objeto de cobro.

	como responsable, acorde con los lineamientos institucionales.	cierre ya que el técnico que tengo asignado no esta en etapa lectiva.	
6	Apoyar el trámite de las novedades de deserción de aprendices acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz.	No se realizo proceso de deserción ya que no hay aprendisces hasta la fecha para desertar.	No aplica para este mes objeto de cobro.
7	Asistir a los aprendices en las novedades acorde con lo establecido en el reglamento del aprendiz	No se realizo proceso de novedades de los aprendices en la plataforma sofia plus, ya que no se ha dado la oportunidad de realizar la primera novedad.	No aplica para este mes objeto de cobro.
8	Aportar todos los documentos soporte del proceso de formación profesional, publicados en la plataforma SIGA, así como los requeridos para aseguramiento de la calidad (Autoevaluación y Registro calificado).	Se aportan los documentos utilizados en el proceso de la formación como guias de aprendizaje.	Guias de aprendizaje.
9	Participar en proyectos de investigación aplicada, técnica y pedagógica en función de la formación profesional de los programas relacionados con el área temática.	Durante este mes objeto de cobro no se participo en proyectos de investigación.	No aplica para este mes objeto de cobro.
10	Gestionar la colocación de aprendices en alguna de las modalidades de etapa productiva y rendir informes periódicos de los resultados alcanzados, conforme a las instrucciones que les sean impartidas	Durante este periodo no se gestionó la colocación de aprendices en las modalidades de etapa productiva.	No aplica para este mes objeto de cobro.
11	Subir los documentos soporte del pago en la plataforma del SECOP II en los plazos establecidos por la entidad y acorde con los requisitos legales exigidos. De evidenciarse la falta de cargue de los documentos para el respectivo pago en la plataforma por dos meses seguidos se procederá con el inicio de proceso de incumplimiento contractual.	Se realizo el cargue de los documentos en el aplicativo SECOP II: Gestión Financiera. Gestión Contractual.	Información registrada en el aplicativo SecopII
12	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo máximo de tres (3) días hábiles anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	Hasta la fecha no se han presentado anomalías, no aplica para este mes objeto de cobro	No aplica aun para este mes objeto de cobro.

13	Comunicar al Supervisor del contrato en un plazo no inferior a quince (15) días hábiles las anomalías, inconsistencias, novedades del Contrato (Cesion - Terminacion).	Hasta la fecha no se han presentado anomalías, no aplica para este mes objeto de cobro	No aplica aun para este mes objeto de cobro.
14	Atender las solicitudes realizadas por el supervisor del contrato.	Se atendieron todas las solicitudes realizadas por el supervisor de contrato.	Informe mes de octubre subido en secop II.

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe

Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

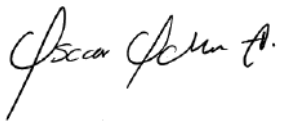
ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	XX	XX	XX	XX

Nota 1: Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. **5167507266** de la planilla, Expedido por Bancoomeva correspondiente al mes de septiembre de 2025 (Decreto Ley 2106 de 2019 – " Decreto Ley Antitrámites")

Evidencias en (x) folios

Cordialmente,



OSCAR MARIO OCHOA ALVAREZ

Contratista

C.C. No. No 1.063.358.168 de Puerto Libertador

Recibí a satisfacción:

Firma

JORGE GOMEZ BEDOYA SUPERVISOR (A)

CONTRATO No. **CO1.PCCNTR.7547522** del 2025

INSTRUCTOR G08

REPORTE MENSUAL DEL INSTRUCTOR

REGIONAL CORDOBA

CENTRO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO

NOMBRE COMPLETO DEL INSTRUCTOR:	**OSCAR MARIO OCHOA ALVAREZ**	**AÑO:**	**2025**
CÉDULA:	**1063358168**	**MES:**	**OCTUBRE**

PARTE HORAS DIRECTAS A FORMACIÓN - PROGRAMAS EN FORMACIÓN TITULADA Y/O COMPLEMENTARIA

			HORARIO		FECHA		DIAS									
Ficha	**Programa de Formación**	**Tipo**	**Hora Inicial**	**Hora Final**	**Fecha Inicio**	**Fecha Fin**	**L**	**M**	**M**	**J**	**V**	**S**	**D**	**Dias**	**Si es programa complementario ¿INCLUIR FESTIVOS?**	**COMPETENCIA DESARROLLADA**	**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**	**Horas por sesión**	**Cantidad Sesiones**	**Festivos**	**Total Horas**
3172259	MONINA Y PRESTACIONES SOCIALES- CIENAGA DE ORO	TECNICO	12:00	20:00	6/10/2025	6/10/2025	X							Lunes		REGISTRAR INFORMACIÓN DE ACUERDO CON NORMATIVA Y PROCEDIMIENTO TÉCNICO	01 RECONOCER LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE ACUERDO A LA NORMATIVIDAD Y LOS PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	8	1	0	8
3172259	MONINA Y PRESTACIONES SOCIALES- CIENAGA DE ORO	TECNICO	12:00	20:00	20/10/2025	27/10/2025	X							Lunes		REGISTRAR INFORMACIÓN DE ACUERDO CON NORMATIVA Y PROCEDIMIENTO TÉCNICO	01 RECONOCER LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE ACUERDO A LA NORMATIVIDAD Y LOS PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	8	2	0	16
3295479	CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS - MONTELIBANO	TECNICO	12:00	20:00	3/10/2025	31/10/2025					X			Viernes		RECONOCER RECURSOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y NORMATIVA	1. IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA CONCEPTUAL, CONTABLE FINANCIERA Y TRIBUTARIA DE ACUERDO CON EL CAMPO DE ACTUACIÓN COMERCIAL, CONTABLE FINANCIERA Y TRIBUTARIA DE ACUERDO CON EL	8	5	0	40
3295479	CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS - MONTELIBANO	TECNICO	6:00	14:00	4/10/2025	25/10/2025						X		Sábado		RECONOCER RECURSOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y NORMATIVA	1. IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA CONCEPTUAL, CONTABLE FINANCIERA Y TRIBUTARIA DE ACUERDO CON EL CAMPO DE ACTUACIÓN COMERCIAL, CONTABLE FINANCIERA Y TRIBUTARIA DE ACUERDO CON EL	8	4	0	32
COMPLEMENTARIO	EMPRENDIMIENTO INNOVADOR - MONTERIA	COMPLEMENTARIO	7:00	15:00	7/10/2025	15/10/2025		X	X	X				Martes; Miércoles; Jueves		COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA	PRODUCCIÓN Y APLICACIONES DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA	8	5	0	40
COMPLEMENTARIO	EMPRENDIMIENTO INNOVADOR - MONTERIA	COMPLEMENTARIO	7:00	15:00	21/10/2025	29/10/2025		X	X	X				Martes; Miércoles; Jueves		COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA	PRODUCCIÓN Y APLICACIONES DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA	8	5	0	40
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																		0	0	0	0
																TOTAL HORAS					**176**

PARTE HORAS OTRAS ACTIVIDADES

PARTE APOYO PRESTADO ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

	ACTIVIDAD	JUSTIFICACIÓN	FECHA		HORARIO			HORAS
			DESDE	HASTA	DESDE		HASTA	
1								
2								
3								
4								
5						DESDE		
					TOTAL HORAS			**0**

PARTE CAPACITACION INSTRUCTORES PLANTA

	NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN		FECHA		HORARIO			HORAS
			DESDE	HASTA	DESDE		HASTA	
1						DESDE		
2						DESDE		
3						DESDE		
					TOTAL HORAS			**0**

PARTE OTRAS ACTIVIDADES INSTRUCTORES PLANTA

1	Preparación de clases		
2	Incapacidad		
3	Lider WorldSkills		
4	Permiso Sindical		
5	Investigacion		
6	Permiso por estudio		
7	Act. Culturales (Evento deportivo Nacional)		

FECHA		HORARIO			HORAS
DESDE	HASTA	DESDE		HASTA	
		TOTAL HORAS			**0**

TOTAL HORAS REPORTADAS	**176**

FIRMA DEL INSTRUCTOR: OSCAR OCHOA ALVAREZ

ANEXO EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL TÉCNICO FICHA 3295479 CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS – MONTELIBANO







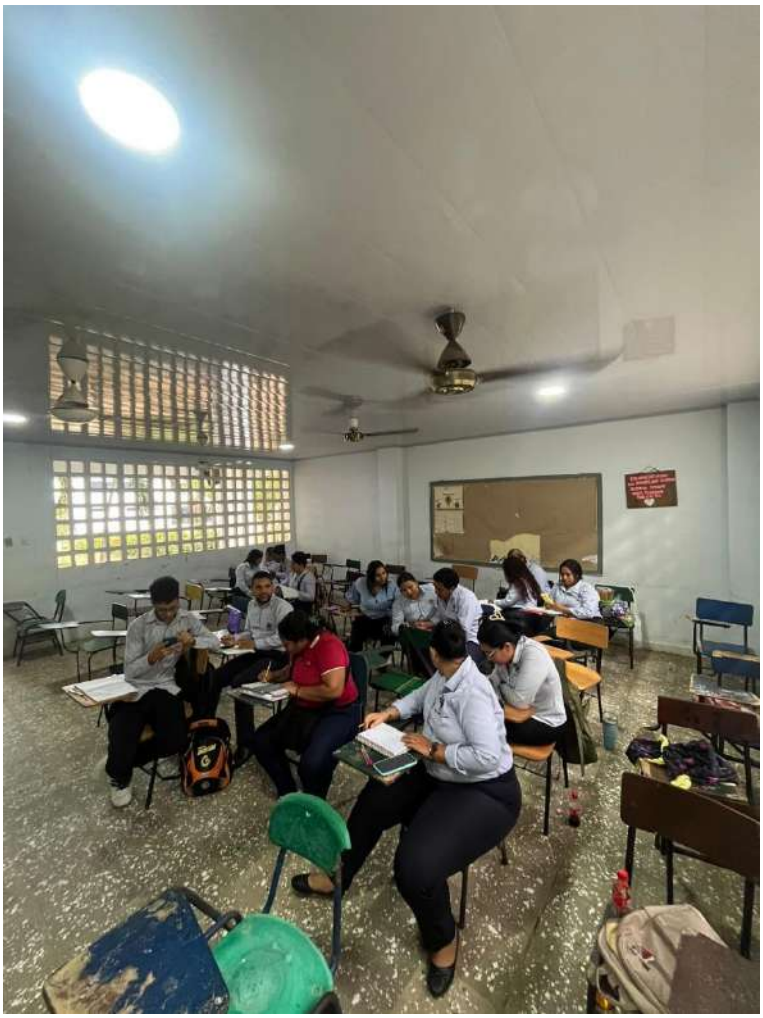








ANEXO EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL TÉCNICO FICHA 3172259 MONINA Y PRESTACIONES SOCIALES. CIENAGA DE ORO









COMPLEMENTARIO FICHA 3343811 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR.



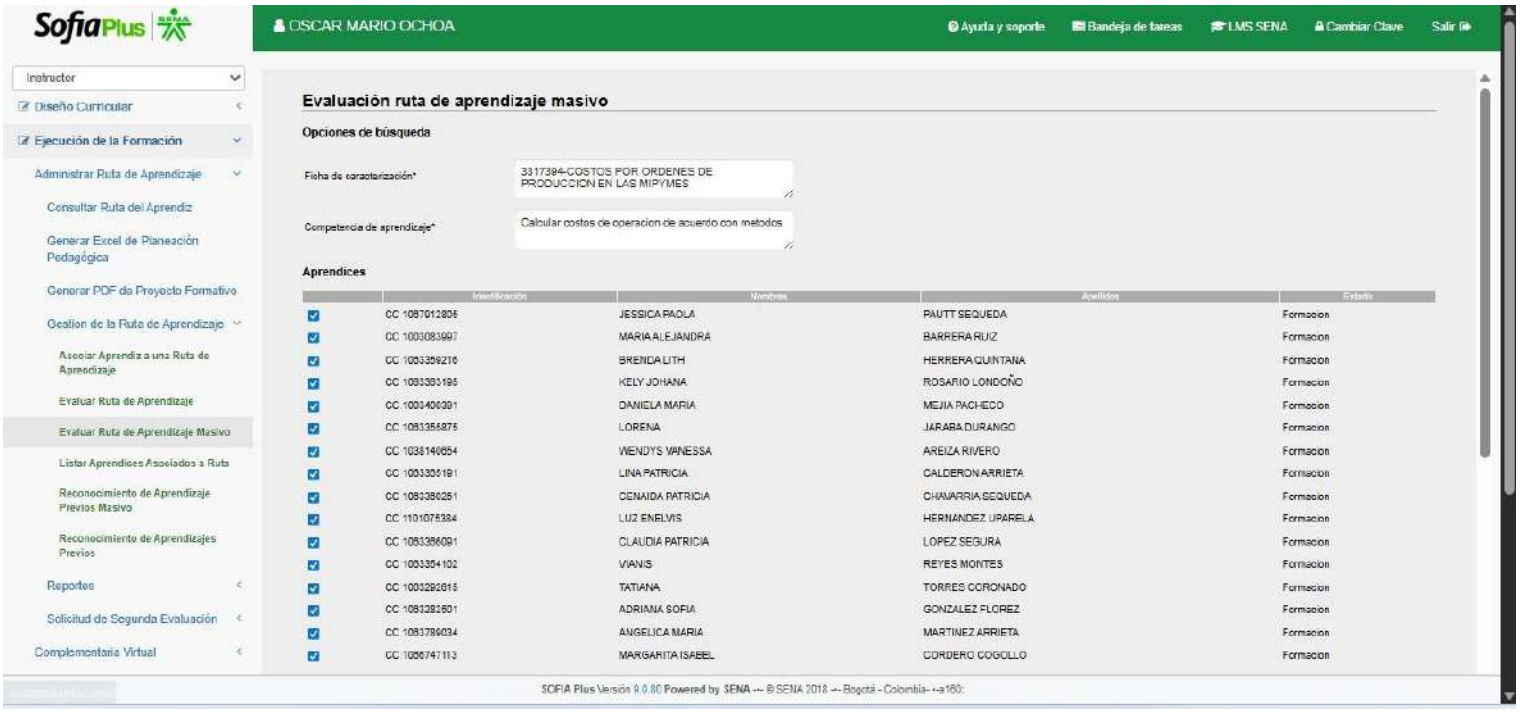


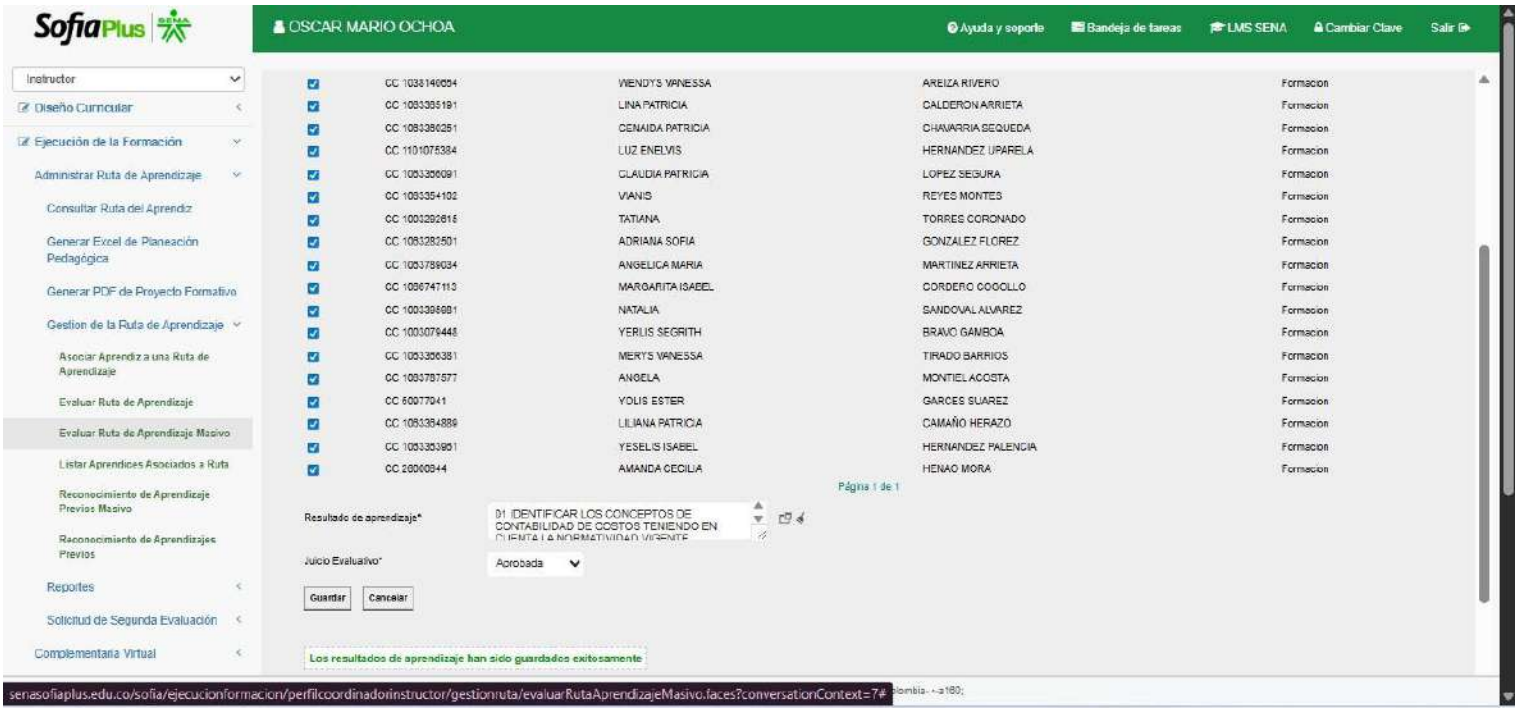



Supermercado

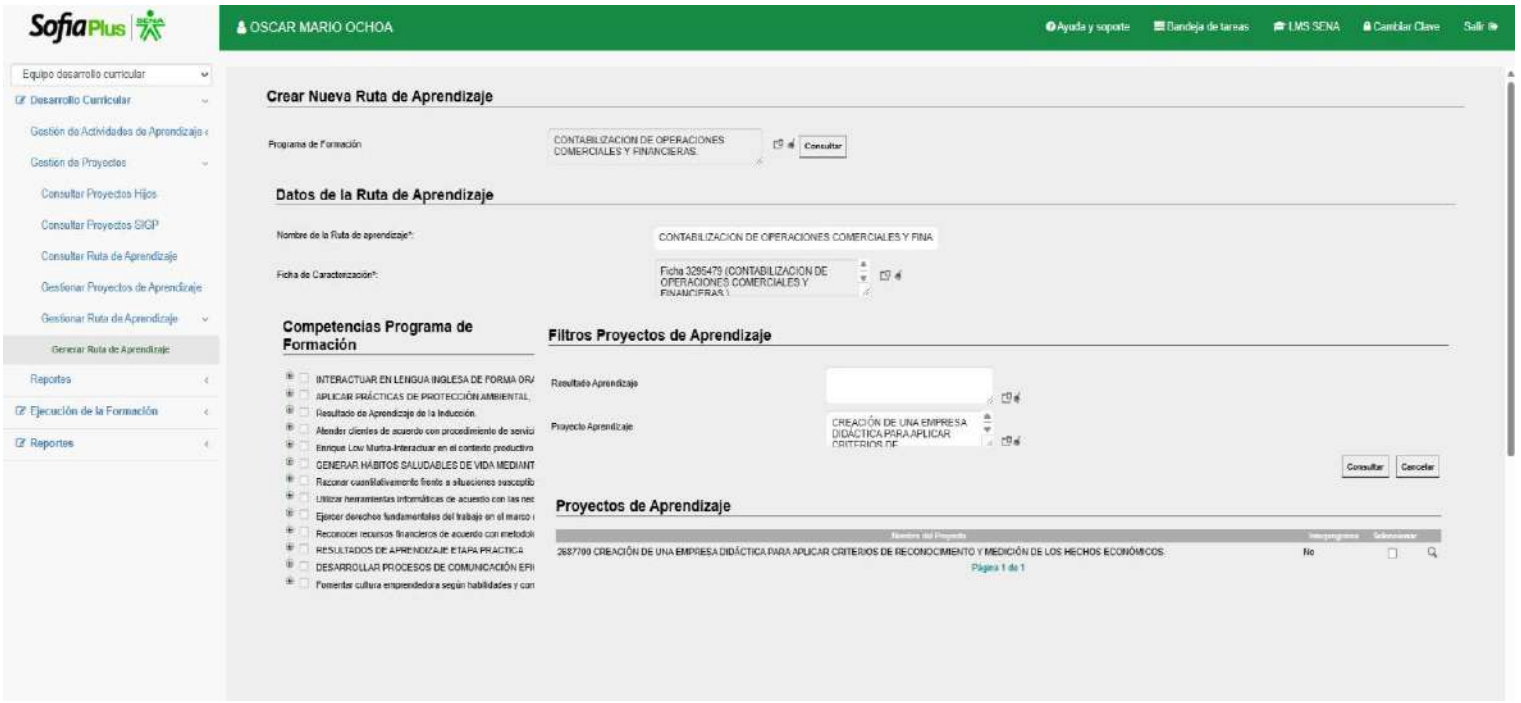


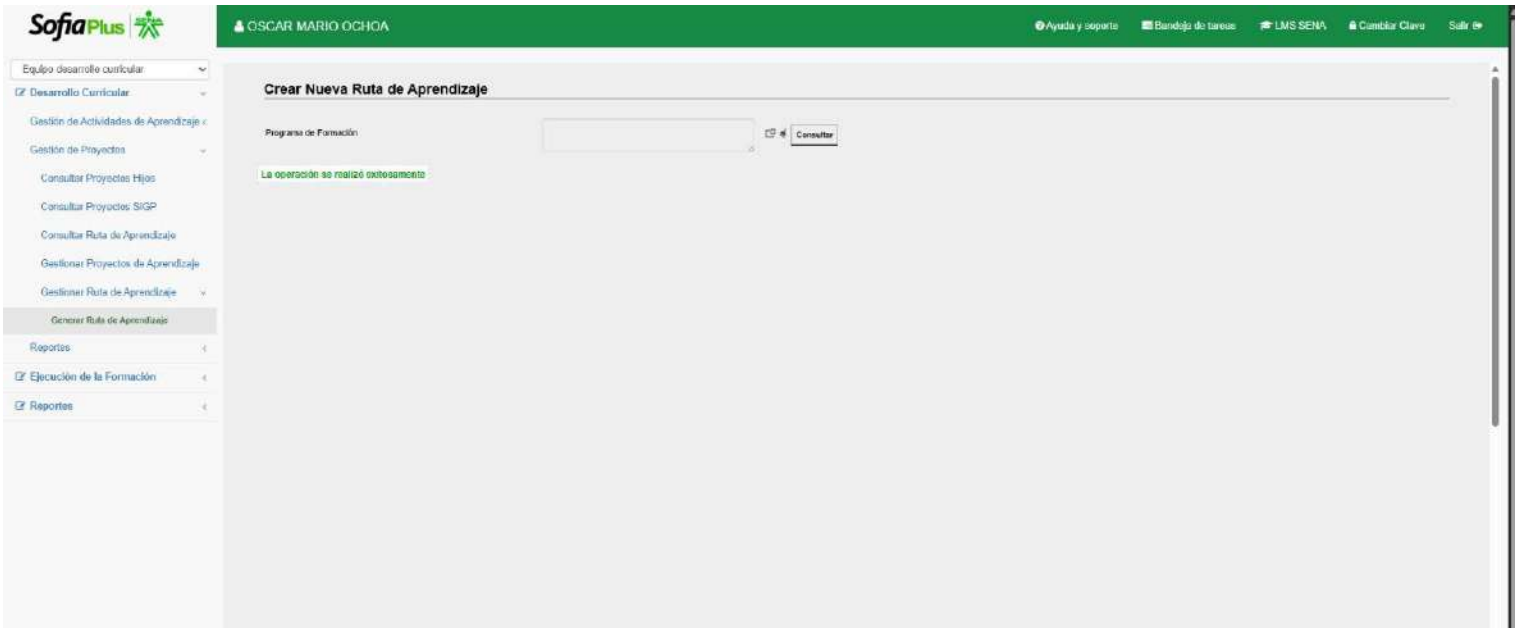
ANEXO PANTALLAZO DE EVALUACION FICHA **3317394** COSTOS POR ORDENES DE PRODUCCION EN LAS MIPYMES



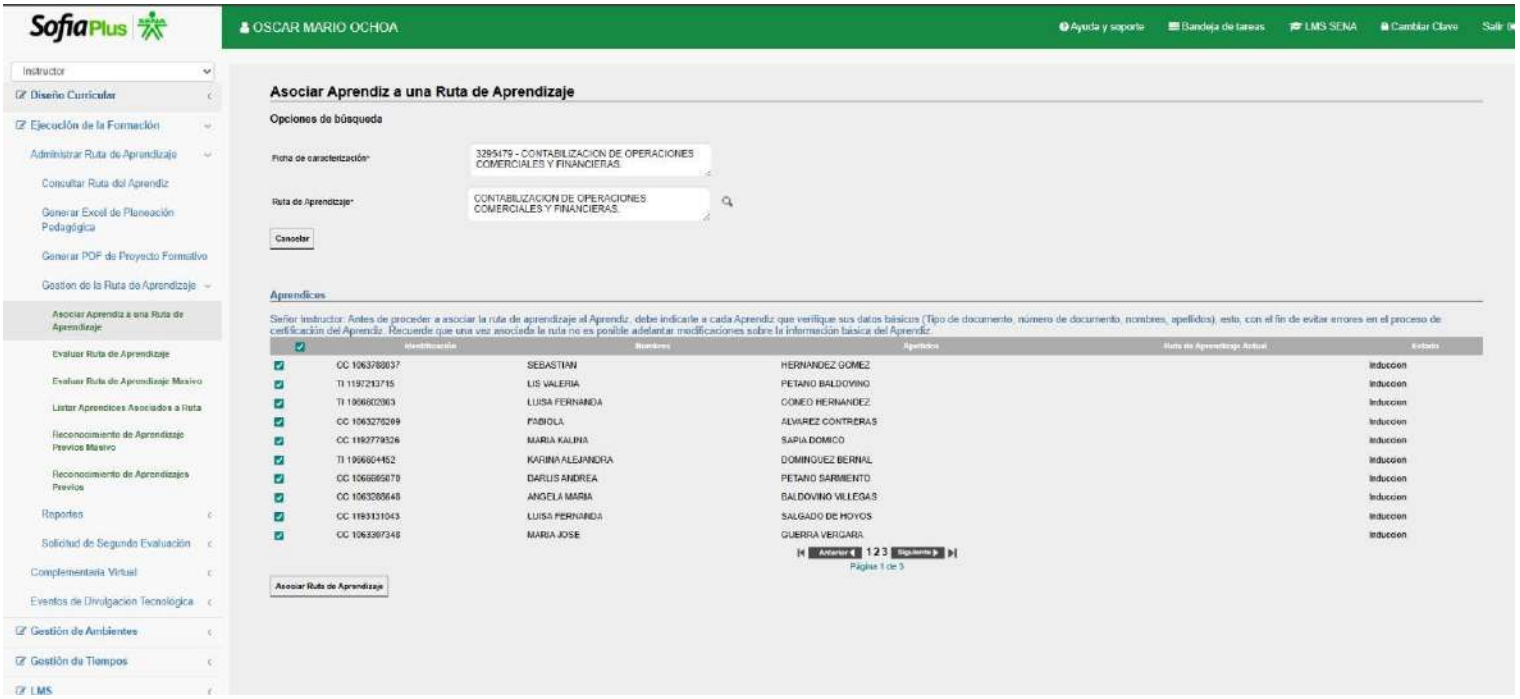


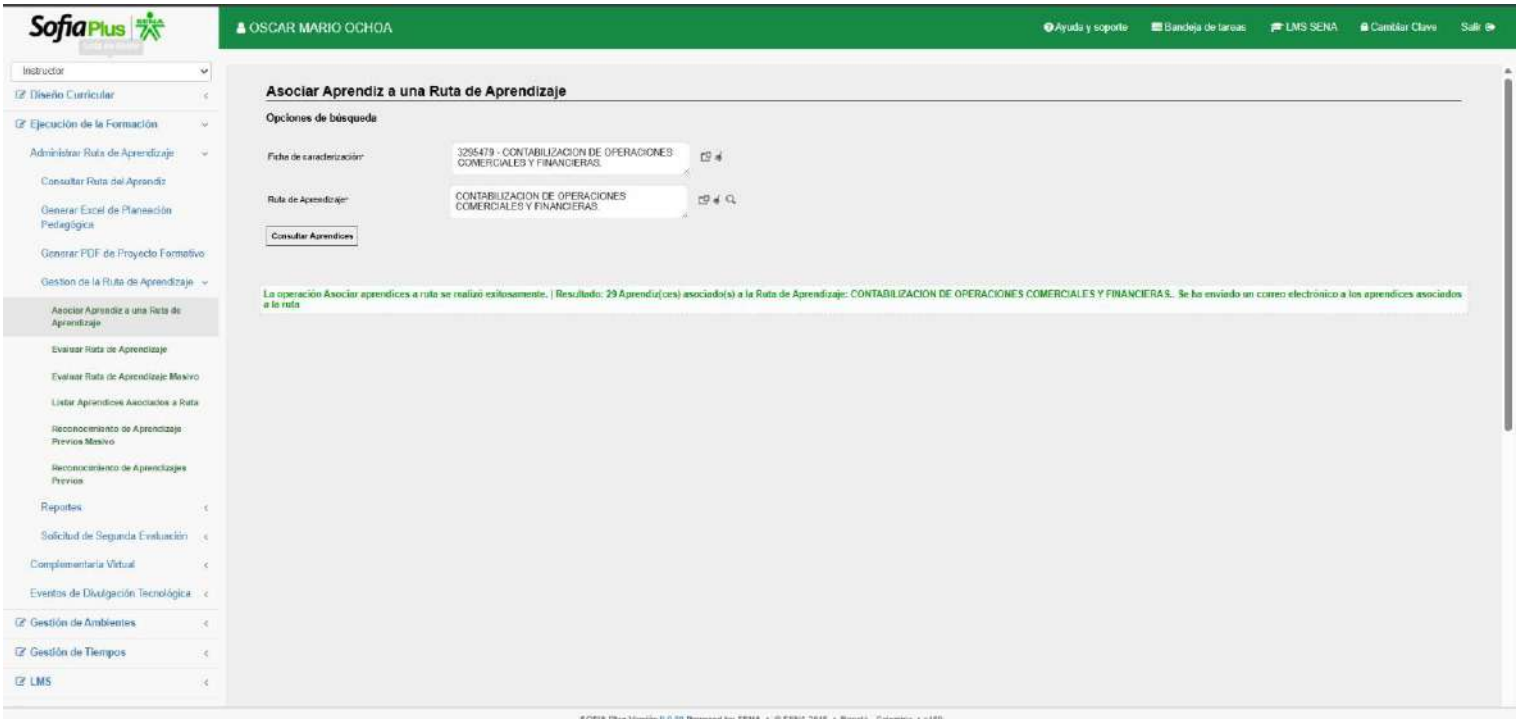
ANEXO PANTALLAZO DE CREACIÓN DE RUTA FICHA 3295479 CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS



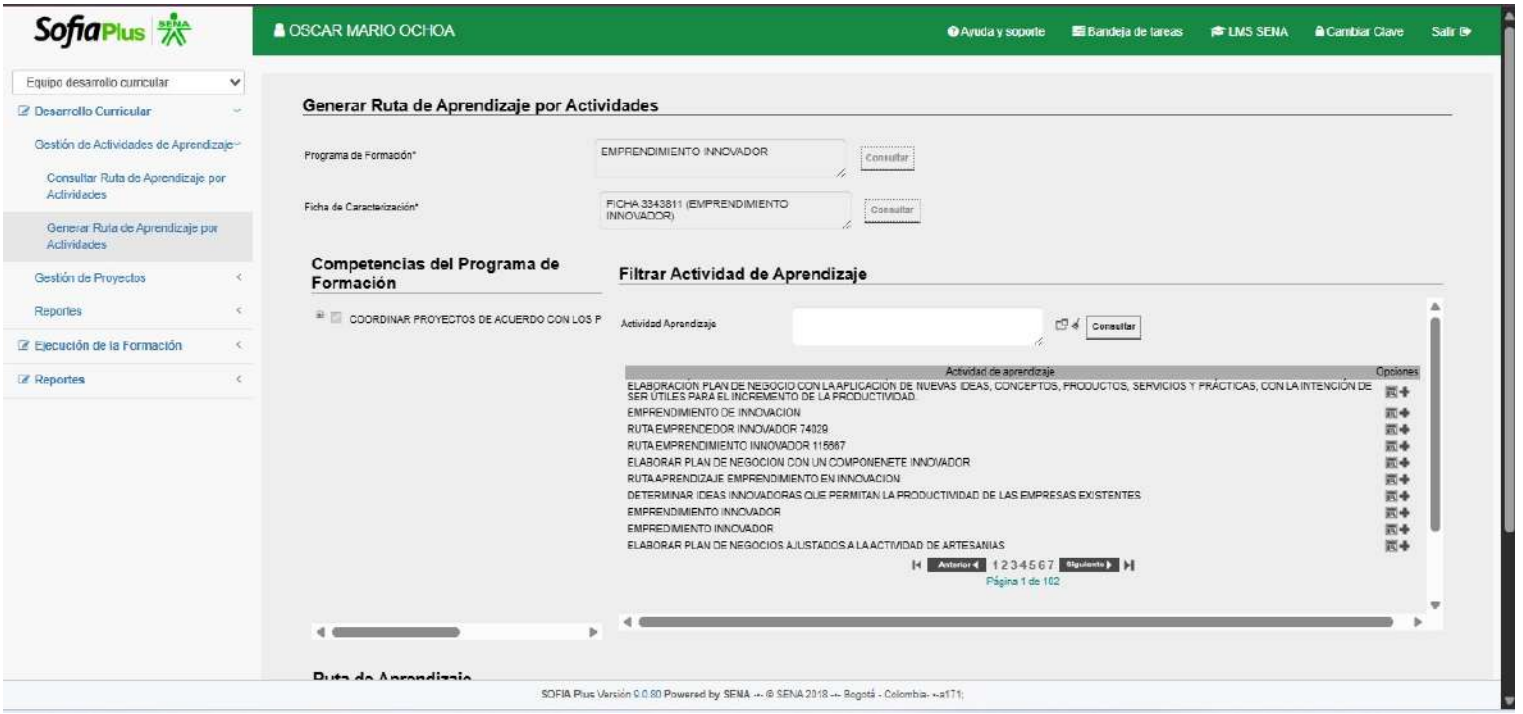


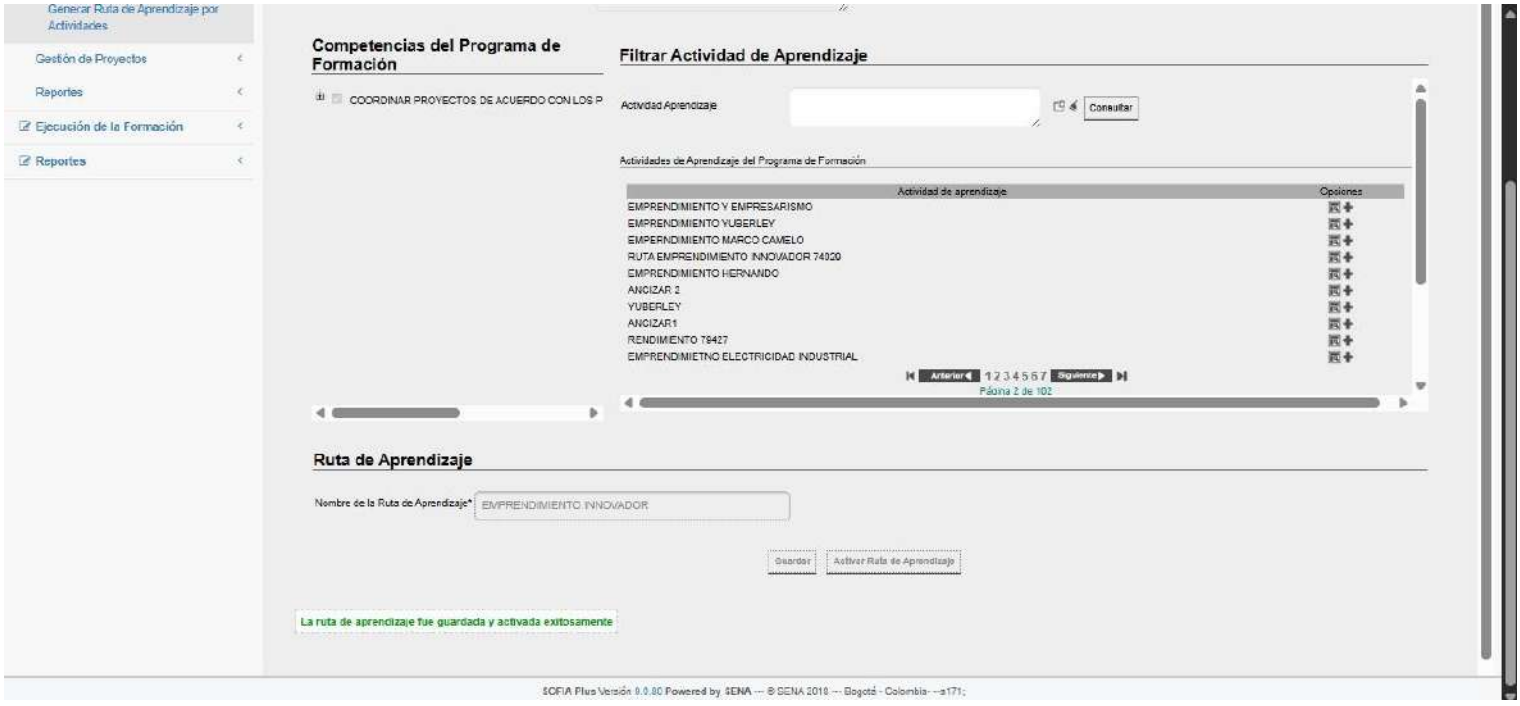
ANEXO PANTALLAZO DE ASOCIAR A LOS APRENDICES FICHA 3295479 CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS



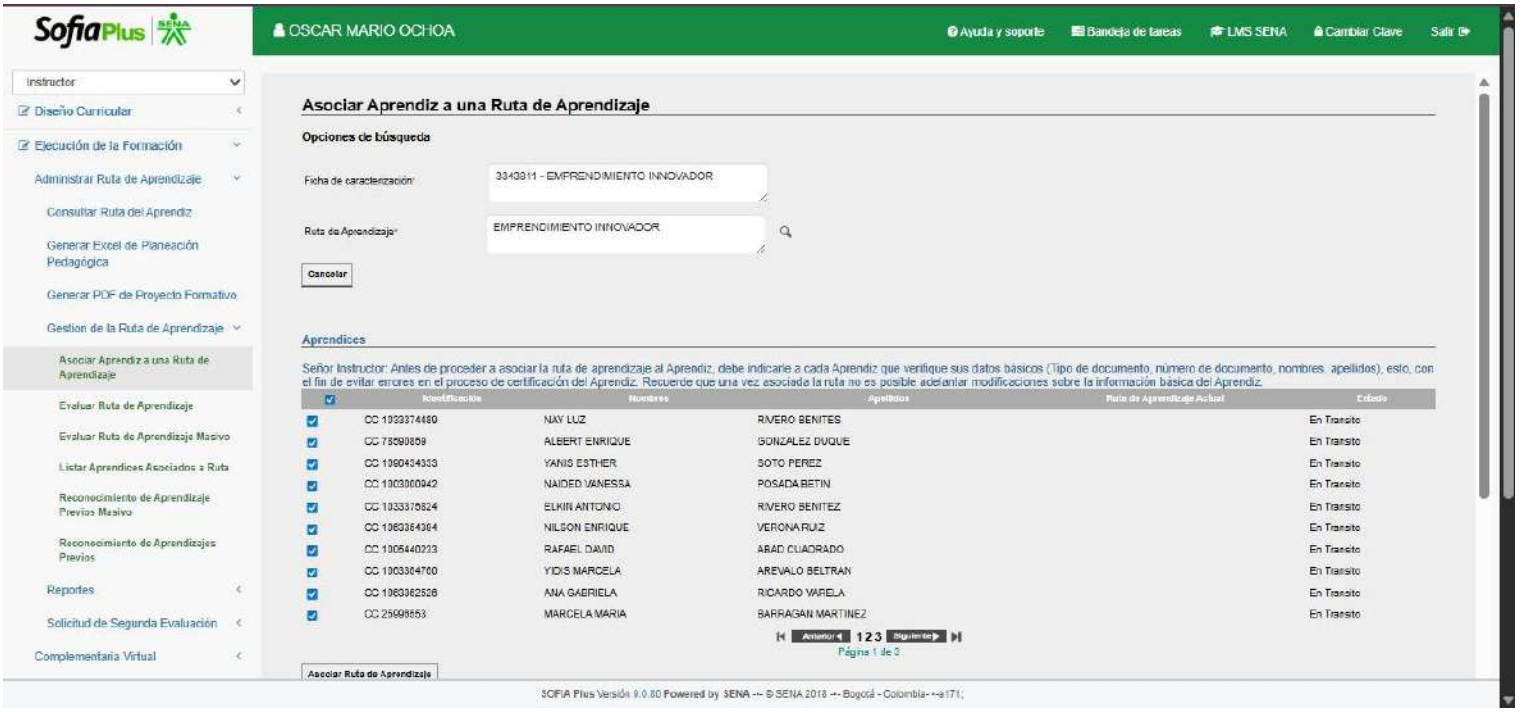


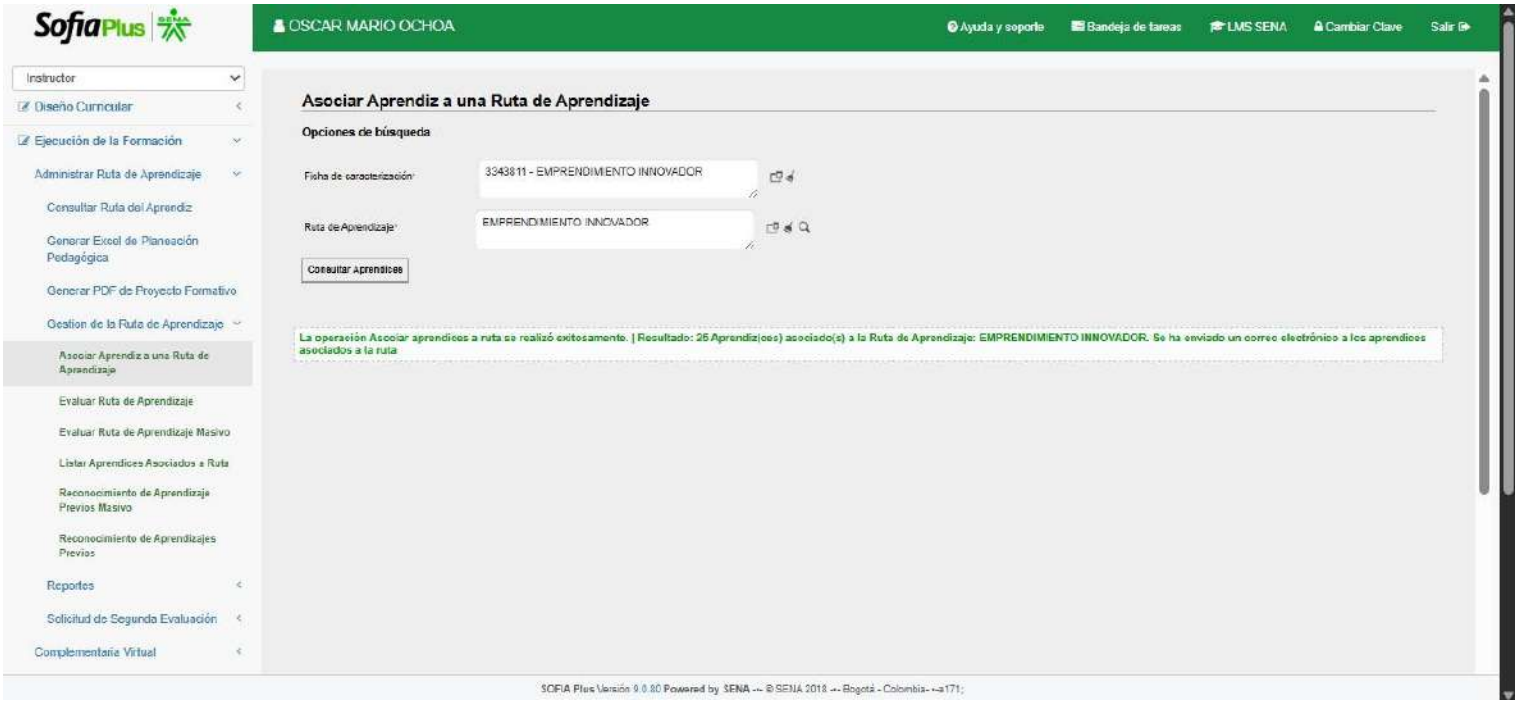
ANEXO PANTALLAZO DE CREACIÓN DE RUTA FICHA 3343811 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR



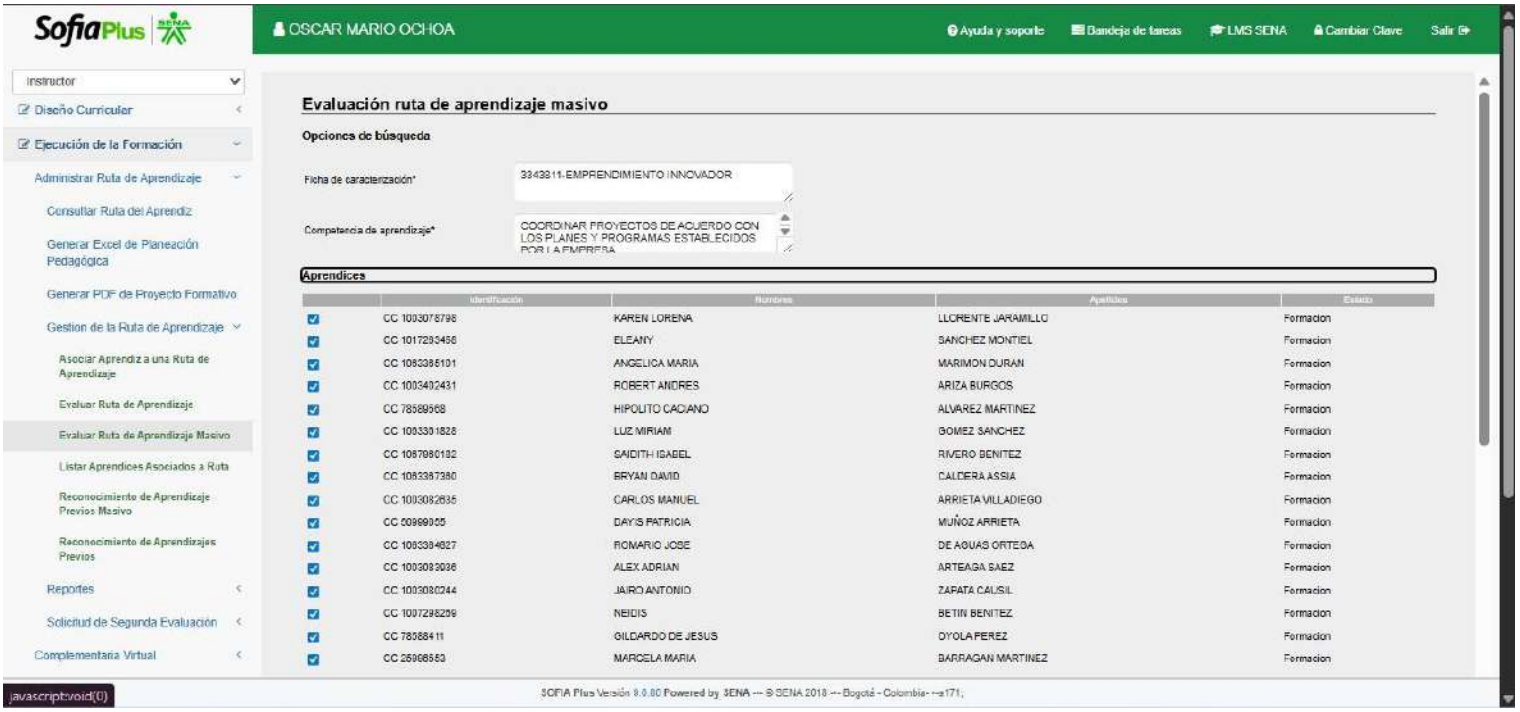


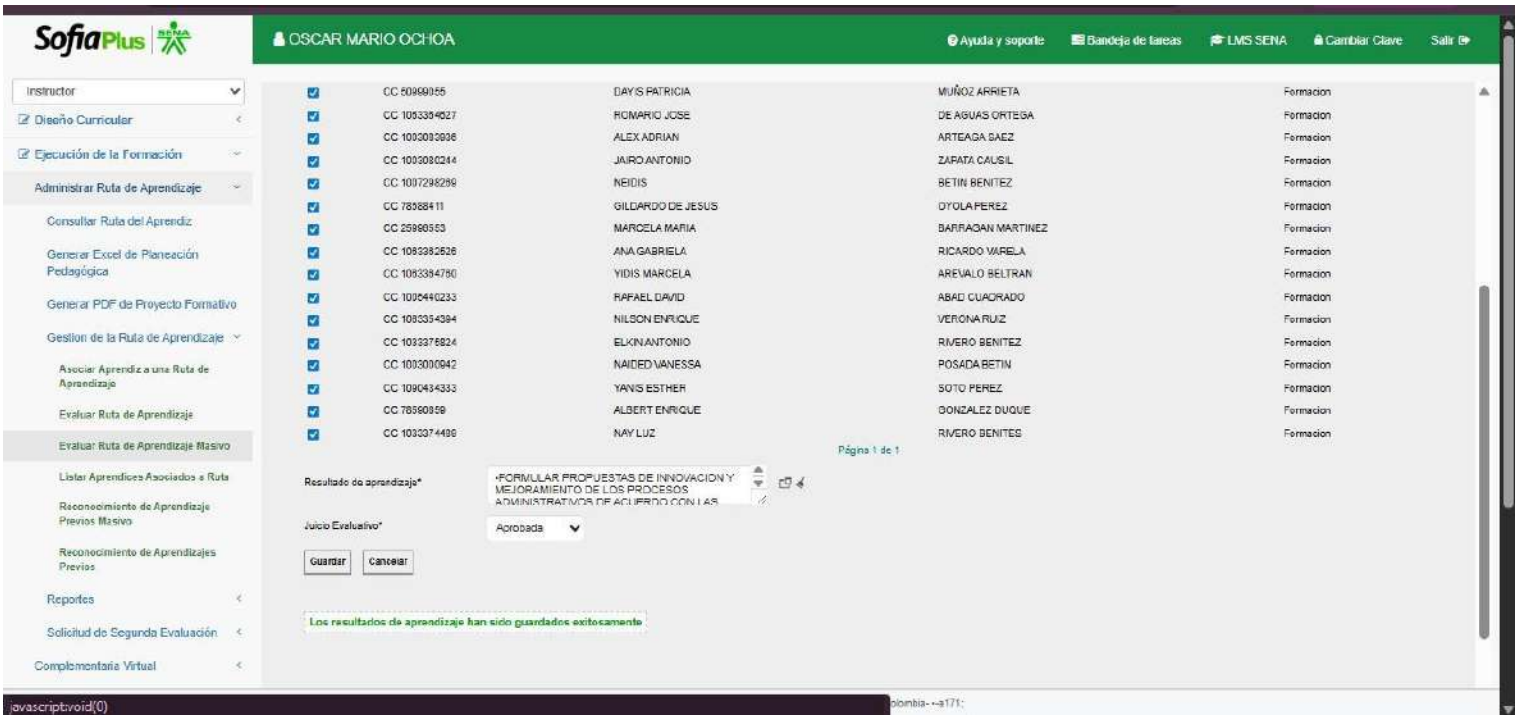
ANEXO PANTALLAZO DE ASOCIAR A LOS APRENDICES FICHA 3343811 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR





ANEXO PANTALLAZO DE EVALUACION FICHA 3343811 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR





Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Contabilizacion de operaciones Comercials y Financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	12-09-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DE CELULAR	FIRMAS
01	Petano Baldovino	Lis Valeria	1T97213715	3234728303	
02	Petano Sarmiento	Darla Andrea	1061660560	3136533271	
03	Guerra Vergara	maria José	1063307348	3137504966	Mª José Guerra
04	Yepez Amaiz	Sirlis Carolina	1-1831750	3116009530	Sirlis.
05	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	3145366599	Madera
06	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008019961	Luisa Coneo
07	Noriega Paternina	Cristhan David	1063286742	3275791977	Cristhan
08	Zuñiga Martinez	Keli L.	1003078977	3226267803	
09	Ayala Hernandez	Andrés Felipe	1003290986	3148444686	Andrés Ayala
10	Vergara de la ossa	Maria Teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
11	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana Gomez
12	Tirado pestana	Ana Milena	1063282043	3147694637	Ana Tirado.
13	Alvarez contrera	Fabiola	1063276209	3207272608	Fabiola Alvarez
14	Fabra Macea	miguel Angel	1066602486	3185067332	MIGUEL Fabra
15	Jurado Dinggero	Suri Alejandra	50.948.185	3137402269	
16	Jimenez Barros	Leider	1063350340	3004201716	
17	Casarrubia Chiru	Dilian David	1137847711	3145454451	
18	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288015	3135798141	
19	Gonzalez Gaviria	Yelena	1066601777	3046656232	Ygaviria
20	Fortich Madera	Dayana	1003294200		
21	Mosquera Diaz	Isela	1063283584	3235181072	Mosquera
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso:	Contabilización de Operaciones Comerciales y Financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelíbano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	13-04-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Acuña Restrepo	Luis. L	1003079447	3226267809	
02	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290986	3148444686	Andrés Ayala
03	Noriega Paternina	Cristian David	1063286742	3275791971	Cristian
04	Coneo Hernandez	Wisa Fernanda	1066602863	3008019961	Wisa Coneo
05	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	3145360599	E Madera
06	Guerra Vergara	Maria José	1063307348	3137504966	M=José Guerra
07	Yepez Amaya	Luis Carelino	1078831750	3116009536	
08	Petano Baldovino	Lis Valeria	1197213715	3234728303	Lis Valeria
09	Petano Sarmiento	Darlis andrea	1066050	3136532214	
10	Vergara de la ossa	Maria teresa	1063300271	3103520555	Maria vergara
11	Gomez Araia	Juliana Maria	1003293457	3107034304	JulianaGomez
12	Tirado pestano	Ana milena	1063282013	3147691437	Anatirado.
13	Alvarez contera	Fabiola	1063276100	3207276008	Fabiola Alvarez
14	Fabra macea	Miguel Angel	1066602486	3785067332	MIGUEL Fabra
15	Jaraba Dringuero	Gustavo Antonio	50.948.185	3137402769	Gust fm
16	Jimenez Correo	1063303413	1063303413	3004215116	Jeider.
17	Navarro chima	DEIFAN DAVID	1133789711	3145456451	Deifan.
18	Forich Madera	Dayana	1003294700		DAM
19	Hoyos Diaz	Isely	1063187584	3235181072	Hoyos Isely.
20	Gonzalez Gaudua	Yelina	1066601777	3046656232	Ygaudua
21	Lopez Madera	Adrian	1063288025	3135996111	
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Contabilizacion de Operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3215479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto Sanjorge
Instructor:	Oscar Ochoa Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	19-09-2025	HORARIO:	17:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Gonzalez Gaudia	Yelena	1066601777	3046656232	Yelena Gaudia
02	Lopez Madera	Adrian	1063288015	3135996141	Adrian Lopez
03	Mosquera Diaz	Isela	1063787584	3235181072	Mosquera Isela
04	Cajarabie china	DEIFAN DAVID	1133789711	3145454455	Deifan
05	Fortich Madera	Dayana	1003294700		Dayana
06	Jimenez Guerrero	Leider	1063303413	3004251716	Leider
07	Tamb- Borgogno	Sandra Milena	50.948.185	3104416225	3137402769
08	Fabra Mucha	miguel Angel	1066602486	3165067332	MIGUEL Fabra
09	Alvarez Contreras	Fabiola	1063276200	3207272608	Fabiola
10	Tirado Pestana	Ana milena	1063282093	3147694637	Ana Tirado
11	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293157	3107034304	Juliana Gomez
12	Vergara de la ossa	Maria Teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
13	Zuñiga Martinez	Keyti L.	1003098917	3276269808	
14	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290986	3148444686	Andres Ayala
15	Noriega Palomino	Cristian David	1063286742	3215791977	Cristian
16	Coneo Hernandez	Wisa Fernanda	1066602863	3008019961	Wisa Coneo
17	Madera Soarez	Esteban Andres	1146437646	3145366599	Madera
18	Guerra vergara	Maria jose	1063307348	3137504966	Maria Jose Guerra
19	Yepes Amaya	Silvis Carolina	1118831750	3116095530	
20	Petano Baldovino	Yis Valeria	1197213715	3234728303	
21	Petano Caraballo	Darlis cecilia	1066050676	3136532274	
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso:	Contabilización de Operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelíbano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa Alvares	Nº. Doc. Ident.	1063358188
FECHA:	20-09-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Gonzalez Gaudia	Yelena	1066601779	3046656232	Y Gaudia
02	Hoscote Diaz.	Iseld	1063787584.	3235181072.	Hoscote Iseld.
03	Casarrubia Chima	DeiFan	1133784711	3145454455	DeiFan.
04	Abet Madera	Adrian	1063688075	3135996117	
05	Ayala Hernández	Andres Ayala	1003290986	3148444686	Andrés Ayala
06	Ortega de Avila	Walfran	1066600952	3127718716	Walfran
07	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	3145366599	E Madera
08	Cuneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008079961	Luisa Fernanda
09	Guerra vergara	Maria JOSE	1063307348	3137504966	Mª JOSE Guerra
10	Yepez Amariz	Silks Yepez	1118831750	3116009536	Silks Y.
11	Noriega Paternina	Cristian David	1063286742	3215791971	Cristian
12	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063288648	3218793652	Angela B
13	Tapia Pinargote	Sandra Felicia	50.948.185	3137402269	Sandra
14	Zuñiga Martinez	Keti L.	1003078917	3226267908	
15	Salgado de hoyos	Luis F	1193131043	3113935465	Luis Sti
16	Hernandez Gomez	Sebastian	1063788037	321 985 4066	
17	Landero Mercado	Lina Maria	1063306248	3104917095	
18	Vergara de la ossa	Maria Teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
19	Dominguez Bernal	Karina Alejandra	1066604452	3146309000	Karina
20	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	
21	Pelaez Baldovino	Luis valeria	1197213716	3234728303	Luis Valeria.
22	Salvajet cortina	Fabiola	1063270209	3209272608	Fabiola
23	Tirado Pestana	Ana milena	1063282043	3147691 4637	Ana Tirado
24	Morales Rincon	Skarleth	1029087586	3145072233	Skarleth
25	Jimenez Herrera	Leider	1063303413	3004201716	Leider J.
26	Fabra Mucha	Miguel Angel	1066602406	3045526599	Miguel Fabra
27	Fotich Madera	Dayana	1003294700		
28	Pelaez Sarmiento	Darlis Patricia	1066650760	3136533214	Darlis Pelaez
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso: Contabilizacion de operaciones Comerciales y financieras			
FICHA No. 3295479			
Municipio: Montelibano		Lugar: SENA Alto San Jorge	
Instructor: Oscar Ochoa A		Nº. Doc. Identificac.	1063358168
FECHA:	26-09-2025	HORARIO:	17:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Montes Cordón	Sharith Monte	1028897586	Sharith.
02	Jimenez Cervero	Leidy	1063303413	Leider.
03	Gonzalez Gaudia	Yelena	1066601777	Yelena
04	Petano Baldovino	Lis Valeria	1197213915.	Lis Valeria
05	Petano Sarmiento	Darlis Petano	1066050110	Darlis Petano
06	Fabra Mateo	Miguel Fabra	1066624786	MIGUEL Fabra
07	Fortich Madera	Dayana	1032944700	
08	Moscote Diaz.	Isela.	1063787584	
09	Guarnizo chima	Deiber David	1733784711	Deiber.
10	Lopez Madera	Adrian	1063288075	
11	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	Madera
12	Correo Hernandez.	Luisa fernanda.	1066602803	Luisa Correo.
13	Zuñiga Martinez	Keti L.	1003078977	
14	Guerra Vergara	Maria JOSE	1063307348	Mª JOSE Guerra
15	Yepez Arrant	Sonia Yepez	1118831750	Sonia Y.
16	Jurado Dirigyreno	Samuel Esteban	SV. 948.185	
17	Noriega Quiroma	Cristian Noriega	1063286742	Cristian
18	Ortega De Avila	Walfran	1066600952	Walfran
19	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290986	Andres Ayala
20	Laudero Merado	Lina Maria	1063306299.	
21	Salgado De Hoyos	Luis Salgado	1193131043	Luis SH
22	Hernandez Gomez	Sebastian	1063299037	
23	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063288648	Angela B
24	Vergara de la cruz	Maria Teresa	1063300271	Maria Vergara
25	Gomez Arala	Juliana Maria	1003293457	
26	Tirado Pestana	Ana milena	1063282043	Ana Tirado
27	Alvarez Contera	Fabiola	1063270709	Fabiola Alvarez
28	Dominguez Bernal	Karina Alejandra	1066604452	Karina
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso: Contabilizacion de operaciones Comerciales y financieras			
FICHA No. 3029479			
Municipio: Montelibano		Lugar: SENA Alto San Jorge	
Instructor: Oscar Ochoa A		Nº. Doc. Identificac.	1063358168
FECHA:	27-09-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	FIRMAS
01	Dominguez Bruno	Karina Alejandra	1066604552	Karina.
02	Tirado Bustona	Ana milena	1066528282	Ana milena
03	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	
04	Alvarez Contreras	Fabiola	1063276709	Fabiola
05	Vergara delaossa	Maria Teresa	1063300271	Maria Vergara
06	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063288648	Angela B
07	Hernandez Gomez	Sebashan	1063288037	
08	Salgado De hoyos	Luisa fernanda	1193131043	Luisa SH
09	Landero Mercado	Lina Maria.	1063306298	Lina Landero.
10	Ayala Hernández	Andrés Ayala	1003290986	Andrés Ayala
11	Ortega De Avila	Walfram	1066600952	Walfram
12	Cristian Noriega	Cristian David	1063286742	Cristian
13	Jorge Arrieta	Sandra Yulieth	50.948.185	Sandra
14	Yepes Amaya	Sirley Yohana	1188831750	Sirley.
15	Buelvas Cervantes	Maria Jose	1063307346	Maria Jose Buelvas
16	Zuñiga Martinez	Keti L.	1003078977	
17	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	Madera
18	Correo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	Luisa Fernanda.
19	LOPEZ, MADERA	Adrian	1063788076	
20	Gonzalez Gaudio	Yelena	1066601777	Ygaudio.
21	Hoseofe Diaz.	Isela.	1063787584	
22	Fortich Madera.	Dayana.	1083294700	
23	Farmacia	Miguel Angel	1066602486	MIGUEL Farmacia
24	Petano sarmiento	Darlis Patricia	1066605070	Darlis
25	Petano Baldovino	Luis Valeria	1197213915	
26	Jimenez Cocerco	Jeidy	1063303413	Jeidy
27	Montes Zuñiga	Sharity.	1102847586	
28	Cesar Chima	Dorian David	1133789711	
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				

FIRMA DEL INSTRUCTOR

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Contabilizacion de Operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3295477		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358165
FECHA:	03-10-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DE CELULAR	FIRMAS
01	Fabra Macea	Miguel Angel	1066602406		MIGUEL Fabra
02	Tirado Pestana	Ana milena.	1063282043	3147694637	Ana Tirado
03	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana Gomez
04	Vergara delaossa	Maria teresa	1063300271	3103520555	Maria vergara
05	Landero Mercado	Linoi Maria	1063306298	3104917095.	Linoi Landero
06	Hernandez gomez	Sebastian	1063789037	3279654064	
07	Salgado De hoyos	Luisa fernanda	1193131043	3113935465	Luisa SH
08	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290988	3148444686	Andres Ayala
09	Jaraba Buzzetto	Sandra Elena	50.949.805	3137462269	
10	Noriega Palomino	Cristian David	1063286742	3215749747	Cristian
11	Perez Arcuiz	Silis Carolina	1118831750	3116009530	Silis U.
12	Zuñiga Martinez	Kefi L.	1003078917	3226267908	
13	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008019961	Luisa Coneo.
14	Casarrubia Chima	DEIFAN David	1137897711	3145454455	
15	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288015	3135996141	
16	Gonzalez Gaudia	Yeluna	1066601772	3046656232	Ygaudia
17	Mosquera Diaz.	Isely.	1063787584	3235181077	
18	Jimenez Guerrero	Leider	1063303413	3004251716	Leider.
19	Pelaez Baldovino	Liz Valeria	1147215715	3234728303	
20	Ortega De Avila	Walfran	1066600952	3127718776	Walfran
21	Alvarez Contreras	Fabiola	1063276004	3207272608	Fabiola
22	Dominguez Bernal	Karina Alejandra	1066604427	3146309000	Karina
23	Guerra Vergara	Maria Jose	1063307348	3137504966	Maria Jose Guerra
24	Fortich Madera	Dayana	1003294700		
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Contabilizacion de operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA. Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	04-octubre-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Casarrubia Chiña	DEIFAN DAVID	1133789711	3145454455	
02	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288075	3135961411	
03	Zuñiga Martinez	Keti L.	1003078977	3226267908	
04	Yelet Amana	Silis Yaricima	1118831750	3116009530	Srlg.
05	Noriega Paternina	Cristian	1063286742	3215791974	Cristian
06	Ayala Hernández	Andrés Felipe	1003290966	3148444686	Andrés Ayala
07	Hernandez Gomez	Sebastian	1063798037	3219654064	
08	Jaraba Dirzzion	Saudy Yelena	50.948.18	3137402269	
09	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana G.
10	alvarez cantera	Fabiola	1063270109	3107776088	fabiola
11	Dominguez Bernal	Karina Alejandra	1066604458	3146309000	
12	Fuentes Madera	miguel angel	1066024186	3158956075	MIGUEL Fuentes
13	Tirado pestana	Ana milena	1063282043	3147694637	Ana Tirado.
14	Vergara dela ossa	Maria Teresa	1063300271	3103520355	Maria Vergara
15	Gonzales Gaudia	Yelena	1066601777	3046656232	Ygaudia
16	Jimenez Ocerno	Yelder	1063303413	3024251716	yelder.
17	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	3145365599	E madera
18	Fortich Madera	Dayana	1003294700		
19	Moscote Diaz.	Isela	1063787584	3235181072	
20	Salgado De hoyos	Luisa fernanda	1193131043	3113935465	Luisa SH
21	Ortega De Avila	walfram	1066600952	3127718716	walfram
22	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063285648	3218793652	Angela B
23	Jandero Mercado	Lina Maria	1063306298.	3104917095.	lina landero
24	Ocerna vergara	Maria Jose	1063307348	3137504966	Mª José Ocerna
25	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008079961	Luisa Coneo
26	Petano Baldovino	Cris valeria	1197213715	3234728303	
27	Petano zamiento	Dario andres	1066605670	3136533214	Dario petano.
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Contabilizacion de Operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa L.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	10 - Octubre - 2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Dominguez Bernal	Karina Alejandra	1066604552	3146309000	Karina
02	Alvarez Contrera	Fabiola	1063276209	3207276208	Fabiola
03	Gomez Ayala	Juliana María	1003293457	3107034304	Juliana S.
04	Jaraba Barrios	Sandra Milena	50.476.165	3137402269	
05	Hernandez Gomez	Sesahon	1063798037	317965 4064	
06	Ayala Hernandez	Andrés Felipe	1003690986	3148444686	Andrés Ayala
07	Cristina Noreja	Cristhan	1063286742	3215791977	cristhan
08	Ocemu vergara	maria jose	1063307348	3137504966	Mª José Ocemu
09	Yepes Amaiz	Sirlis Carolina	1118881750	3116009530	Sirlis
10	Zuñiga Martinez	Ketil L.	1003078977	3226267908	
11	Copit Madera	Adrian Javier	1063288075	3135996711	
12	Rujanchia Chima	DEIFAN DAVID	1133784711	3145454455	
13	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008019961	Luisa Coneo.
14	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	3145366549	E Madera
15	Betancourt	Dario Andres	1066605010	3136533214	
16	Gonsales Gaviria	Yeferson	1066D1777	3046656232	Ygaviria
17	Jimenez Cerrero	Heider	1063303413	3004251716	Heider.
18	Fortich Madera	Dayana	1003294700		
19	Betancourt	Dario Andres	1066605010		
20	Moscote Diaz	Isela	1063789584	3235181072	
21	Fabra Macea	Miguel Fabra	1066024186	315895 6075	MIGUEL Fabra
22	Tirado Pestana	Ana milena	1065282043	3147914657	Ana Tirado.
23	Vergara de la ossa	Maria Teresa	1063300241	3103520555	Maria Vergara
24	Salgado De hoyo	Luisa fernanda	1193130 43	3113935465	Luisa SH
25	Ortega De Avila	Walfran	1066600952	3127718776	Walfran
26	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063286418	3218793652	Angela B
27	Landero Mercado	Lina Maria	1063306298.	3104917095	Landero Lina
28	Betancourt Baldovino	Liz valencia	1197213715	3234728303	Liz Valencia.
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa O.

Sistema de Gestión de la Calidad

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba
CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA
FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: Contabilizacion de operaciony Comerciales y financieras
FICHA No. 3295479
Municipio: Montelibano
Instructor: Oscar Ochoa A
Lugar: SENA Alto San Jorge
FECHA: 11-octubre-2025
Nº. Doc. Ident. 1063358168
HORARIO: 12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Fabra Mucha	Miguel Angel	1066602486		MIGUEL Fabra
02	Dominguez Bernal	Karina Alejandra	1060604451	3146309000	Karina
03	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293467	3107054304	Juliana Gomez
04	Tirado Restrepo	Ana milena	1063262043	3147694637	Ana Tirado.
05	Alvarez Cordero	Fabiola	1063276109	3107272608	Fabiola Alvarez
06	Vergara de la ossa	Maria teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
07	Salgado De hoyos	Luisa fernanda	1193131043	3103935465	Salgado H
08	Landero Mercado	Lina Maria.	1063306298	3104917095	Lina Landero.
09	Ayala Hernández	Andrés Felipe	1003290986	3148444686	Andres Ayala
10	Baldovino Villegas	Angela Maria	1065888648	3215793652	Angela B
11	Ortega De Avila	walfran	1066660952	3127718716	walfran
12	Noriega Paternina	Cristian David	1063286742	3215791971	Cristian
13	Yelet Amaya	Silvis Carolina	1118831750	3116009530	Solis
14	Ocena Vergara	Maria José	1063307398	3137504966	Mª José Ocena
15	Torres Divogsten	Saul Jair	50.948.185	3137402269	Saul Jair
16	Zuñiga Martinez	Keti L.	1003078977	3226267908	
17	Madera suarez	Esleban Madera	1148437648	3145366599	E Madera
18	Hoscote Diaz.	Isela	1063787584	3235181072	
19	Fortich Madera	Dayana	1003294700		
20	Jimenez Guerrero	Jeider	1063303413	3004251716	Jeider.
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso:	Nomina y Prestaciones Sociales		
FICHA No.	3172259		
Municipio:	Cienaga de Oro	Lugar:	I.E. Madre bernarda
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1003358168
FECHA:	15-Septiembre-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Cruz Cueto	Oscar David	1.069.476.173	3043253259	Oscar Cruz
02	Alvarez santana	Olga Alejandra	1003456484	3007109957	Alejandra A.
03	Cousil Cordero	Elis David	1003458023	3004753530	Elis Cousil.
04	Hernandez Montes	Kellys Johanna	1068658127	3223503271	Kellys Hernandez
05	Rodriguez ortega	Yolibeth	1003207000	3001290527	Yolibeth
06	Fuente Santana	Esperanza Maria	1003198776	3155782193	Esperanza Maria
07	Farmacia Andrade	Diana Maria	1007562335	3117788953	Diana Farmacia
08	Arroyo Villero	KIARA	1060664843	3007103622	KIAR.
09	Velasquez Font	Dilys Ibeth	1006660801	3213671592	Dilys
10	Diaz Martinez	Daniel Camilo	1007369859	3222946980	Daniel Camilo
11	Salabarria Perez	Rafael Segundo	1068662061	3012471295	Rafael Salabarria
12	Soto Petro	Diana Marcela	25-878-448	3242929277	Diana Soto P.
13	Jones Diaz	Mª camila	1047480361	3243632631	Mª camila Jones
14	Bulvas Martinez	Yisel	1068672800	3206790249	Yisel Bulvas
15	Florez Durante	Jocelys	1.068660228	3002254368	Jocelys F. D.
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR _____

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso:	Nomina y Prestaciones Sociales		
FICHA No.	3172259		
Municipio:	Cienaga de oro	Lugar:	I.E. Madre bernarda
Instructor:	Oscar Ochoa	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	22-09-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DE CELULAR	FIRMAS
01	Soto Petro	Diana Marcela	25.878.646	3242929277	Diana Soto
02	Yanes Diaz	Mª camila	1047484361	3243632631	Mª camila Yanes
03	Arroyo Villera	Kiara	1068664843	3007105632	Kiara
04	Velasquez Lafont	Deslys Iseth	1068668017	3215671592	
05	Diaz Martinez	Danny Daniela	1007369519	3222426950	Daniela Diaz
06	Fuentes Santana	Esperanza Maria	1003498776	3155782193	Esperanza fuentes
07	Ironmayor Andrades	Diana Maria	1007562335	3117788953	Diana Ironmayor
08	Salabarria Perez	Rafael Segundo	1068662061	3012491295	Rafael Salabarria
09	Alvarez Santana	Olai Alejandra	1003456484	3007109957	Alejandra A.
10	Causil Cordero	Elis David	1003458023	3004753530	Elis Causil
11	Ayala Garcia	Oscar David	1.064.426.473	3043253735	Oscar Ayala
12	Hernandez Monto	Kellys yohanna	1068658727	3223503272	Kellys Hernandez
13	Rodriguez ortega	Yolibeth	1003204000	3001290527	
14	Bueno Martinez	Yisel	1068672800	3206790249	Yisel Bueno
15	Florez Durante	Jocelys	1.068.660228	3002754368	Jocelys F. D
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa

Sistema de Gestión de la Calidad	**Servicio Nacional de Aprendizaje SENA** Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba **CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA** **FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.**

Nombre del Curso:	Nomina y Prestaciones Sociales		
FICHA No.	3172259		
Municipio:	Cienaga de oro	Lugar:	I. E. Madre bernarda
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	29-09-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS	
01	Morales Causil	Yanelis Beatriz	1068660518	3145729732	Yanelis Morales	+
02	Pacheco Morales.	Paula Andrea.	1062605495	3145729735	Paula pacheco	+ -
03	FLOREZ DURANTE	Lucelys	1068660288	3002254368	Lucelys F.D	+
04	Fuenmayor Andrade	Diana María	1007562335	3117788953	Diana Fuenmayor	+
05	Díaz Martínez	Yamys Daniela	1007369519	3222426950	Daniela Díaz	+ -
06	Salgarcia Perez	Rafael Segundo	1068662061	3012791291	Rafael Salgarcia	+
07	Soto Patto	Diana Marcela	25878.448	3242929277	Diana Soto P.	+
08	Yanes Diaz	Mª camila	1047484361	3243632631	Mª camila Yanes	+
09	Florez Pastrana	Mileth Patricia	1068.667.031	3023081004	Mileth Flórez.	+
10	Diaz Gomez	Oscar David	1.068.976.473	3043453759	Oscar Diaz	+
11	Causil Cardero	Elis David	1003458013	3004735530	Elis Causil	+
12	Taborda Cardenas	María Angel	1068658422	3006579285	Maria taborda	+
13	PATERNINA MEJIA	LUISA FERNANDA	1007484720	3007025642	Luisa .	+
14	Hernandez Mesa	Kellys johanna	1068608127	3223903216	Kellys Hernandez	+
15	Cepeda Vega	Leidy Veronica	1003187334	3004699455	Veronica Vega	+
16	Rodriguez ortega	Yulibeth	1003207000	3001790527	[illegible]	+ -
17	Alvarez Santana	Alejandra	1003456484	3007109957	Alyandra A.	+ -
18	Alvarez celestino	Katerin yisel	1007152007	3233860982	Katerin Alvarez	+ -
19	Bolivas Martinez	Ysel	1068672800	3206790249	Ysel Bolivas.	+
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Nomina y Prestaciones Sociales		
FICHA No.	3172259		
Municipio:	Cienaga de oro	Lugar:	I.E. Madre bernarda
Instructor:	Oscar Cochoa Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	06-10-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	N° DE CELULAR	FIRMAS
01	Soto Patro	Diana Marcela	25.878.468	3242929277	Diana Soto P.
02	Florez Pastrana	Mileth Patricia	1088.667.031	3023081004	Mileth florez P
03	Yanes Diaz	M-camila	1047484361	3243632631	M-camila Yanes
04	Mora Campo	Oscar David	1-069-175473	3043253759	Oscar Mora
05	Salabarria Perez	Rafael Segundo	1068662061	3012491295	Rafael Salabarria
06	Taborda Cardenas	Mario Angel	1068658.420	3006579385	Mario taborda
07	Hernandez Monte	Kellys Johanna	1068658721	3223503272	Kellys Hernandez
08	Morales Causil	yanelis Beatriz	1068660598	3145729732	yanelis Morales
09	Pacheco Morales.	Paula Andrea	1062605495	3145729735	Paula Pacheco.
10	Rodriguez ortega	Yolibeth	1008207000	3001290624	Yolibeth
11	Cepeda vega	Leydi veronica	1003187331	3004699455	Veronica Vega
12	FLOREZ DURANTE	Luceidys	1068660228	3002254368	Luceidys Florez
13	Fernandez Andrades	Diana Maria	1007562333	3117788953	Diana Fernandez
14	Diaz Martinez	Dannys Daniela	1007369579	3224269750.	Daniela Diaz.
15	Alvarez Celestino	Kellerin Yizel	1007152007	3235860482	Kellerin Alvarez.
16	Bueno Martinez	Yisel	1068672800	3206490249	Yisel Bueno.
17	Alvarez Santana	Alejandra	1003456484	3007109957	Alejandra A.
18	PATERNINA MEJIA	LUISA FERNANDA	1007434220	3007025642	Luisa P.
19	Causil Cordero	Elis David	1003458023	3004753550.	Elis Causil.
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Cochoa A.

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Emprendimiento innovador		
FICHA No.			
Municipio:	Pto. Libertador	Lugar:	Sede Cigual (CDC)
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	17 Sept. 2025	HORARIO:	7:00 A 15:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Zapata Causil	Jairo Antonio	1003802444	3203703320	Jairo Z.
02	Soto Perez	Yadis E.	1090243833	3203203110	Yadis E.
03	Marimon Duran	Angelica Maria	1063365101	3107457710	Angelica
04	Ariza Bugos	Robert Andres	1003402031	3107467111.	Robert Ariza.
05	Arrieta Villadiego	Carlos Manuel	1003082633	3205203327	Carlos M.
06	Rivero Benitez	Nay luz	1033744489	3204890673	Nay luz.
07	Losada Betin	Naidelvanessa	1003000942	3208908025	Vanessa P.
08	Caldera Assia	Bryan David	1083677360	3138451520	Bryan C
09	Rivero Benitez	Elkin Antonio	1033375824	3007451777	Elkin Rivero.
10	Arevalo Beltran	Yadis Marcela	1063364780	3218809026	Yadis Arevalo.
11	Rivero Benitez	Saridth isabel	1067960782	3146330891	Saridth rivero
12	Alvarez Martinez	Hipolito Caciano	78589568	3213708025	Hipolito A.
13	Ricardo varela	Ana Gabriela	1063362526	3126701517	Ana R
14	Llorente Jaramillo	Karen Lorena.	1003078798	3218908120	Karen Lorena.
15	Abad Cuadrado	Rafael David	1005440233	3013702733	Rafael Abad.
16	Sanchez Montiel	Elecing	1017263158	3102052733	Elecing S.
17	Betin Benitez	Neidis	1007298296	3016430181	Neidis.
18	Gonzales Duque	Albert Enrique	78590854	3148591413	Albert G
19	Ayola perez	Giraldo de Jesus	78588411	3206437191	Giraldo.
20	Barragan Martinez	Marcela Maria	25996553	3013708025	Marcela B.
21	De aguas Ortega	Romario José	1063664627	3025203128	Romario J.
22	Verona perez	Nilson enrique	1063354394	3116798941	Nilson Verona
23	Arteaga Saenz	Alex Adrian	1003083936	3107457717	Alex A
24	Gómez Sanchez	Luz Miriam	1063368728	3106701512	Luz M. Gomez.
25	Muñoz Arrieta	Dayis Patricia	50999055	3218908123	Dayis P. Muñoz
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR_____

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso: Empreadimiento innovador
FICHA No.
Municipio: Pto Libertador — Lugar: Sede agulcas
Instructor: Oscar Ochoa Alvarez — Nº. Doc. Ident. 1063358168
FECHA: 18 sept. 2025 — HORARIO: 7:00 A 15:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Arrieta Villadiego	Carlos Manuel	1003082635	3205203327	Carlos M.
02	Rivero Benitez	NAV luz	1033744489	3204890673	NAV luz.
03	Zavala Causil	Jairo Antonio	1003080244	3023703320	Jairo E.
04	Ayala perez	Giraldo de Jesus	78588411	3206437191	Giraldo.
05	Caldera Assia	Bryan David	1063367760	3138451520	Bryan C.
06	De Aguas Ortega	Romario jose	1063364820	3025203128	Romario J.
07	Alvarez Martinez	Hipolito Caciano	78589508	3213708025.	Hipolito A.
08	Rivero Benitez	Saidith isabel	1067960182	3146370891	Saidith rivero
09	Lorente Jaramillo	Karen Lorena	1003078748	3218908120	Karen Lorena.
10	Ricardo Varela	Ana Gabriela	1063362526	3126701512	Ana R. Leo
11	Abad Cuadrado	Rafael David	1005140233	3013702733	Rafael Abad
12	Sanchez Montiel	Fleany	1017263458	3202052733	Fleany S.
13	Betin Benitez	Neidis	1007298296	3016430181	Neidis.
14	Barragan Martinez	Marcela Maria	25996553	3013708025	Marcela B.
15	Arteaga Saenz	Alex Adrian	1003083936	3107457717	Alex A.
16	Soto Perez	Yanis E.	1090434333	3203203110	Yanis E.
17	Rivero Benitez	Elkin Antonio	1033375824	3107451777	Elkin Rivero
18	Verona perez	Nilson enrique	1063354394	3116798941	Nilson verona
19	Posada Betin	Naided vanessa	1003000922	3208908025	Vanessa P.
20	Marimon Duran	Angelica Maria	1063365101	3107457710	Angelica M.
21	Arevalo Bettin	Yadis Marcela	1063364760	3218809026	Yadis Arevalo.
22	Muñoz Arrieta	Dayis Patricia	50999055	3218908123	Dayis P. Muñoz
23	Ariza Burgos	Robert Andres	1003402431	3107467111	Robert Ariza.
24	Gonzales Duque	Albert Enrique	7859085a	3148591413	Albert E
25	Gomez Sanchez	Luz Miriam	1063361828	3106701512.	Luz M. Gomez
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR_____

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Emprendimiento innovador		
FICHA No.			
Municipio:	Pto Libertador	Lugar:	Sede acualcas
Instructor:	Oscar Mena Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	24 sept. 2025	HORARIO:	7:00 A 15:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Arrieta Villadiego	Carlos Manuel	1003082633	3205203327	Carlos M.
02	Calderon Assia	Bryan David	1063367736	3138451520	Bryan Ca
03	Zapata Lausin	Jairo Antonio	1003802444	3203703320	Jairo Z.
04	Soto Perez	Yadis E.	1090434333	3203203110	Yadis E.
05	Rivero Benitez	NAY LUZ	1063374489	3204890673	NAY LUZ.
06	Rivero Benitez	Saidith Isabel	1067960182	3146330891	Saidith Rivero
07	Arteaga Saenz	ALEX Adrian	1003083936	3107457717	Alex Ar.
08	Alvarez Martinez	Hipolito Caliano	78580568	3207451777	Elkin Rivero
09	Posada Betin	Daideth Vanessa	1003000942	3208908025	Vanessa P.
10	Ariza Burgos	Robert Andres	1003402431	3107467111	Robert Ariza.
11	Betin Benitez	Neidis	1007298296	3016430181	Neidis.
12	Ricardo Varela	Ana Gabriela	1063362526	3126701512	Ana R.
13	Muñoz Arrieta	Dalis Patricia	50999055	3218908123	Dalis P. Muñoz
14	Barragan Martinez	Marcela Maria	25996553	3013708025	Marcela B.
15	Ayola perez	Giraldo de Jesus	78588411	3206437191	Giraldo
16	Marimon Duran	Angelica Maria	1063365101	3107457710	Angelica M.
17	Sanchez Montiel	Eleany	1017263658	3202052733	Eleany S.
18	Arevalo Beltran	Yadis Marcela	1063364760	3218809026	Yadis Arevalo
19	Verona Perez	Nilson enrique	1063354394	3116798941	Nilson Verona.
20	Gomez Sanchez	Luz Miriam	1063361818	3106701512	Luz M. Gomez
21	De Aguas Ortega	Romario José	1063664627	3025203128	Romario J.
22	Gonzales Duque	Albert Enrique	78590859	3148591413	Albert G.
23	Abad Cuadrado	Rafael David	1005440183	3013702733	Rafael Abad.
24	Florente Jaramillo	Karen Lorena	1003078[illegible]8	3218908120	Karen Lorena.
25	Rivero Benitez	Elkin Antonio	1033378824	3007431777	Elkin Rivero
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR_____

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba : CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Emprendimiento innovador		
FICHA No.			
Municipio:	Pto Libertador	Lugar:	Sede aguilas
Instructor:	Oscar Ochoa A	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	25 Sept. 2025	HORARIO:	7:00 A 15:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Soto Perez	Yanis E	1090434333	3203203110	Yanis E.
02	Arrieta Villadiego	Carlos Manuel	1003082635	3105203327	Carlos M.
03	Marimon Duran	Angelica Maria	1063365707	3107457710	Angelica D
04	Rivero Benitez	Nay luz	1033374489	3204890673	Nay luz
05	Gomez Sanchez	Luz Miriam	1063361828	3106701512	Luz M. Gomez
06	Rivero Benitez	Saudith isabel	1067960182	3144230891	Saudith Rivero
07	Arevalo Beltron	Yadis Marcela	1063364780	3218809026	Yadis Arevalo
08	Arteaga Saenz	Alex Adrian	1003083936	3107457717	Alex Arteaga
09	Alvarez Martinez	Hipolito Caciano	78588088	3213108025	Hipolito A.
10	Abad cuadrado	Rafael David	1005440233	3013702733	Rafael Abad
11	Barriga Martinez	Marcela Maria	23996553	3013708025	Marcela B
12	Muñoz Arrieta	Dayis Patricia	50999055	3218908123	Dayis P. Muñoz
13	Bryan David	Caldera Assia	1063367760	3138451520	Bryan caldera
14	Betin Benitez	Neidis	1007298296	3016430181	Neidis.
15	Sanchez Montiel	Fleany	1017263458	3202052733	Fleany S.
16	De Arcos Ortega	Romario Jose	1063664627	3025203128	Romario J.
17	Llorente Jaramillo	Karen Lorena	1003078748	3218908120	Karen Lorena.
18	Gonzales Duque	Albert Enrique	78590859	3148591413	Albert Gonz
19	Ovola perez	Giraldo de Jesus	78588411	3206437191	Giraldo
20	Posada Betin	Naided yanessa	1003000942	3218908025	Yanessa P.
21	Ariza Burgos	Robert Andres	1003402431	3107467111	Robert Ariza.
22	Verona Perez	Nilson enrique	1063354394	3116798941	Nilson verona.
23	Ricardo varela	Ana gabriela	1063362526	3126701512	Ana R
24	Rivero Benitez	Elkin Antonio	1033375824	3107453777	Elkin Rivero.
25	Zapata Causil	Jairo Antonio.	1083802499	3203703320	Jairo Z.
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR_____

Sistema de Gestión de la Calidad	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Centro de Comercio, Industria y Turismo de Córdoba CONTROL DE ASISTENCIA DIARIA FORMATO ÚNICO PARA REPORTE DE ASISTENCIA CCIT.

Nombre del Curso:	Emprendimiento innovador		
FICHA No.			
Municipio:	Pto. Libertador	Lugar:	Sede Aguacaj
Instructor:	Oscar ochoa A	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	~~7600~~ 23 Sept. 2025	HORARIO:	7:00 A 15:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Rivero Benitez	NAY LUZ	1033714489	3204890673	NAY LUZ.
02	Caldera Assia	Bryan David	1063317736	3138451520	Bryan G.
03	Zapata Causil	Jairo Antonio	1003802441	3103703320	Jairo Z.
04	Soto Perez	Yanis E.	1090434333	3203203110.	Yanis E.
05	Gómez Sanchez	Luz Miriam	1063361828	3106701512.	Luz M. Gómez.
06	Rivero Benitez	Saidith isabel	1067960782	3146330891	Saidit rivelo
07	Ricardo Varela	Ana Gabriela	1063362526	3126401512	Ana R.
08	Arrieta Villadiego	Carlos Manuel	1003082635	3205203327	Carlos M.
09	Arevalo Beltran	Yadis Marcela	1063364760	3218809026	Yadis Arevalo.
10	Llorente Jaramillo	Karen Lorena	1003078798	3218908120	Karen Lorena.
11	Marimón Durán	Angelia Maria	1063365101	3107457710	Angelia M
12	Alvarez Martinez	Hipolito Caciano	78589568	3213708025	Hipólito A.
13	De Aguas Ortega	Romario Jose	1063366427	3052031728	Romario J.
14	Betin Benitez	Neidis	1007298296	3016430181	Neidis.
15	Arteaga Saenz	Alex Adrian	1003083936	3107457417	Alex A.
16	Sanchez Montia	Eleany	1017263458	3202052733	Eleany S.
17	Ayola perez	Giraldo de Jesus	78588411	3206137191	Giraldo
18	Rosada Betin	Daired Vanessa	1003009492	3208908025	Vanessa R.
19	Verona perez	Nilson enrique	1063354394	3116798941	Nilson verona.
20	Gamales Duque	Albert Enrique	78590859	3148591413	Albert G.
21	Ariza Burgos	Robert Andres	1003402431	3107467111.	Robert Ariza.
22	Rivero Benitez	Elkin Antonio	1033375824	3107451777	Elkin Rivero.
23	Abad Cuadrado	Rafael David	1005440233	3013702733	Rafael Abad
24	Barragán Martinez	Marcela Maria	25996553	3013708025	Marcela B.
25	Muñoz Arrieta	Dayis Patricia	50999055	3218908123	Dayis P. Muñoz
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR_____

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO INNOVADOR**
- Código del Programa de Formación: **11220041 - 2**
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica):
- Fase del Proyecto (si aplica):
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica):
- Competencia: **Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias entorno y los objetivos de la empresa**
- Resultados de Aprendizaje: **Formular propuestas de innovación mejoramiento de los procesos administrativos de acuerdo con las observaciones y problemas tecnológicos surgidos en los sistemas productivos agropecuarios, presentadas en informes periódicos de acuerdo con la política empresarial. Participar en las actividades tecnológicas y operativas en la empresa agropecuaria de acuerdo con las líneas productivas propias de su perfil, utilizando técnicas y tecnologías vigentes, automatizadas y sistematizadas según la política.**
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): **40 Horas**

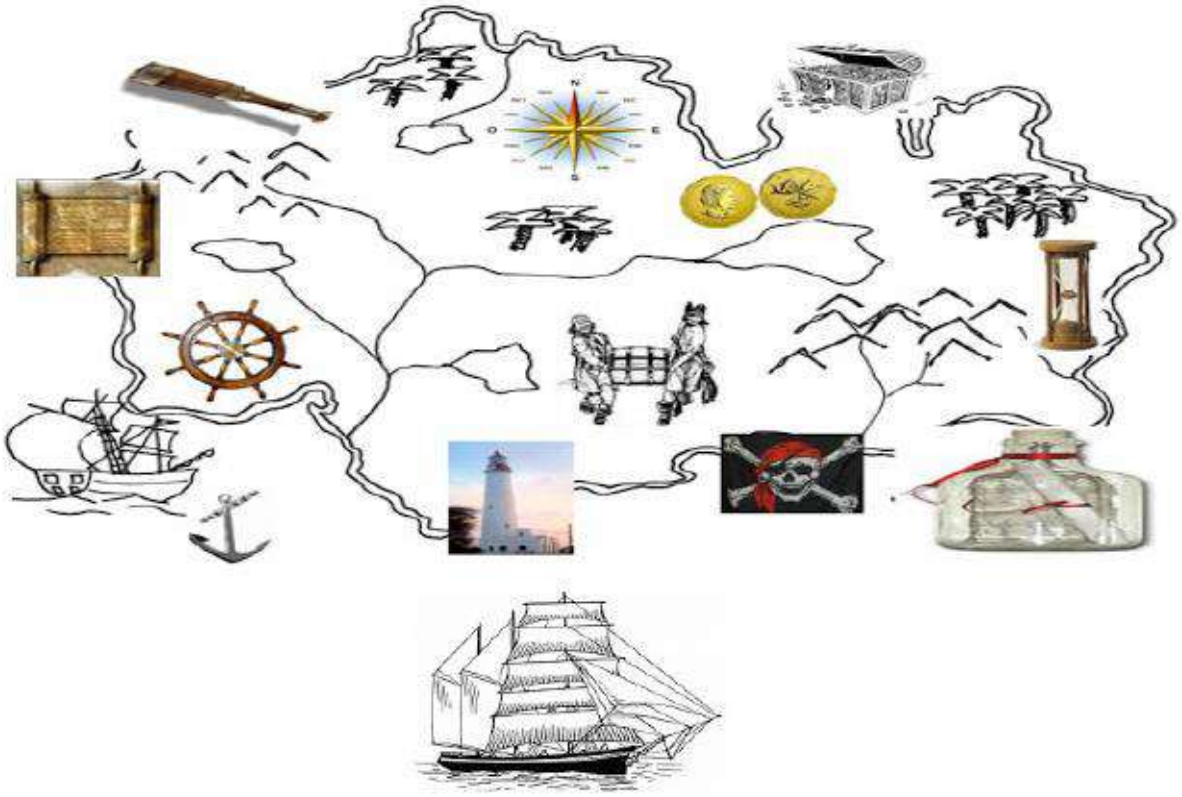
2. PRESENTACIÓN

Este curso se presenta como una ayuda educativa de enseñanza- aprendizaje en cual facilitara a los emprendedores comprender y desarrollar habilidades, actitudes, valores y competencias prácticas que fortalezcan el fomento del **Espíritu Emprendedor** generando un cambio de actitud en los participantes, que identifiquen ideas empresariales y conozcan la estructuración de un Plan de Negocios, lo cual les permitirá ser líderes y gestores de empresas que contribuyan al desarrollo sostenible de nuestro municipio, departamento y del país, así como también, desarrollaran competencias emprendedoras en las personas que conlleven a la generación de valor en su proyecto de vida, permitiéndole además la oportunidad de identificar iniciativas empresariales y desarrollar planes de negocio que conduzcan a la conformación de empresas sostenibles o que generen riqueza para su entorno.

3.1 Actividades de Reflexión inicial

Identificar las diferentes ideas de negocio que surjan de la identificación de la necesidades del entorno en el cual habita

Descubriendo Emprendedores
Utilizando el mapa a continuación se dirigirán hacia la ruta destino, buscamos con esto desarrollar y fortalecer tu espíritu emprendedor como la generación de ideas que te permitan fortalecer tu proyecto de vida profesional.



Descrubre la Ruta Destino, Cuales son sus planes presentes y futuros.

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



Nombre de la actividad: ¨yo sé quién sabe lo que usted no sabe¨

PASO 1: Se colocan conceptos claves en carteleras que se pegan en las paredes, como: innovación, creatividad, emprendimiento, características del espíritu emprendedor, elementos del mercadeo (las 4 P*s) presupuesto y costo.

PASO2: se colocan dentro de una bolsa varios papeles donde estarán escritos los conceptos claves a construir con los aprendices.

PASO 3: Cada uno de los aprendices ira tomando al azar un papel y emitirá la definición o ejemplo que tenga de ese concepto en la pared.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Apropiar conceptos generales de Emprendimiento, Emprendedor, Perfil del Emprendedor, Cultura y Cadena de Valor para la creación de empresas.

- Para afianzar conocimientos, nos reuniremos en grupos de a 5 personas, cada equipo se identificara con un nombre. Participará por turno un integrante que el equipo escogerá como líder de acuerdo al turno.
- El concursante elegirá uno de los # del tablero
- Una vez mostrada la pregunta el grupo contara con 20 segundos max. Para contestar
- Si la respuesta es correcta obtendrá un punto
- El equipo ganador será aquel que obtenga la mayoría de puntos
- Reconocer la estructura de un Plan de Negocios que les permita organizar su idea de negocio
- Representar mediante una pequeña dramatización los pasos que se deben seguir para la elaboración de un plan de negocios
- Conocer las necesidades del entorno que le permita realizar su proyecto de vida
- Realizar un cuestionario con los siguientes pasos:
- 1er Paso: Reconocerte
- 2do Paso: Entender mi historia
- 3cer Paso: Análisis Interno y Externo

La idea el proceso de autoconocimiento es que puedas identificar lo que actualmente eres y tienes, para poder trabajar sobre ello y proyectar lo que quieres llegar a ser y tener en el futuro.



Objetivo: Enfocar las habilidades personales en beneficio al desarrollo del negocio.

Paso: 1 organizar grupos de 5 personas y cada equipo realizara una dramatización de la idea de negocio, que como grupo escojan. Las presentaciones deben ser eventos de compra o venta de un producto o servicio.

Paso 2: un representante de cada grupo al finalizar las dramatizaciones discutirá con todos los participantes los alcances de la representación y se emitirá conclusiones y recomendaciones por parte del instructor.

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

- Elaborar un Plan de Negocios, donde incluya todos los pasos para la elaboración del mismo.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
		Evidencias de Conocimiento: **- Preguntas Escritas** **Evidencias de Desempeño:**		Manejo de conceptos empresariales ideas de negocio. Elaboración de un perfil plan de	**Cuestionario** **Observación – Lista de chequeo**

		- Observación durante todo el proceso Evidencias de Producto: - Plan de Negocios		negocio Plan de Negocios	**Elaboración del Plan** **Lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TERMINOS

EMPRENDIMIENTO: es una estrategia de potenciación a la formación de la persona, que lleva a la generación de valor en su proyecto de vida permitiéndole además, la oportunidad de identificar iniciativas de negocio que conduzcan a la conformación de nuevas empresas.

INNOVACIÓN es un cambio que introduce novedades. Además, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. En el sentido estricto, en cambio, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos, que realmente encuentran una aplicación exitosa, imponiéndose en el mercado a través de la difusión.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Ley 1014 de 2006, articulo 1, numeral B.)

EMPRENDIMIENTO: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Ley 1014 de 2006, articulo 1, numeral C.)

LIDERAZGO: Es Influencia, es decir, el arte o el proceso de influir sobre las personas para lograr que se esfuercen de buen agrado y con entusiasmo hacia el logro de las metas del grupo.

MOTIVACION: se deriva de la palabra motivo, queriendo decir la razón para hacer algo y lo que produce la acción. Podemos deducir de esto una definición básica: "Motivación es la razón que empuja a una persona a la acción"

PLAN DE NEGOCIOS: Documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones

que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados.

CREATIVIDAD: elemento básico en la nueva concepción de ideas, esta exige, pasar de modelos repetitivos e importados, a modelos innovadores, es decir, de la copia a la producción de nuevos elementos, de la importación de tecnologías a la producción de las propias.

TRABAJO EN EQUIPO: es decir, pasar de una concepción individual a la de entender que los procesos productivos y las alianzas estratégicas son el esfuerzo de muchos y sus competencias sumadas logran óptimos resultados, es comprender que el esfuerzo acompañado del de otros alcanza los fines propuestos

EMPRESA: Unidad productora de bienes y servicios homogéneos para lo cual organiza y combina el uso de factores de la producción. Organización existente con medios propios y adecuados para alcanzar un fin económico determinado. Compañía o sociedad mercantil, constituida con el propósito de producir bienes y servicios para su venta en el mercado.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).**

http://es.slideshare.net/julianestebanrenteria/emprendimiento-diapositiva?related=5
http://es.slideshare.net/consultorioempresarial/curso-de-emprendimiento-sena-2011
http://es.slideshare.net/jmachuca/conceptos-bsicos-del-emprendimiento?next_slideshow=1
http://natybelloc1.blogspot.com.co/
IMPRESIÓN DE CERTIFICADOS
http://oferta.senasofiaplus.edu.co/sofia-oferta/
http://certificados.sena.edu.co/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**OSCAR OCHOA**	**INSTRUCTOR**	**CCIT**	**2025**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

GC-F-004v.09

COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA

SENA

COMPETENCIA: PROCESAR DATOS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y METODOLOGÍA ESTADÍSTICA

RA1. 01 IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA NÓMINA Y PRESTACIONES SOCIALES DE LA ORGANIZACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICA Y LA NORMATIVA

LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES COMO HERRAMIENTA PARA LA INTELIGENCIA EMPRESARIAL

INTRODUCCIÓN

En nuestros días, la Comunicación sigue siendo la esencia del ser humano como ser sociable que es pero constituye una poderosa Herramienta, una imprescindible Competencia y todo un Arte para políticos, profesionales y personas de todos los ámbitos de nuestra sociedad.



CAPÍTULO I
FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación se produce cuando existe un intercambio de información, entre personas mediante unos canales que ambas partes deben conocer.

La comunicación nos permite transmitir información a través de canales como la televisión, la prensa escrita, el teléfono etcétera, cuando nos comunicamos, intercambiamos ideas que son asumidas por las personas, lo que ha llevado al desarrollo integral de cada individuo y al progreso social a lo largo del tiempo.



1.2 FINALIDAD DE LA CUMUNICACIÓN

Con la comunicación podemos transmitir información: el hombre ha necesitado desde sus orígenes comunicarse y transmitir información, así podemos conocer cómo se comportaban nuestros antepasados. Realizar intercambios: cuando nos comunicamos intercambiamos pensamientos ideas y sentimientos.



1.3 DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN

Todos los seres necesitamos información para sobrevivir y evolucionar en nuestro medio; estamos rodeados de información, que, aunque no seamos conscientes de ello procesamos y seleccionamos, para aprender, para evolucionar y para adaptarnos a nuevos entornos



1.4 RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

La comunicación en la empresa, es la necesidad que ésta tiene de informar de lo que hace y para quién lo hace, esta información que ofrece ayuda a que se le conozca utilizando los canales de comunicación que las tecnologías ponen a su alcance.

Podemos concluir que la información y la comunicación están directamente relacionadas al ser complementaria una de la otra.



1.5 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EFICIENTE EN LA EMPRESA

La comunicación empresarial eficiente es aquella que se basa en dos escenarios básicos:

- El establecimiento de una buena política de comunicación
- Identificación de los elementos relacionados con el análisis del problema, el desarrollo de estrategias de comunicación

1.6 LA ORGANIZACIÓN (EMPRESA) Y SU AMBIENTE

Toda la organización debe proyectar dos tipos de imagen corporativa: la imagen promocional y la imagen motivacional.

IMAGEN PROMOCIONAL	IMAGEN MOTIVACIONAL
Es aquella que se desarrolla con el objeto de obtener la reacción inmediata del público, adquiriendo los productos o servicios que ofrece la institución.	Es aquella que se desarrolla con el objeto de orientar la opinión del público hacia metas de identificación o empata entre la institución y el público/receptores.

CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

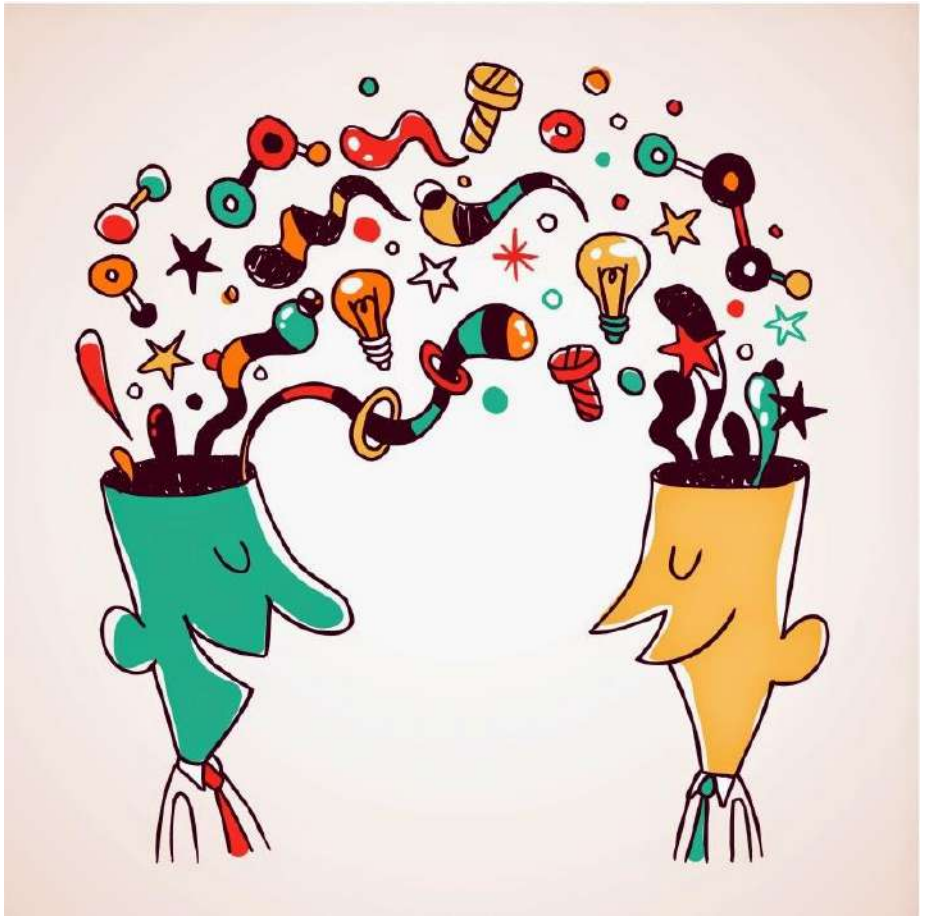
Emisor o fuente: una o varias personas con ideas, información y un propósito para comunicar. Es decir, quien o quienes buscan comunicarse **con** otro u otros, y desde quienes inicia la transmisión de mensajes.



ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Encodificación: traducir la idea a comunicar en un código, ya sean palabras orales o escritas u otros símbolos que tengan un significado común y fácil de comprender para el otro. Es decir, poner la idea en un “lenguaje” adecuado tanto para el que lo envía como para quien lo recibe.



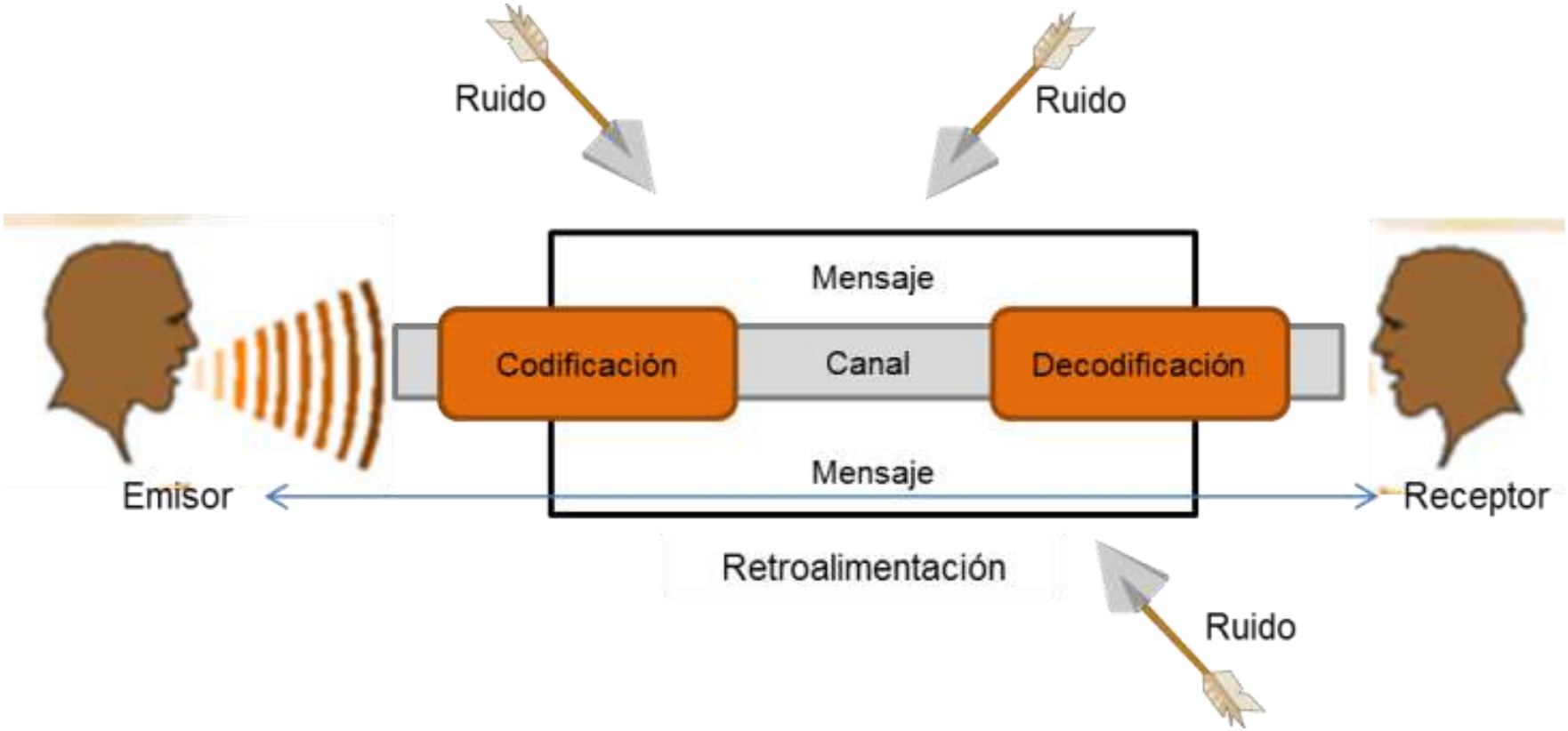
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Mensaje: es la forma que se le da a una idea o pensamiento que el comunicador desea transmitir al receptor. En otras palabras, es la idea estructurada sobre lo que el emisor quiere que el receptor reciba.



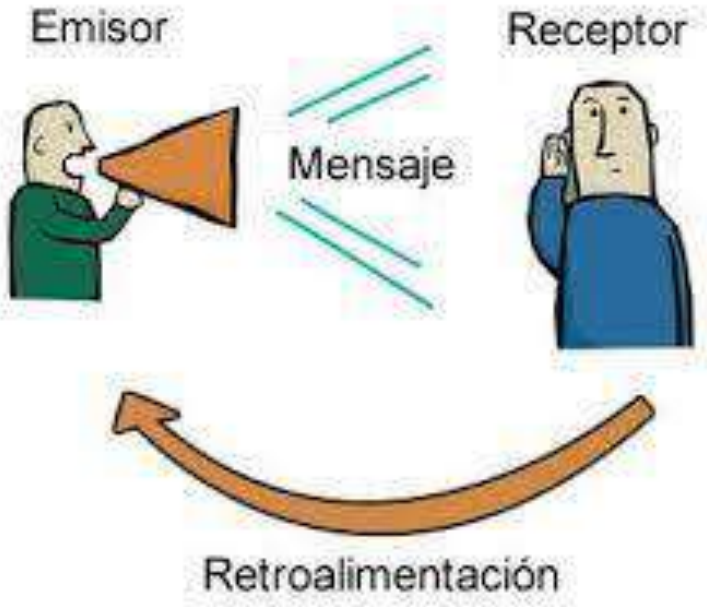
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Decodificación: a diferencia de la encodificación, la decodificación es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir. Es aquí, cuando se observa si el código y el medio fueron los adecuados para que el receptor interpretara el mensaje de la manera en la que el emisor deseaba. Y es en este elemento donde la retroalimentación es eficaz o errónea.



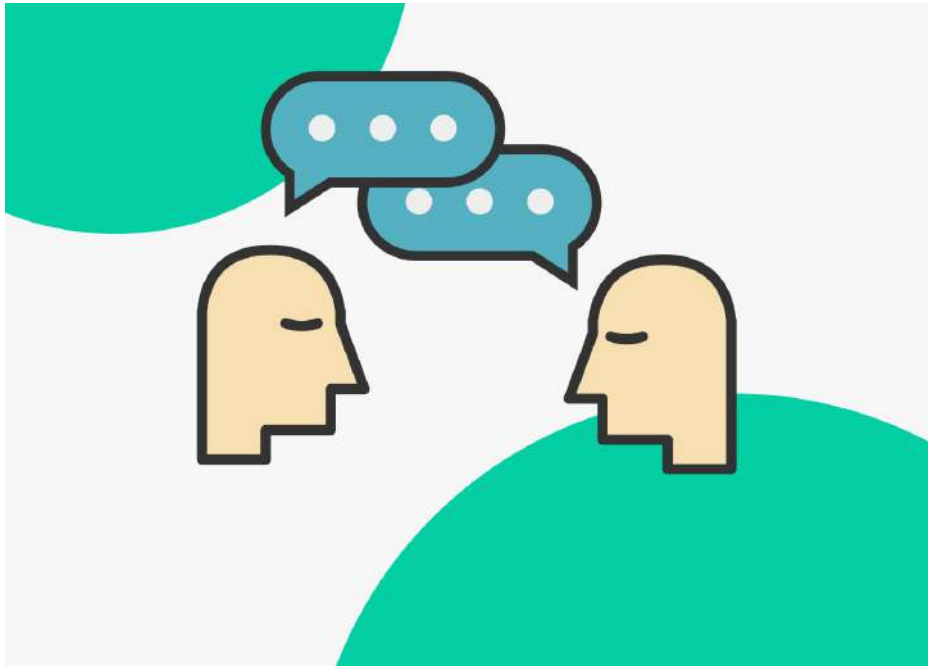
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Receptor: es quien o quienes reciben el mensaje enviado por el emisor. Y quienes responderán a éste de acuerdo a lo adecuado que hayan sido la encodificación, el medio y la decodificación**.**



CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Retroalimentación: es precisamente la respuesta que el receptor dará al emisor acerca de si recibió el mensaje y si lo interpretó de manera adecuada.



2.1 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Afectivo - valorativa: El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad

Informativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información.

Reguladora: Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:



Control: La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados.



Motivación: Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento.



Expresión emocional: Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.



Cooperación: La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones

2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Semánticas.- es la parte de la lingüística que se encarga de estudiar el significado de las palabras; muchas de ellas tienen oficialmente varios significados.

El emisor puede emplear las palabras con determinados significados, pero el receptor, por diversos factores, puede interpretarlas de manera distinta o no entenderlas, lo cual influye en una deformación o deficiencia del mensaje.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Físicas .-

Son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, micrófono, grabadora, televisión, etc.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Fisiológicas. –

son las deficiencias que se encuentran en las personas, ya sea del emisor (voz débil, pronunciación defectuosa) o del receptor (sordera, problemas visuales,) que son factores frecuentes que entorpecen o deforman la comunicación.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Psicológicas. –

Representan la situación psicológica particular del emisor o receptor de la información, ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, según sea el caso, o incluso al mensaje que se comunica; la deficiencia o deformación puede deberse también a estados emocionales (temor, odio, tristeza, alegría) o a prejuicios para aprobar o desaprobar lo que se le dice, no lea lo que está escrito, no entienda o no crea lo que oye o lee.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Personales:

provienen de las emociones, los valores y los malos hábitos de escuchar. Las emociones actúan como filtros en la comunicación. Se escucha y se ve lo que emocionalmente sintonizamos.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras administrativas:

las barreras pueden ser por la falta de planeación, supuestos no aclarados, distorsiones semánticas, expresión deficiente, pérdida en la transmisión y mala retención, escuchar mal y evaluación prematura, comunicación impersonal, desconfianza, amenaza y temor; periodo insuficiente para ajustarse al cambio; o sobrecarga de información.



Para superar las barreras en las comunicaciones, los especialistas recomiendan, entre otras cosas, lo siguiente:

- Enviar mensajes claros, comprensibles, que se adecuen a las posibilidades del receptor.
- Utilizar expresiones que "faciliten " la comunicación y evitar las que la "obstruyen".
- Mantener la congruencia entre el lenguaje verbal y el no verbal.
- Asumir una actitud de empatía con el interlocutor. "Ponerse" en el lugar del otro.
- Escuchar con atención. (Escucha activa)
- Aclarar las diferencias en las percepciones.
- Utilizar la retroalimentación para verificar la comprensión adecuada.
- Eliminar o evitar los ruidos o interferencias.
- Evitar los prejuicios, tratar de dejarlos a un lado.
- Controlar las emociones que puedan perjudicar las comunicaciones.

CAPÍTULO III
3. FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA



DEFINICIÓN:

La comunicación humana también la consideramos, en muchas ocasiones, como la manera de aprender a vivir. Nos queda claro que no se nos ha enseñado a vivir, ni a saber qué camino seguir para ser feliz y para poder disfrutar de la vida, tampoco para comunicarnos plenamente.

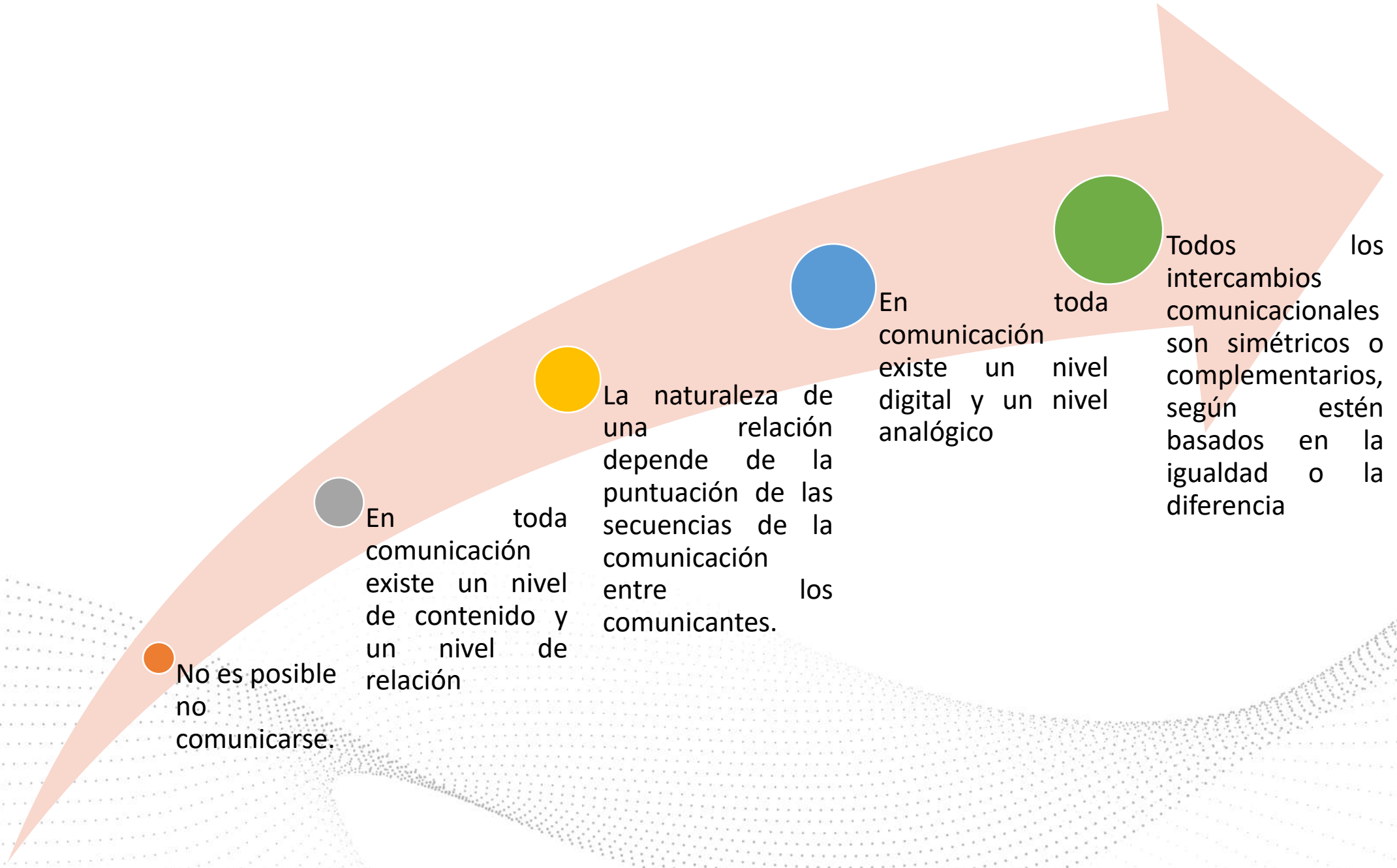
3.1 AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA



Las investigaciones sobre la teoría de la comunicación han ido asumiendo un enfoque sistémico, para concebir toda conducta de forma relacionar y como representativa de alguna forma de comunicación.

A la comunicación se le atribuyen algunas propiedades de naturaleza axiomática, que conllevan consecuencias fundamentales para las relaciones humanas.

Los 5 axiomas de la comunicación según Paul Watzlawick son:


No es posible no comunicarse.
En toda comunicación existe un nivel de contenido y un nivel de relación
La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de la comunicación entre los comunicantes.
En toda comunicación existe un nivel digital y un nivel analógico
Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia

3.2 NIVELES DE COMUNICACIÓN HUMANA

Intrapersonal: es aquella comunicación que llevamos con nosotros mismos, intervienen solamente el pensamiento y el lenguaje, como, por ejemplo, cuando nos levantamos y nos decimos a nosotros mismos “¿cómo me voy a vestir para ir a mi trabajo?", o bien, cuando tenemos algún problema con alguien y nos decimos! “pero le voy a decir tal cosa!"etc.

3.2 NIVELES DE COMUNICACIÓN HUMANA

Interpersonal: se da cuando el proceso comunicativo se lleva a cabo entre dos o más personas, de cara a cara, y que es regido por pocas reglas comunicativas e informales.

3.2 NIVELES DE COMUNICACIÓN HUMANA

Intergrupal u organizacional: es el tipo de comunicación de quienes pertenecen a un grupo que puede interactuar de forma directa, presencial, cara a cara, utilizando todos los sentidos y con un lenguaje específico del grupo.

3.2 NIVELES DE COMUNICACIÓN HUMANA

Intergrupal: en este nivel el proceso se cumple cuando interactúa un grupo de personas con otro grupo de personas, de características iguales o diferentes.

3.2 NIVELES DE COMUNICACIÓN HUMANA

Masiva: este es un proceso comunicativo en el que se utilizan los medios tecnológicos masivos; se dirige a auditorios grandes, heterogéneos y anónimos; el mensaje se transmite de manera simultánea a los miembros del auditorio al que se quiere llegar.

CAPÍTULO IV
4. PROPÓSITOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN

El propósito general de informar utiliza la *función representativa* del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento. Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son, por ejemplo, las instrucciones, los informes, las demostraciones, las explicaciones sobre funcionamientos de máquinas, etcétera



CAPÍTULO IV
4. PROPÓSITOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN

El propósito general de entretener *usa la función expresiva del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano —origen de la comunicación—, que es precisamente acercarse a otros, compartir alguna idea, sólo para llegar a un entendimiento o una identificación.*



CAPÍTULO IV
4. PROPÓSITOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN

El propósito general de persuadir *usa la función apelativa del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse, quiere influir, hacer un llamado al pensamiento del oyente para formar alguna idea, provocar un cambio de actitud o reforzar creencias y valores.*



CAPÍTULO IV
4. PROPÓSITOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN

El propósito general de actuar, *que se realiza también mediante la función apelativa o directiva, intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a realizar alguna acción. Este propósito se considera también persuasivo, ya que procura influir en las creencias o actitudes de las personas, pero mediante argumentos bien estructurados que atiendan a las necesidades o expectativas del oyente; el comunicador tratará de "mover" el pensamiento de aquél para que decida actuar.*



CAPÍTULO IV
COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

El siguiente cuadro de Chávez (1993:104) resume las principales diferencias entre la comunicación oral y la escrita:

COMUNICACIÓN ORAL	COMUNICACIÓN ESCRITA
Es espontánea. Se rectifica	Es más reflexiva o razonada
Utiliza modismos, dichos, etc.	No lo admite (se tiene que hacer un
Hay acción corporal	nuevo texto)
Se repiten palabras	Los utiliza sólo en la literatura
Es casi siempre informal	No la hay (utilizamos signos.

CAPÍTULO IV
COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

Es dinámica	Se evitan repeticiones y redundancias
Se amplía con explicaciones	Se seleccionan el lenguaje y la forma
Rompe la sintaxis	Se hace estática o dinámica
Utiliza nuevos significados	Debe ser precisa y concisa
	Se cuida la sintaxis; se estructura
	Se evitan en textos formales

CONCLUSIONES

El uso de la comunicación, tanto en la forma oral como en la escrita, presenta muchas variaciones de acuerdo con la cultura, clase social, profesión o actividad de las personas, como veremos más adelante; pero no se puede negar que todos necesitamos hablar y escribir para transmitir a otros nuestras ideas por medio del lenguaje: éste, al ser interpretado y comprendido, habrá cumplido su propósito esencial: comunicar

EVIDENCIAS A PRESENTAR

“EVIDENCIA N°1”

GRACIAS

Línea de atención al ciudadano: 01 8000 910270
Línea de atención al empresario: 01 8000 910682

@SENAComunica

www.sena.edu.co

GC-F-004v.09

COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA

SENA

COMPETENCIA: PROCESAR DATOS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y METODOLOGÍA ESTADÍSTICA

RA1. 01 IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA NÓMINA Y PRESTACIONES SOCIALES DE LA ORGANIZACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICA Y LA NORMATIVA

LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES COMO HERRAMIENTA PARA LA INTELIGENCIA EMPRESARIAL

INTRODUCCIÓN

En nuestros días, la Comunicación sigue siendo la esencia del ser humano como ser sociable que es pero constituye una poderosa Herramienta, una imprescindible Competencia y todo un Arte para políticos, profesionales y personas de todos los ámbitos de nuestra sociedad.



CAPÍTULO I
FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación se produce cuando existe un intercambio de información, entre personas mediante unos canales que ambas partes deben conocer.

La comunicación nos permite transmitir información a través de canales como la televisión, la prensa escrita, el teléfono etcétera, cuando nos comunicamos, intercambiamos ideas que son asumidas por las personas, lo que ha llevado al desarrollo integral de cada individuo y al progreso social a lo largo del tiempo.



1.2 FINALIDAD DE LA CUMUNICACIÓN

Con la comunicación podemos transmitir información: el hombre ha necesitado desde sus orígenes comunicarse y transmitir información, así podemos conocer cómo se comportaban nuestros antepasados. Realizar intercambios: cuando nos comunicamos intercambiamos pensamientos ideas y sentimientos.



1.3 DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN

Todos los seres necesitamos información para sobrevivir y evolucionar en nuestro medio; estamos rodeados de información, que, aunque no seamos conscientes de ello procesamos y seleccionamos, para aprender, para evolucionar y para adaptarnos a nuevos entornos



1.4 RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

La comunicación en la empresa, es la necesidad que ésta tiene de informar de lo que hace y para quién lo hace, esta información que ofrece ayuda a que se le conozca utilizando los canales de comunicación que las tecnologías ponen a su alcance.

Podemos concluir que la información y la comunicación están directamente relacionadas al ser complementaria una de la otra.



1.5 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EFICIENTE EN LA EMPRESA

La comunicación empresarial eficiente es aquella que se basa en dos escenarios básicos:

- El establecimiento de una buena política de comunicación
- Identificación de los elementos relacionados con el análisis del problema, el desarrollo de estrategias de comunicación

1.6 LA ORGANIZACIÓN (EMPRESA) Y SU AMBIENTE

Toda la organización debe proyectar dos tipos de imagen corporativa: la imagen promocional y la imagen motivacional.

IMAGEN PROMOCIONAL	IMAGEN MOTIVACIONAL
Es aquella que se desarrolla con el objeto de obtener la reacción inmediata del público, adquiriendo los productos o servicios que ofrece la institución.	Es aquella que se desarrolla con el objeto de orientar la opinión del público hacia metas de identificación o empata entre la institución y el público/receptores.

CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

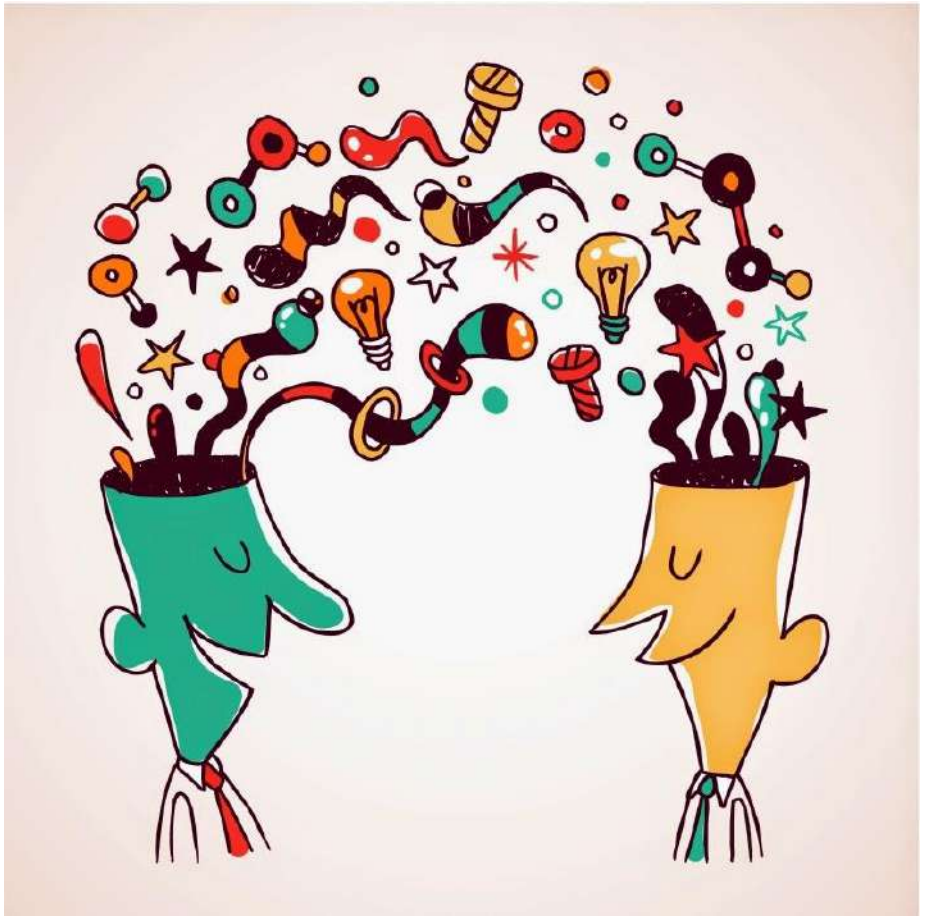
Emisor o fuente: una o varias personas con ideas, información y un propósito para comunicar. Es decir, quien o quienes buscan comunicarse **con** otro u otros, y desde quienes inicia la transmisión de mensajes.



ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Encodificación: traducir la idea a comunicar en un código, ya sean palabras orales o escritas u otros símbolos que tengan un significado común y fácil de comprender para el otro. Es decir, poner la idea en un “lenguaje” adecuado tanto para el que lo envía como para quien lo recibe.



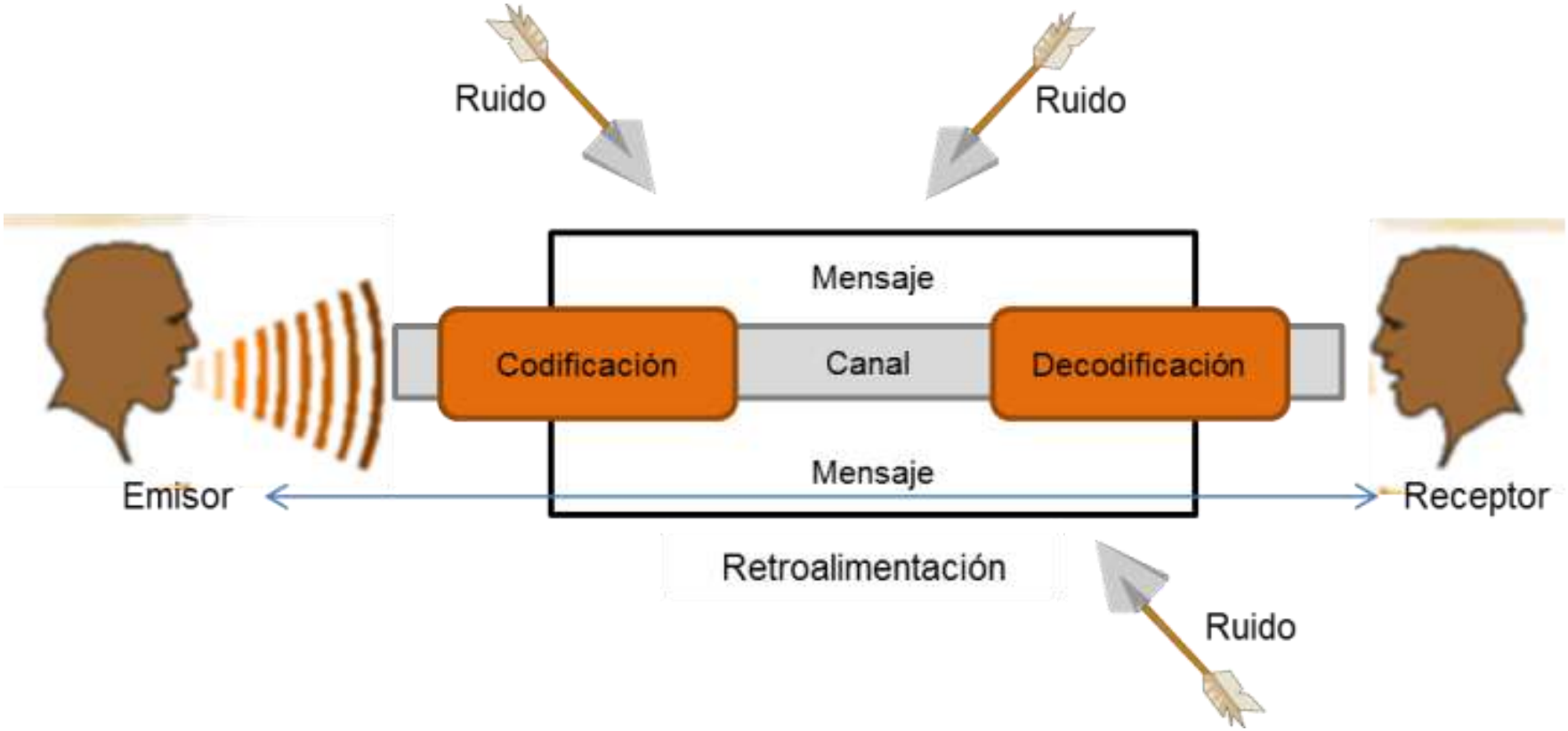
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Mensaje: es la forma que se le da a una idea o pensamiento que el comunicador desea transmitir al receptor. En otras palabras, es la idea estructurada sobre lo que el emisor quiere que el receptor reciba.



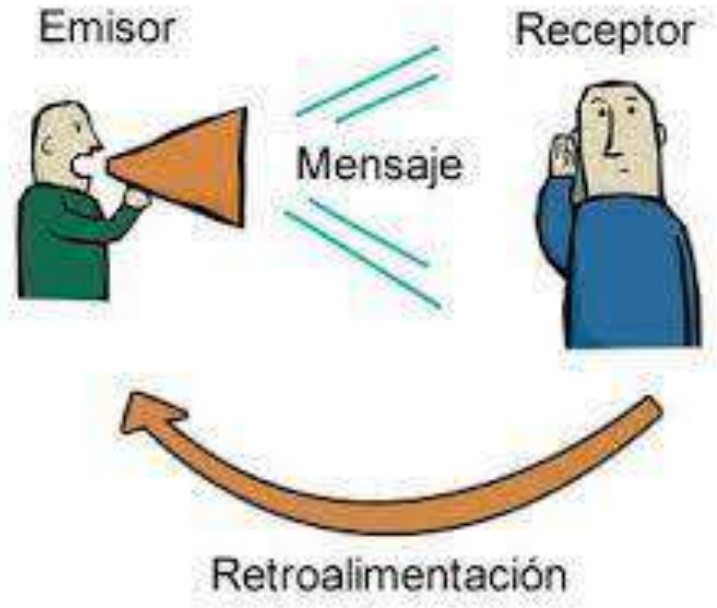
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Decodificación: a diferencia de la encodificación, la decodificación es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir. Es aquí, cuando se observa si el código y el medio fueron los adecuados para que el receptor interpretara el mensaje de la manera en la que el emisor deseaba. Y es en este elemento donde la retroalimentación es eficaz o errónea.



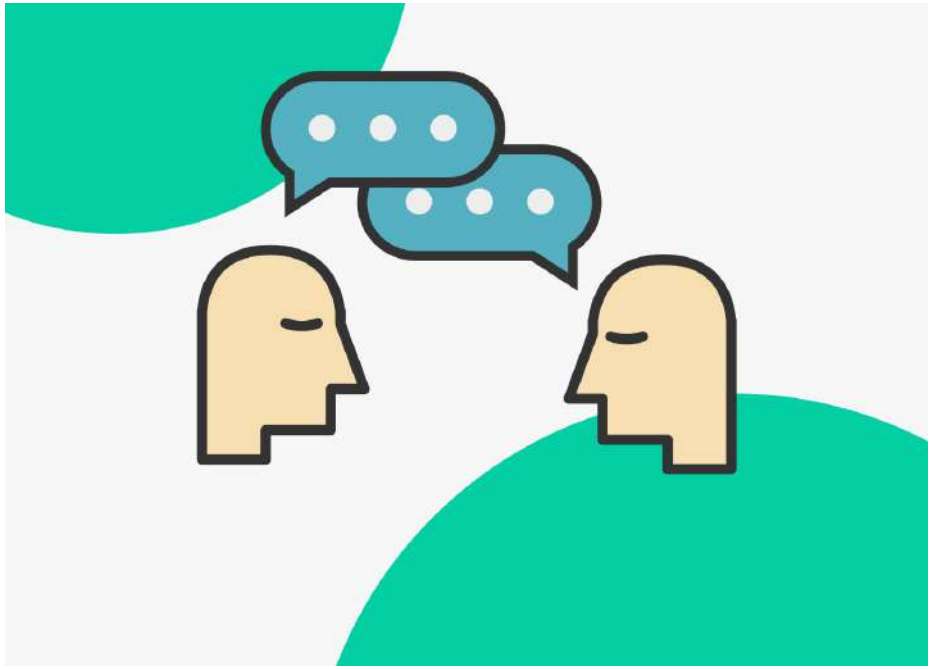
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Receptor: es quien o quienes reciben el mensaje enviado por el emisor. Y quienes responderán a éste de acuerdo a lo adecuado que hayan sido la encodificación, el medio y la decodificación**.**



CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Retroalimentación: es precisamente la respuesta que el receptor dará al emisor acerca de si recibió el mensaje y si lo interpretó de manera adecuada.



2.1 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Afectivo - valorativa: El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad

Informativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información.

Reguladora: Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:



Control: La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados.



Motivación: Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento.



Expresión emocional: Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.



Cooperación: La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones

2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Semánticas.- es la parte de la lingüística que se encarga de estudiar el significado de las palabras; muchas de ellas tienen oficialmente varios significados.

El emisor puede emplear las palabras con determinados significados, pero el receptor, por diversos factores, puede interpretarlas de manera distinta o no entenderlas, lo cual influye en una deformación o deficiencia del mensaje.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Físicas .-

Son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, micrófono, grabadora, televisión, etc.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Fisiológicas. –

son las deficiencias que se encuentran en las personas, ya sea del emisor (voz débil, pronunciación defectuosa) o del receptor (sordera, problemas visuales,) que son factores frecuentes que entorpecen o deforman la comunicación.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Psicológicas. –

Representan la situación psicológica particular del emisor o receptor de la información, ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, según sea el caso, o incluso al mensaje que se comunica; la deficiencia o deformación puede deberse también a estados emocionales (temor, odio, tristeza, alegría) o a prejuicios para aprobar o desaprobar lo que se le dice, no lea lo que está escrito, no entienda o no crea lo que oye o lee.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Personales:

provienen de las emociones, los valores y los malos hábitos de escuchar. Las emociones actúan como filtros en la comunicación. Se escucha y se ve lo que emocionalmente sintonizamos.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras administrativas:

las barreras pueden ser por la falta de planeación, supuestos no aclarados, distorsiones semánticas, expresión deficiente, pérdida en la transmisión y mala retención, escuchar mal y evaluación prematura, comunicación impersonal, desconfianza, amenaza y temor; periodo insuficiente para ajustarse al cambio; o sobrecarga de información.



Para superar las barreras en las comunicaciones, los especialistas recomiendan, entre otras cosas, lo siguiente:

- Enviar mensajes claros, comprensibles, que se adecuen a las posibilidades del receptor.
- Utilizar expresiones que "faciliten " la comunicación y evitar las que la "obstruyen".
- Mantener la congruencia entre el lenguaje verbal y el no verbal.
- Asumir una actitud de empatía con el interlocutor. "Ponerse" en el lugar del otro.
- Escuchar con atención. (Escucha activa)
- Aclarar las diferencias en las percepciones.
- Utilizar la retroalimentación para verificar la comprensión adecuada.
- Eliminar o evitar los ruidos o interferencias.
- Evitar los prejuicios, tratar de dejarlos a un lado.
- Controlar las emociones que puedan perjudicar las comunicaciones.

EVIDENCIA N°1

PROGRAMA:	NOMINA Y PRESTACIONES SOCIALES .	
SEDE:	CENTRO COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO	

COMPETENCIA: PROCESAR DATOS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TÉCNICO Y METODOLOGÍA ESTADÍSTICA 210601026

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

01 IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA NÓMINA Y PRESTACIONES SOCIALES DE LA ORGANIZACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICA Y LA NORMATIVA

ACTIVIDAD REFLEXIÓN INICIAL

Aprendices leer y analizar la siguiente reflexión como conducta de entrada:

La importancia de sistematizar datos masivos utilizando métodos de analítica y herramientas tecnológicas en el curso de Asistencia para la Inteligencia Empresarial radica en varios aspectos clave:

1. **Toma de decisiones informadas:** La analítica de datos permite a las empresas tomar decisiones basadas en evidencia y análisis, en lugar de depender únicamente de la intuición o la experiencia pasada. Al sistematizar datos masivos, se pueden identificar tendencias, patrones y correlaciones que proporcionan información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.
2. **Mejora de la eficiencia operativa:** Al analizar grandes volúmenes de datos, las organizaciones pueden identificar áreas de mejora en sus procesos y operaciones. Esto puede llevar a la optimización de recursos, la reducción de costos y la mejora de la eficiencia en general.
3. **Identificación de oportunidades de mercado:** La analítica de datos puede ayudar a las empresas a identificar nuevas oportunidades de mercado, entender mejor a sus clientes y anticipar las demandas del mercado. Esto les permite adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial y mantenerse competitivas.
4. **Personalización de la experiencia del cliente:** Al analizar datos sobre el comportamiento y las preferencias de los clientes, las empresas pueden personalizar sus productos y servicios para satisfacer las necesidades individuales de cada cliente. Esto puede mejorar la satisfacción del cliente y aumentar la fidelidad a la marca.
5. **Detección de fraudes y riesgos:** La analítica de datos puede ayudar a las empresas a detectar y prevenir fraudes y riesgos financieros mediante el análisis de patrones anómalos en los datos. Esto puede proteger a la empresa de pérdidas financieras y daños a su reputación.

la sistematización de datos masivos con métodos de analítica y herramientas tecnológicas en el curso de Asistencia para la Inteligencia Empresarial es fundamental para mejorar la toma de

decisiones, optimizar la eficiencia operativa, identificar oportunidades de mercado, personalizar la experiencia del cliente y detectar fraudes y riesgos.

Responder y reflexionar:

1. *¿Cómo puede la analítica de datos y las herramientas tecnológicas ayudar a una empresa a tomar decisiones más informadas y estratégicas?*
2. *¿Cuál es el papel de la sistematización de datos masivos en la personalización de la experiencia del cliente y cómo puede esto beneficiar a una empresa?*
3. *¿Qué ventajas ofrece el análisis de datos en términos de detección de fraudes y riesgos, y cómo puede contribuir esto a la seguridad financiera y reputacional de una empresa?*

ACTIVIDAD N°2 TALLER DESCRIPTICO

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:

El objetivo de la actividad comunicación es establecer un intercambio de información entre dos o más personas o entidades, con el fin de transmitir un mensaje y lograr que éste sea comprendido de manera efectiva. La comunicación puede tener diferentes propósitos, como informar, persuadir, educar, entretener, entre otros, y se lleva a cabo a través de diversos canales, como el habla, la escritura, la señalización, entre otros.

En cualquier caso, la actividad de la comunicación busca lograr una interacción efectiva y significativa entre las personas o entidades involucradas, ya sea de forma verbal o no verbal, para alcanzar un objetivo específico.

Aprendices una vez analizado la temática de la unidad N°1 responder con su grupo de trabajo:

1. **¿Qué es la comunicación y cuál es su finalidad?**

2. **Defina: información y cual es su principal finalidad**

3. **¿Qué relación podemos encontrar entre la información y la comunicación al interior de las empresas?**

4. **Argumente el porque es necesario mantener una comunicación empresarial eficiente en las organizaciones**

5. **Porque es importante mantener una imagen promocional y motivacional al interior de la organización.**

Técnica didáctica activa: TALLER DESCRIPTIVO – SOCIALIZAR AMBIENTE DE APRENDIZAJE
Ambiente: CABP
Materiales: UNIDAD N°1 LA COMUNICACIÓN. – CAPITULO N°1

ACTIVIDAD DISEÑAR SOPA DE LETRAS
Actividad: Diseño de Sopa de Letras sobre Comunicación **Objetivo de Aprendizaje:** Familiarizarse con términos clave relacionados con la comunicación empresarial **Instrucciones:** 1. **Selección de Palabras:** Elige un máximo de 20 palabras relevantes relacionadas con la comunicación empresarial.(UNIDAD N°1) 2. **Creación de la Sopa de Letras:** Utiliza una cuadrícula para crear la sopa de letras. Coloca las palabras seleccionadas en la cuadrícula, horizontal, vertical o diagonalmente, en cualquier dirección. 3. **Relleno de Espacios Vacíos:** Rellena los espacios vacíos de la cuadrícula con letras aleatorias para ocultar las palabras seleccionadas. 4. **Instrucciones para los Participantes:** Proporciona a los participantes instrucciones claras sobre cómo buscar las palabras en la sopa de letras (horizontal, vertical, diagonal) y establece un tiempo límite para completar la actividad. 5. **Comprobación y Discusión:** Una vez que los participantes completen la sopa de letras, revisa las respuestas y discute brevemente el significado de cada palabra en relación con el entorno empresarial.

FORMATO PARA EL DISEÑO DE LA SOPA DE LETRAS

LISTADO DE TERMINOS:

1._____
2. _____
3. _____
4_____
5_____
6_____
7_____
8_____
9_____
10_____
11_____
12_____
13_____
14_____
15_____
16_____

17_____
18_____
19_____
20_____

Aprendices responder al siguiente cuestionario con su grupo de trabajo:

1. ¿Cómo está fundamentada la comunicación humana para el desarrollo de la comunicación organizacional? – argumente su respuesta.
2. De acuerdo al autor Paul Watzlawick existen 5 axiomas para desarrollar el proceso de comunicación, explicar cada uno de ellos e incluir un ejemplo.
3. ¿Como están jerarquizados los niveles de la comunicación humana?
4. Teniendo en cuenta los cuatro propósitos generales de la comunicación realiza un resumen explicando en que cosiste cada uno y porque es importante para las organizaciones.
5. ¿Qué diferencias podemos encontrar entre la comunicación oral y escrita?



Recomendaciones:

1. Una vez terminado el cuestionario presentar en con su grupo de trabajo con portada de acuerdo a las normas de presentación -ICONTEC
2. Una hoja con las preguntas, seguidamente la respuesta a las mismas, recuerde manejar normas de presentación ICONTEC en los trabajos
3. Socializar en el ambiente de aprendizaje de acuerdo a las orientaciones del instructor
4. Enviar por el espacio habilitado en el campus virtual o entregar al instructor

Temática didáctica activa: CUESTIONARIO ACADEMICO

Ambiente: físico y/o virtual.

Materiales: Materiales: UNIDAD N°1 LA COMUNICACIÓN

ACTIVIDAD N°2 ENSAYO ARGUMENTATIVO – INDIVIDUAL

Actividad: Elaboración de un Ensayo Académico sobre la Importancia de la Comunicación Empresarial en Asistencia para la Inteligencia Empresarial.

Descripción de la actividad:

1. Los estudiantes deberán leer, analizar y recopilar información relevante sobre el papel y la importancia de la comunicación empresarial en el contexto de la asistencia para la inteligencia empresarial.
2. Con base en la lectura realizada, los estudiantes deberán redactar un ensayo académico que analice y discuta los siguientes puntos:
   a. Definición y concepto de comunicación empresarial.
   b. La relación entre la comunicación empresarial y la inteligencia empresarial.
   c. Importancia de una comunicación efectiva en el éxito de las iniciativas de inteligencia empresarial.
   d. Ejemplos de cómo una comunicación empresarial sólida puede mejorar la toma de decisiones, la eficiencia operativa y la competitividad de una organización. e. Recomendaciones para mejorar la comunicación empresarial en el contexto de la asistencia para la inteligencia empresarial.
3. Los estudiantes deben estructurar su ensayo de acuerdo con las normas de presentación y formato establecidas por la institución educativa.

Recomendaciones para elaborar el ensayo:

1. Establecer una tesis clara y argumentarla de manera lógica y coherente a lo largo del ensayo.
2. Utilizar evidencia y ejemplos concretos para respaldar los argumentos presentados.
3. Mantener un estilo de escritura académico, evitando el lenguaje coloquial y asegurándose de citar correctamente todas las fuentes utilizadas.
4. Estructurar el ensayo de manera organizada, incluyendo una introducción, desarrollo de los argumentos y una conclusión que resuma los puntos clave y sugiera posibles áreas de investigación futura.
5. Revisar y editar el ensayo cuidadosamente para corregir errores gramaticales, ortográficos y de estilo antes de su presentación final.

Título: Breve pero descriptivo

El miedo ¿Es bueno o malo?

Introducción:

Presente la idea principal del escrito, atraiga al lector con pensamientos personales o acontecemientos.

El miedo es la mala sensación que uno tiene cuando está en peligro o cuando una cosa determinada le asusta. Un proverbio alemán dice: "El miedo hace al lobo más grande de lo que es". Esto es absolutamente cierto, ya que el miedo a menudo hace que la gente se imagine lo peor y actúe de forma irracional. En ese caso, ¿puede ser bueno el miedo?

Personalmente, creo que una pequeña cantidad de miedo es buena e incluso necesaria, ya que no sólo actúa como una forma de control y disuasión, sino que también sirve para motivarse. En este ensayo, hablaré de cómo el miedo puede ser un arma de doble filo.

Desarrollo:

Presente el contenido principal del ensayo y fuentes que corroboren el pensamiento propio.

El miedo es bueno, ya que disuade a las personas de cometer actos peligrosos y las induce a controlar y regular su comportamiento. Por ejemplo, a pesar de las numerosas guerras desde la Segunda Guerra Mundial, los bombardeos atómicos de Hiroshima y Nagasaki en Japón siguen siendo el único uso de armas nucleares en la guerra.

Esto se debe porque el mundo teme la devastación generalizada que provocan dichas armas. Por lo tanto, el miedo a la aniquilación total ha impedido que los líderes mundiales actúen de forma irresponsable y de ir por el camino de la autodestrucción.

Sin embargo, aunque el miedo es bueno, el hombre debe tener en cuenta que un exceso de miedo puede ser perjudicial para su desarrollo. Por ejemplo, en el ámbito de la exploración espacial, el Apolo 11 nunca habrían aterrizado los primeros humanos en la luna si los americanos hubieran dejado que el miedo se interpusiera en su sueño.

Conclusión:

Ideas, reflexiones, postura final.

En resumen, el miedo es bueno, ya que en última instancia conducirá a una sociedad bien controlada y motivada. Para lograr grandes hazañas, el hombre debe aprender a vencer su miedo y encontrar el valor para superar los obstáculos que la vida presenta.


SENA

UNIDAD N°1: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Capítulo1: Definición, finalidad de la comunicación, definición de información, **relación entre comunicación e información en la empresa, comunicación empresarial eficiente, la organización (empresa) y su ambiente.**

Capítulo II: elementos, funciones y barreras de la comunicación.

Capítulo III: Fundamentos, axiomas y niveles de la comunicación humana

Capítulo IV: Propósitos generales de la comunicación. Comunicación oral y escrita.

COMPETENCIAS:

Al finalizar la unidad el estudiante desarrollará las siguientes competencias:

COGNITIVAS

Analiza y decide

COMUNICATIVAS

Reconoce y valora la importancia estratégica de los públicos para una adecuada gestión de la comunicación de las empresas

AXIOLOGICAS

Entrega puntual las actividades propuestas

1. INTRODUCCIÓN

El ser humano es comunicación, ser es comunicarse. La comunicación humana surge desde el mismo momento en que el hombre necesita transmitir a quienes les rodean sus sentimientos, sus emociones, sus miedos, sus pensamientos... Para ello se valieron de un primer lenguaje, el lenguaje biológico basado en la mímica y los sonidos, posteriormente surgió el lenguaje hablado y las manifestaciones pictóricas, el lenguaje de las imágenes con pinturas y jeroglíficos.

En nuestros días, la Comunicación sigue siendo la esencia del ser humano como ser sociable que es pero constituye una poderosa Herramienta, una imprescindible Competencia y todo un Arte para políticos, profesionales y personas de todos los ámbitos de nuestra sociedad.

La Comunicación Externa e Interna en las organizaciones requiere de profesionales, de expertos y de Departamentos especializados en el mundo empresarial.

El dominio de la Comunicación como competencia, como habilidad, es una de las más importantes que necesita dominar cualquier profesional de éxito.

Las aplicaciones prácticas de la Comunicación humana son múltiples y variadas y nunca se acaban de conocer, hay enormes posibilidades de mejora continua y requiere de entrenamiento y conocimiento de sus técnicas.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un valor que nos ayuda a que intercambiemos de la forma más efectiva posible nuestros pensamientos, ideas y sentimientos con las personas de nuestro entorno, siempre y cuando exista un ambiente colmado de cordialidad en el cual se busque el enriquecimiento personal de las partes involucradas (emisor, que es quien da el mensaje y receptor que es quien capta dicho mensaje).

Algunas personas poseen magnífica y agradable conversación, pero no poseen la misma capacidad para comunicarse eficazmente, trasmitiendo en la mayoría de los casos conocimientos, experiencias, información y algunas vivencias que hayan tenido, pero con la salvedad de no ofrecer ninguna posibilidad a que las demás personas se expresen o puedan compartir sus propios puntos de vista; aunque esto no es del todo malo, pero debemos estar alertas y no debemos caer en excesos.

Hay que dejar muy claro que el acto de comunicarse no significa tan solo decir, expresar o emitir algunos mensajes (esa labor la realizan los medios de información), lo que se busca es entablar un diálogo con otras personas, teniendo la oportunidad de conocer su manera de actuar y de pensar, su carácter, sus gustos y preferencias y algunas necesidades principales, en pocas palabras aprendemos de su experiencia conociéndolas a través del desarrollo de nuestra capacidad de comprensión.

Para lograr una mejor comunicación tenemos que dejar sentadas algunas características que no todos conocemos:

- Se debe escuchar al interlocutor con atención,
- No se debe monopolizar la palabra,
- No se debe interrumpir,
- Se debe utilizar un lenguaje moderado.

1.1 DEFINICIÓN

¿Sabes la importancia que tiene el que los materiales del ciclo a distancia que estás estudiando estén bien elaborados y bien canalizados? La información que debes conocer se debe transmitir adecuadamente para que alcances los conocimientos necesarios y ser un buen profesional. También tus tutores podrán valorar si has sido capaz de alcanzar el nivel adecuado de conocimientos y capacidades marcados en este ciclo. Ahora podrás encontrar la importancia que tiene tanto la comunicación como el canal a utilizar para transmitir la información.

El ser humano ha tenido la necesidad desde siempre de comunicarse con los demás, y de un buen entendimiento en lo que quiere transmitir depende el que obtenga los resultados deseados, la comunicación es muy importante y por eso hay que conocer los medios más adecuados a utilizar para transmitir la

información. Hoy día en el mundo empresarial es tan importante el saber comunicar que de ello depende, en gran medida, el éxito de la empresa y su imagen hacia el exterior.

La comunicación se produce cuando existe un intercambio de información, entre personas mediante unos canales que ambas partes deben conocer. La comunicación nos permite transmitir información a través de canales como la televisión, la prensa escrita, el teléfono etcétera, cuando nos comunicamos, intercambiamos ideas que son asumidas por las personas, lo que ha llevado al desarrollo integral de cada individuo y al progreso social a lo largo del tiempo. Podemos definir la comunicación como el proceso en que dos o más personas intercambian mensajes utilizando unos canales y códigos comunes que ambos conocen y que actúan de soporte en el traspaso de la información.

1.2 FINALIDAD DE LA CUMUNICACIÓN

Con la comunicación podemos transmitir información: el hombre ha necesitado desde sus orígenes comunicarse y transmitir información, así podemos conocer cómo se comportaban nuestros antepasados. Realizar intercambios: cuando nos comunicamos intercambiamos pensamientos ideas y sentimientos.

Contribuir al desarrollo: a través de los diferentes sistemas de comunicación transmitimos experiencias y conocimientos que pasan de unas generaciones a otras. El progreso, el desarrollo personal y social está basado en el proceso de transmisión de conocimientos y la asimilación de éstos por cada uno de nosotros.

1.3 DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN

Cuando abrimos nuestro correo electrónico, comprobamos que recibimos una cantidad de mensajes de empresas comerciales, de amigos, etc, algunos de ellos son simplemente para hacer publicidad de su empresa, dar a conocer sus productos etc. y con un efecto piramidal en esa página encontramos enlaces a otras muchas. ¿Qué harás tú cuando estés trabajando en la empresa y tengas que hacer una selección de esos correos? No puedes borrarlos todos sin saber el contenido, por eso tendrás que hacer una selección de ellos, algunos requerirán una respuesta mientras que otros podrás eliminarlos directamente. Sin tú saberlo has hecho una distinción entre comunicación e información ya que los mensajes que has eliminado simplemente te informaban, y aquellos a los que les has dado una respuesta has establecido una comunicación, esa es la diferencia principal entre comunicación e información.

Todos los seres necesitamos información para sobrevivir y evolucionar en nuestro medio; estamos rodeados de información, que, aunque no seamos conscientes de ello procesamos y seleccionamos, para aprender, para evolucionar y para adaptarnos a nuevos entornos. La información son datos que tratan de transmitir un mensaje, complementa la comunicación, permite que los individuos cambien su comportamiento, aumenta el conocimiento, comunica nuevas realidades etc.

1.3 FINALIDAD DE LA INFORMACIÓN

Con la información podemos:

Aportar datos sobre un tema: la información solo pretende aportar datos no necesita de feedback.

Tomar decisiones: el individuo cuando ha recibido la información, la valora y decide qué hacer, para que su decisión sea la más acertada, respecto a sus necesidades.

Cambiar el comportamiento de las personas: La actitud de las personas puede variar en función de la información que disponga.

1.4 RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

La comunicación es una herramienta que facilita que la humanidad se entienda, permite que alguien pueda expresar un mensaje para que otro lo reciba, ayuda a las personas a expresar sus opiniones, a compartir, a debatir, a sentirse identificadas, a oponerse, al final a relacionarse. ¿Te has parado a pensar cómo influye en tus decisiones de compra la información que has recibido de un producto y el medio que han utilizado para darlo a conocer? Un producto cuando se da a conocer de forma eficiente, supone para la empresa unos buenos beneficios, pues habrá sabido transmitir al consumidor final un mensaje de confianza frente a otros productos de la competencia.

La comunicación en la empresa, es la necesidad que ésta tiene de informar de lo que hace y para quién lo hace, esta información que ofrece ayuda a que se le conozca utilizando los canales de comunicación que las tecnologías ponen a su alcance. Podemos concluir que la información y la comunicación están directamente relacionadas al ser complementaria una de la otra.

1.5 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EFICIENTE

La comunicación empresarial eficiente es aquella que se basa en dos escenarios básicos:

* El establecimiento de una buena política de comunicación, la misma debe identificar los puntos de origen de la comunicación, estándares de calidad en el mensaje (envío de la comunicación) y una excelente coordinación de toda la comunicación que la organización envía.

* Identificación de los elementos relacionados con el análisis del problema, el desarrollo de estrategias de comunicación, los planes de implementación de esas estrategias y el cálculo de la efectividad del ensamblaje de comunicación organizacional.

Las organizaciones de éxito son aquellas que le dan la verdadera importancia a las comunicaciones y la información, ya que ellas han comprendido que estas contribuyen en gran parte a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral. Es a través de esta comunicación que las organizaciones cumplen una serie de

metas tales como: estructurar, planear y distinguir patrones de comportamientos para los públicos internos y externos; es ahí donde la información se convierte en un instrumento de retroalimentación para la evolución y control de la organización.

1.6 LA ORGANIZACIÓN (EMPRESA) Y SU AMBIENTE

Toda institución, cualquiera que sea su objetivo (comercial, institucional, gubernamental, de producción, servicios, educacional, etc.) es creada para satisfacer necesidades sentidas, creadas o reales de una comunidad; y sea cual fuere la situación económica, política o social imperante, la institución necesita detectar cuáles son los escenarios en que la comunidad se está moviendo, para crear las bases motivacionales a proyectar, con el fin de mantenerse allí en un espacio, un posicionamiento o un nicho productivo. La dinámica es una sola: la organización requiere amoldarse a las condiciones existentes en la comunidad, sin ver hacia atrás, sólo hacia el futuro.

Una imagen corporativa se forma como resultado de una serie de estímulos que un perceptor recibe de un emisor directa o indirectamente, y su interpretación o evaluación pueden estar influenciadas por muchos factores psico/sociales. Para comprender como tiene lugar esa interpretación o evaluación, debemos estudiar la forma en la que el individuo procesa la información.

Existen dos tipos de imagen corporativa:

Toda la organización debe proyectar dos tipos de imagen corporativa: la imagen promocional y la imagen motivacional.

IMAGEN PROMOCIONAL	**IMAGEN MOTIVACIONAL**
Es aquella que se desarrolla con el objeto de obtener la reacción inmediata del público, adquiriendo los productos o servicios que ofrece la institución.	Es aquella que se desarrolla con el objeto de orientar la opinión del público hacia metas de identificación o empata entre la institución y el público/receptores.

La proyección de una imagen tiene que ser planificada previamente por la persona encargada de las comunicaciones corporativas, basándose en una identidad real establecida, un mensaje diáfano y el público/receptor identificado.

CAPÍTULO II

2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso en el cual participan varios elementos indispensables para que ésta se lleve a cabo con eficiencia. Muchos han sido los teóricos preocupados por describirlos. Laswell logra hacerlo de una manera sencilla y ahora bien conocida. Él nos dice que para resumir la comunicación debemos preguntarnos: ¿Quién... dice qué... a través de qué canal... a quién... con qué efectos? Por otro lado, pero con ideas paralelas Shannon y Weaver plantean un modelo de comunicación compuesto de siete elementos básicos: fuente o emisor, encodificación, mensaje, medio, decodificación, receptor y retroalimentación.

Se presenta de manera general lo que significa cada uno de ellos:

Emisor o fuente: una o varias personas con ideas, información y un propósito para comunicar. Es decir, quien o quienes buscan comunicarse **con** otro u otros, y desde quienes inicia la transmisión de mensajes.

Encodificación: traducir la idea a comunicar en un código, ya sean palabras orales o escritas u otros símbolos que tengan un significado común y fácil de comprender para el otro. Es decir, poner la idea en un "lenguaje" adecuado tanto para el que lo envía como para quien lo recibe.

Mensaje: es la forma que se le da a una idea o pensamiento que el comunicador desea transmitir al receptor. En otras palabras, es la idea estructurada sobre lo que el emisor quiere que el receptor reciba.

Medio o canal: es el vehículo por el cual viaja el mensaje del emisor al receptor.

Decodificación: a diferencia de la encodificación, la decodificación es **cuando** se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso **transmitir**. Es aquí, cuando se observa si el código y el medio fueron los **adecuados** para que el receptor interpretara el mensaje de la manera en **la** que el emisor deseaba. Y es en este elemento donde la **retroalimentación** es eficaz o errónea.

Receptor: es quien o quienes reciben el mensaje enviado por el emisor. Y quienes responderán a éste de acuerdo a lo adecuado que hayan sido la encodificación, el medio y la decodificación.

Retroalimentación: es precisamente la respuesta que el receptor dará al emisor acerca de si recibió el mensaje y si lo interpretó de manera adecuada. (MARTÍNEZ Y NOSNIK, 1988: 13-18)

Se ha visto entonces, que tanto Laswell como Shannon y Weaver presentan a la comunicación como un proceso dentro del cual participan quien emite un mensaje, el código en el que lo traduce para el receptor, el mensaje en sí, el

medio o canal en el que se transporta, quien lo recibe, cómo lo interpreta y decodifica, y la respuesta que el receptor da al emisor. (Ver figura 1)

2.1 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es el producto de la interacción entre las personas y es determinante el conocimiento mutuo para el éxito de la misma. La comunicación es una función social. El comportamiento de las personas, los grupos y la comunidad permiten intercambiar ideas, opiniones, sentimientos e intereses, en sí comunicarse.

La comunicación está inmersa en la cultura de las personas. Las actitudes, motivaciones, intereses, nivel educacional, profesión, capacidad, experiencia, sexo, tipo de pensamiento predominante y las competencias influyen en la calidad de las comunicaciones.

- Informativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.
- Afectivo - valorativa: El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás. En la comunicación el lenguaje tiene sentido y palabra, no es sólo lo que se dice, sino como se dice.
- **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivo-valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

- **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
- **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento

deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

- **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.
- **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar

2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Durante el proceso de comunicación pueden presentarse ciertos obstáculos que la dificultan y que es necesario detectar para evitarlos y lograr una comunicación eficiente; a dichos obstáculos se les denomina como barreras de comunicación y se clasifican en:

Barreras Semánticas.- es la parte de la lingüística que se encarga de estudiar el significado de las palabras; muchas de ellas tienen oficialmente varios significados. El emisor puede emplear las palabras con determinados significados, pero el receptor, por diversos factores, puede interpretarlas de manera distinta o no entenderlas, lo cual influye en una deformación o deficiencia del mensaje.

Barreras Físicas .- son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, micrófono, grabadora, televisión, etc.

Barreras Fisiológicas. - son las deficiencias que se encuentran en las personas, ya sea del emisor (voz débil, pronunciación defectuosa) o del receptor (sordera, problemas visuales,) que son factores frecuentes que entorpecen o deforman la comunicación.

Barreras Psicológicas. - Representan la situación psicológica particular del emisor o receptor de la información, ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, según sea el caso, o incluso al mensaje que se comunica; la deficiencia o deformación puede deberse también a estados emocionales (temor, odio, tristeza, alegría) o a prejuicios para aprobar o desaprobar lo que se le dice, no lea lo que está escrito, no entienda o no crea lo que oye o lee. En el aspecto administrativo, las barreras pueden ser por la falta de planeación, supuestos no aclarados, distorsiones semánticas, expresión deficiente, pérdida en la transmisión y mala retención, escuchar mal y evaluación prematura, comunicación impersonal, desconfianza, amenaza y temor; periodo insuficiente para ajustarse al cambio; o sobrecarga de información.

Barreras Personales: provienen de las emociones, los valores y los malos hábitos de escuchar. Las emociones actúan como filtros en la comunicación. Se escucha y se ve lo que emocionalmente sintonizamos. La comunicación, entonces, no se puede separar de nuestra personalidad.

Barreras administrativas: las barreras pueden ser por la falta de planeación, supuestos no aclarados, distorsiones semánticas, expresión deficiente, pérdida en la transmisión y mala retención, escuchar mal y evaluación prematura, comunicación impersonal, desconfianza, amenaza y temor; periodo insuficiente para ajustarse al cambio; o sobrecarga de información.

Para superar las barreras en las comunicaciones, los especialistas recomiendan, entre otras cosas, lo siguiente:

- Enviar mensajes claros, comprensibles, que se adecuen a las posibilidades del receptor.
- Utilizar expresiones que "faciliten " la comunicación y evitar las que la "obstruyen".
- Mantener la congruencia entre el lenguaje verbal y el no verbal.
- Asumir una actitud de empatía con el interlocutor. "Ponerse" en el lugar del otro.
- Escuchar con atención. (Escucha activa)
- Aclarar las diferencias en las percepciones.
- Utilizar la retroalimentación para verificar la comprensión adecuada.
- Eliminar o evitar los ruidos o interferencias.
- Evitar los prejuicios, tratar de dejarlos a un lado.
- Controlar las emociones que puedan perjudicar las comunicaciones.

CAPÍTULO III

3. FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

Los distintos enfoques como se presenta la explicación de qué es exactamente comunicar, qué comunicamos y de qué manera lo hacemos, nos remite exactamente al tratamiento que le damos al lenguaje en el estudio de la comunicación, de una manera que no puede ser sencilla, sino se da dentro de una serie de grados de complejidad de los sistemas mentales y sociales que intervienen en ello.

En un primer acercamiento de lo que es la comunicación humana, tenemos que mostrar el amplio panorama de las conductas, emociones, experiencias, conocimientos e intercambio de ideas que realizamos, independientemente de los propósitos e intenciones que cada uno de nosotros aplica cotidianamente.
Para tratar de lograr tener los elementos suficientes en el estudio o explicación de los actos comunicativos, tenemos que pensar que como objeto de estudio la comunicación humana tiene una serie de respuestas que aquí solo las podemos considerar de manera parcial, así tenemos que comunicación es:

- El proceso social fundamental mediante el cual un individuo influye sobre los demás y es a su vez influido por los otros y por él mismo.

- La relación e intercambio de palabras entre dos o más personas.
- Una de las principales formas que tenemos las personas para relacionarnos individual o socialmente.
- La búsqueda de soluciones a los problemas personales o grupales.
- Las respuestas que esperamos de otra persona.
- El desarrollo de los procesos o ejercicios mentales sencillos o complejos que realizamos cotidianamente.
- La serie de ideas que plasmamos en distintos medios sobre lo que significa este término.
- La relacionamos con los contactos físicos o psicológicos que logramos mantener con otros individuos.
- A la acumulación de acuerdos que se tienen entre distintos grupos y sistemas sociales.
- Cuando logramos que los demás comprendan lo que uno piensa o dice de algo o alguien.
- Representa al proceso de intercambio de informaciones que contienen los resultados del reflejo de la realidad en las personas, parte inseparable de su ser social y medio de formación y funcionamiento individual y social.
- La representamos como el elemento que nos sirve para intercambiar experiencias de unos con otros.
- La que está determinada por los significados que les otorgamos quienes recibimos los mensajes, dándole gran relevancia al uso del lenguaje por medio de sus significados.
- Al intercambio de experiencias entre seres animados.

La comunicación humana también la consideramos, en muchas ocasiones, como la manera de aprender a vivir. Nos queda claro que no se nos ha enseñado a vivir, ni a saber qué camino seguir para ser feliz y para poder disfrutar de la vida, tampoco para comunicarnos plenamente.

No nacimos de la nada, ni pretendemos construir la felicidad a través de recetas, tampoco hay una guía que nos indique qué hacer o lo que debemos hacer para vivir bien. Para entender qué papel jugamos a lo largo de la vida, muchas ocasiones no sabemos por qué estamos ahí, ni para qué estamos viviendo o para qué tenemos vida. En busca de la felicidad y a veces en busca del amor; vamos dejando en el camino nuestros sueños, nuestras esperanzas, la necesidad de querer y que nos quieran y en esa búsqueda, nos equivocamos.

Pero, ¿cómo saber vivir, para aplicar a nuestra vida cotidiana las reglas que hoy vemos como recurso para poder establecer los hechos que nos toca comprender? Muchos de los cuestionamientos que empleamos están en cómo saber comunicarnos; en la manera de establecer las mejores condiciones en el uso del lenguaje, de recurrir a nuestros pensamientos y sentimientos de lo que la misma naturaleza social nos otorga. Empleamos esquemas mentales que nos hacen relacionarnos con los demás con ideas que en muchas ocasiones están en contra de los propios patrones mentales que nos ayudan a valorarlos, estimarlos y comprenderlos. Formas de relacionarnos que nos muestran el carácter negativo de las palabras empleadas, causante de tantas molestias físicas y emocionales, tal y como se aplican en la ley de polaridad: el frío y el calor, el odio y el amor, el vivir y el morir. Para ello debemos preguntarnos: ¿Qué

es lo que tengo que aprender de tal persona o circunstancia que me tocó vivir? ¿Cómo puedo emplear infinidad de formas que dependen de cada uno de nosotros al pensar?

En principio, tengo que comenzar a respetarlas, a respetar a los otros, a identificar mis límites, mi autosuficiencia, mi omnipotencia o mi inseguridad para dirigirme a los demás. Darme cuenta de lo que tengo que aprender y lo que he aprendido, para empezar a mejorar. Por malo que sea lo que nos presenta la vida, por más negativa que nos parezca la situación, la podemos revertir, siempre y cuando nos demos cuenta de qué es lo que tenemos que aprender de esa situación. Nada de lo que se nos presenta en la vida es fortuito, siempre hay un aprendizaje. ¿Cuántas veces nos desesperamos, al creer que algo que hicimos o expresamos no tiene solución? No hay dificultad alguna en el mundo que no podamos resolver. Esto que nos parece casi imposible; es una gran verdad. No podemos caer en la desesperación. Pensemos cómo volver a empezar. Pero si creemos que todo es tan tremendo y que no hay salida; hagamos la prueba.

Revisemos la manera de vivir, de expresarnos con los demás. Valoremos que nuestras formas expresivas son de simpatía o de mofa a los demás. Y si la estamos regando, hasta el extremo de ya no creer en nada; dejémosles a los demás la valoración de cómo hemos actuado, el tiempo, que es un buen silencioso consejero, nos va hacer reflexionar; al pasar el tiempo nos vamos a dar cuenta que ya no tiene la misma significación ese hecho o problema. Que fue algo apresurado darle tanta importancia. Que podemos modificar nuestra manera de expresarnos con los demás. Para ello tendremos que responder a la serie de cuestionamientos, sobre el carácter dilemático que empleamos al expresarnos con los demás y vamos a encontrar, de acuerdo a nuestras actitudes, al dirigirnos a los demás con las siguientes cuestiones:

¿Cuáles son las preguntas que en la comunicación o interacción humanas nos hacemos? ¿Cómo ganar más contactos, amistades e influencias hacia los demás individuos? En muchas ocasiones no nos damos cuenta o ignoramos cómo podemos persuadir a los demás. Casi siempre, con el propósito de ganar amigos e influir en las personas que nos rodean, basamos gran parte de nuestra comunicación y el de muchas personas más, con métodos persuasivos de carácter sentimental o con fórmulas agresivas que inconscientemente pensamos que nos son de mayor utilidad, como lo es la burla. Para tratar de ser convincentes nos apoyamos en reglas sencillas, las que observamos y nos permiten cambiar sustancialmente nuestras conductas de vida. Como personas pensamos, aprendemos, nos motivamos, interactuamos y nuestra manera de comunicarnos, nos hace evolucionar y cambiar mediante la comprensión detallada del lenguaje verbal o no verbal.

En otras ocasiones pensamos que gran parte de nuestro éxito comunicativo día tras día es porque tratamos de ser simpáticos y (entre paréntesis nos olvidamos de lo que piensan los demás) desconocemos que llegamos a provocar cierta rabia en los demás, nuestra actuación deja mucho que desear. De hecho, gran parte de nuestro actuar se apoya en burlas y no en ideas.

3.1 AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

Las investigaciones sobre la teoría de la comunicación han ido asumiendo un enfoque sistémico, para concebir toda conducta de forma relacionar y como representativa de alguna forma de comunicación. A la comunicación se le atribuyen algunas propiedades de naturaleza axiomática, que conllevan consecuencias fundamentales para las relaciones humanas.

Los 5 axiomas de la comunicación según Paul Watzlawick son:

1**. No es posible no comunicarse**. El primero de los axiomas debe ser entendido literalmente: en la relación social es imposible no comunicarse. Dicho a la inversa, esto significa que la comunicación se produce siempre. Para que esto sea claro, es preciso entender que comunicación es sinónimo de comportamiento, en la medida que todo lo que hacen las personas en presencia de otros tiene el valor de un mensaje. Es posible no comportarse, la no conducta no existe. En una situación de interacción, toda conducta tiene valor de mensaje, es decir, de comunicación. Actividad o inactividad, palabras o silencio, siempre influyen sobre los demás con valor de mensaje, quienes también responden a lo que entendieron del mensaje.

2. **En toda comunicación existe un nivel de contenido y un nivel de relación**. Todo proceso de comunicación implica lo que decimos, el contenido, y a quién y cómo se lo decimos, una relación. Expresamos en el vínculo comunicativo, la forma de ser que tenemos y la visión de la relación de la otra persona. El nivel de contenido de un mensaje trasmite la información y el relacional trasmite el tipo de relación que quiero lograr con mi interlocutor, delimita el tipo de relación deseable. El receptor en la comunicación puede rechazar, descalificar o aceptar el mensaje recibido. En una comunicación eficaz se plantea como vital, la capacidad para metacomunicarse, esto significa hablar de la comunicación pues a veces solo existen falsos desacuerdos.

3. La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de la comunicación entre los comunicantes.

OTERO Y LÓPEZ dicen:

La puntuación de la secuencia de hechos apunta a la idea de que las personas interpretan lo que ocurre, básicamente ordenando los hechos en secuencias coherentes, pero necesariamente arbitrarias, porque expresan una perspectiva personal. Resulta evidente que no hay una sola manera de puntuar la realidad y que puede haber tantas puntuaciones como personas. La puntuación de la secuencia tiene vital importancia debido a que de ella depende que las interacciones se produzcan sobre la base de una realidad compartida, facilitando el acuerdo y el encuentro humano. Los grupos tienden a compartir una serie de puntuaciones convencionales que favorecen su estabilidad y hacen más expeditos los procesos de influencia.

4**. En toda comunicación existe un nivel digital y un nivel analógico**.

El lenguaje analógico está determinado por la conducta no verbal y será el medio en que se emite la relación. El lenguaje digital se trasmite mediante símbolos lingüísticos o escritos y será el vehículo del contenido de la educación.

En su necesidad de combinar ambos lenguajes, el hombre ya sea como receptor o emisor, debe traducir o decodificar constantemente de uno al otro y existe una dificultad inherente en este proceso de decodificación. Del mismo modo que al llevar del modo digital al analógico se pierde información, es también difícil llevar del analógico a la digital.

5. Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia.

Las relaciones complementarias están basadas en la complementariedad de la conducta de uno de los participantes en relación con la conducta del otro. Existen dos posiciones distintas, uno ocupa la posición primaria o superior y el otro la secundaria o inferior. Es importante no identificar estas posiciones con otros términos como bueno, malo, fuerte o débil. Una relación de este tipo puede deberse al contexto: la relación médico-paciente, maestro-alumno, padre-hijo, jefe-subordinado y la conducta de cada uno favorece la del otro, es una especie de mutuo encaje. Ninguno de los participantes impone al otro una relación complementaria, sino que se comportan de la forma que presupone la conducta del otro y existen motivos para ello.

Las relaciones simétricas por su parte, se basan en la igualdad y pueden ser el resultado de un contexto (hermanos, esposos, amigos, trabajadores del mismo equipo) y del estilo propio de un diado particular. En esta relación existe el peligro de la competencia o rivalidad, esto se manifiesta de forma especial en los equipos de trabajo, donde se rompe la estabilidad y se va de la simetría uno de los miembros, a lo que se responde tratando de recuperar el equilibrio perdido. La simetría y complementariedad son simplemente conceptos básicos en los intercambios comunicacionales. Las dos cumplen funciones importantes y pueden estar presentes, aunque alternando en diversas áreas o funciones

3.2 NIVELES DE COMUNICACIÓN HUMANA

Existen diferentes niveles de comunicación, en la que cumple su finalidad de interacción como un proceso:

- Intrapersonal: es aquella comunicación que llevamos con nosotros mismos, intervienen solamente el pensamiento y el lenguaje, como, por ejemplo, cuando nos levantamos y nos decimos a nosotros mismos “¿cómo me voy a vestir para ir a mi trabajo?", o bien, cuando tenemos algún problema con alguien y nos decimos! “pero le voy a decir tal cosa!"etc.
- Interpersonal: se da cuando el proceso comunicativo se lleva a cabo entre dos o más personas, de cara a cara, y que es regido por pocas reglas comunicativas e informales.
- Intergrupal u organizacional: es el tipo de comunicación de quienes pertenecen a un grupo que puede interactuar de forma directa, presencial,

cara a cara, utilizando todos los sentidos y con un lenguaje específico del grupo.

- Intergrupal: en este nivel el proceso se cumple cuando interactúa un grupo de personas con otro grupo de personas, de características iguales o diferentes.
- Masiva: este es un proceso comunicativo en el que se utilizan los medios tecnológicos masivos; se dirige a auditorios grandes, heterogéneos y anónimos; el mensaje se transmite de manera simultánea a los miembros del auditorio al que se quiere llegar. Se establece una relación recíproca y dialógica que permite el intercambio de mensajes.

Estos niveles de comunicación tienen como característica que son modelos, que utilizan todos los elementos del proceso comunicativo, por lo cual se deben tomar en cuenta siempre para que sea más claro dicho proceso.

CAPÍTULO IV

4. PROPÓSITOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN

Cuando las personas tienen la intención de comunicarse, seguramente es porque hay algún propósito para hacerlo. Las funciones básicas del lenguaje (representativa, expresiva y apelativa) se usarán para cumplir los propósitos generales de la comunicación. Douglas Ehninger, Alan H. Monroe y Bruce E. Gronbeck, en su libro Principies and Types of Speech Communication (1981:66-69), citan cuatro propósitos generales.

Propósitos generales de la comunicación:

1. Informar (función representativa)
2. Entretener (función expresiva)
3. Persuadir (función apelativa)
4. Actuar (función apelativa/directiva)

El propósito general de informar utiliza la *función representativa* del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento. Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son, por ejemplo, las instrucciones, los informes, las demostraciones, las explicaciones sobre funcionamientos de máquinas, etcétera

El propósito general de entretener usa la *función expresiva* del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano —origen de la comunicación—, que es precisamente acercarse a otros, compartir alguna idea, sólo para llegar a un entendimiento o una identificación.

Algunos ejemplos de comunicación oral con este propósito son una charla de café, el humor característico de un comediante ante una audiencia, las confidencias de dos amigos, la narración de experiencias personales de un jefe a sus empleados durante una reunión.

El propósito general de persuadir usa la función apelativa del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse, quiere influir, hacer un llamado al pensamiento del oyente para formar alguna idea, provocar un cambio de actitud o reforzar creencias y valores. Este propósito se dirige al convencimiento racional y emotivo de las personas para que piensen de cierta manera. Ejemplos que manifiestan este propósito de la comunicación oral son: convencer a la gente de no utilizar productos que dañen nuestro planeta; participar en una discusión y expresar nuestros puntos de vista a favor o en contra; hacer que un público crea en los beneficios de cuidar la salud, etcétera.

El propósito general de actuar, que se realiza también mediante la *función apelativa* o directiva, intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a realizar alguna acción. Este propósito se considera también persuasivo, ya que procura influir en las creencias o actitudes de las personas, pero mediante argumentos bien estructurados que atiendan a las necesidades o expectativas del oyente; el comunicador tratará de "mover" el pensamiento de aquél para que decida actuar. Ejemplos de este tipo de propósito en la comunicación oral son la cátedra de un maestro que motiva a sus alumnos para que estudien más sus materias; el entrenador que motiva a sus deportistas para que obtengan el triunfo; el jefe que promueve a sus empleados para que sean más productivos, etcétera

Pueden ser muchos los objetivos que la gente tenga para comunicarse en forma más específica, pero los propósitos generales representan las intenciones que tienen las personas al comunicarse oralmente.

Comunicación oral y escrita

Cuando tenemos el propósito de comunicarnos, logramos hacerlo mediante dos tipos de comunicación que utilizan el lenguaje verbal: hablar y escribir. Desde niños aprendemos a hablar y después, a partir de la educación escolar formal, a escribir; por eso, hablar puede parecemos un proceso más fácil que escribir, debido a que la palabra escrita está sujeta a una estructura o sintaxis, a una ortografía, etcétera; sin embargo, escribir bien resulta de mucha utilidad para ordenar ideas y manejar con mayor precisión el vocabulario en el momento de hablar, porque los errores y las deficiencias al escribir generalmente se reflejan al hablar; aunque las dos habilidades son procesos comunicativos diferentes en cuanto a conocimientos y habilidades, ambas son producto de un *razonamiento verbal* y son, por lo tanto, complementarios, aunque con diferencias notables que conviene analizar para entender mejor la comunicación oral

- La comunicación oral está ligada a un tiempo, es siempre dinámica en un continúo ir y venir. Normalmente, las personas interactúan hablando y escuchando; el hablante tiene en mente al oyente y el oyente al hablante. La comunicación escrita está ligada a un tiempo y espacio, es más estática, y permanece. En general, el escritor está lejos del lector, además, a menudo no sabe quién será el que reciba el mensaje (como en la mayoría de los libros). La comunicación escrita permanece en el tiempo y el lector puede leer o "escuchar" al autor cuantas veces quiera. La comunicación escrita se hace más dinámica cuando se asemeja a la oral, como en el caso de las cartas personales y de los mensajes a través de la computadora, en los que escribimos casi igual que como hablamos.

- *La comunicación oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante.* La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes; lo apoyan *y* complementan. *La comunicación escrita sólo utiliza signos lingüísticos* para denotar "expresiones" o "estados de ánimo"; tiene una estructura gramatical; por lo tanto, tiende a ser más formal que la hablada. Cuanto más conocimiento haya del lenguaje y su gramática, mayor será la probabilidad cié redactar o escribir correctamente.

- *En la comunicación oral cometemos muchos errores;* usamos vocabulario con significados y pronunciación incorrectos; decimos frases incompletas; usamos repeticiones, redundancias, etcétera; sin embargo, para el escucha muchos de ellos pasan inadvertidos, por la rapidez o naturalidad del habla. *En la comunicación escrita tratamos de evitar errores* de cualquier tipo, ya sea de construcción sintáctica o de ortografía. Las repeticiones y redundancias se hacen notables, así como la escasez o pobreza de vocabulario.

El siguiente cuadro de Chávez (1993:104) resume las principales diferencias entre la comunicación oral y la escrita:

COMUNICACIÓN ORAL	**COMUNICACIÓN ESCRITA**
Es espontánea. Se rectifica	Es más reflexiva o razonada
Utiliza modismos, dichos, etc.	No lo admite (se tiene que hacer un
Hay acción corporal	nuevo texto)
Se repiten palabras	Los utiliza sólo en la literatura
Es casi siempre informal	No la hay (utilizamos signos.

Es dinámica Se amplía con explicaciones Rompe la sintaxis Utiliza nuevos significados	Se evitan repeticiones y redundancias Se seleccionan el lenguaje y la forma Se hace estática o dinámica Debe ser precisa y concisa Se cuida la sintaxis; se estructura Se evitan en textos formales

Reconocer las características de la comunicación escrita ayuda a desarrollar y mejorar la comunicación oral. Por ejemplo:

- Con la lectura de textos se incrementa el nivel del lenguaje y se amplía el vocabulario, ya que algunas palabras las conocemos sólo en su forma escrita, debido a que el lenguaje al escribir es más culto o formal que el que generalmente usamos al hablar.
- Cuando estudiamos una lengua extranjera, conocemos mejor su gramática por medio de la escritura, en tanto que practicamos la pronunciación oralmente.

El uso de la comunicación, tanto en la forma oral como en la escrita, presenta muchas variaciones de acuerdo con la cultura, clase social, profesión o actividad de las personas, como veremos más adelante; pero no se puede negar que todos necesitamos hablar y escribir para transmitir a otros nuestras ideas por medio del lenguaje: éste, al ser interpretado y comprendido, habrá cumplido su propósito esencial: comunicar.

GLOSARIO DE LA UNIDAD

AXIOMAS: Proposición clara y evidente que no necesita demostración.

Barrera de comunicación:
Es un factor que afecta el proceso de comunicación desde la nitidez del mensaje, hasta interrumpirlo indefinidamente.

COMUNICACIÓN
Es la transmisión de un mensaje de un receptor a un emisor o viceversa por medio de un canal, código o lenguaje comprendiendo contextos referenciales, evitando el ruido.

Comunicación intrapersonal: es la comunicación que una persona tiene consigo misma - se corresponde con el diálogo interior donde discutimos nuestras dudas, perplejidades, dilemas, las direcciones y las opciones.

Comunicación oral es cualquier forma de comunicación existente, implica un proceso de transmisión e intercambio de ideas, simple o complejo, la comunicación es un acto inherente que por inercia todos lo tenemos y es común para cualquier persona.

EMISOR
Es aquella persona u otro ser vivo que, voluntaria o involuntariamente, envía un mensaje o una seña a otro actor de la comunicación.

MENSAJE
Mensaje en el sentido más general, es el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (como el habla, la escritura, etc.); aunque el término también se aplica, dependiendo del contexto, a la presentación de dicha información; es decir, a los símbolos utilizados para transmitir el mensaje.

PERSUADIR: Convencer a alguien para que haga o deje de hacer algo

RETROALIMENTACIÓN:

Respuesta que emite el receptor al mensaje recibido. Su función no consiste simplemente en contestar, sino en verificar la información recibida sea la que se. Es decir, hay dos tipos de realimentación: la informativa, con la que se verifica si la información fue o no recibida y la comunicativa con la que se verifica si la información fue interpretada en el sentido que el emisor pretendía se hiciese. Este elemento marca la diferencia entre le proceso de información y el de comunicación: en el primero sólo importa enviar correctamente un mensaje, en el segundo es vital la realimentación.

BIBLIOGRAFÍA

Amaia Arribas Urrutia. (2000) **“**La importancia de la información interna en la empresa”, Revista latina de comunicación social, No. 27, Marzo. La Laguna (Tenerife). http://www.ull.es/publicaciones latina/aa2000tma/127 amaia.html.

Bel Malleén, Ignacio. (2001) “El director de comunicación: ubicación y dependencia, factores claves”, http://www.Fundesco.es/publica/telos 46/tribuna1.

Bolman Lee G., Deal Terrence E. (1995) Organización y liderazgo. El arte de la decisión. Editorial Addison-Wesley Iberoamericana.

Breth Robert. (1974) Las comunicaciones en la dirección de la empresa. Editorial Fondo Educativao Interamericano, 235 pp.

Brunet L. (1999). El clima de trabajo en las organizaciones: definiciones, Diagnóstico y consecuencias. México: Editorial Trillas.

Comunicación Empresarial Ejecutiva. Universidad de Puerto Rico en Humacao: Centro de Competencias de la Comunicación

Fernández Collado; C. Arrieta L. y Otros. (1991).Hacia una comunicación en las organizaciones, Editorial Trillas, Madrid-España.

Watzlawick, P., Bavelas, J. & Jackson, D. (2002) Teoría de la comunicación humana. Herder Editorial, S.L. Barcelona.

WEBGRAFÍA

http://www.mailxmail.com/

http://www.mitecnologico.com

http://www.sappiens.com

http://www.suite101.net/content/la-comunicacion-a27223

Fuente imagen portada Módulo: jpeg.originalcomunitymanager,com