PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Monteria, 14 de noviembre 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 noviembre 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**: procesar datos de acuerdo con procedimiento tecnico y metodologia estadistica. **Resultado de aprendizaje:** informacion de la gestion de nomina y prestaciones sociales, según normas tecnicas y politicas 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:** 2,preparar documentos e información contable, de acuerdo con procedimiento técnico y normativa.	Anexo Cuadro de ventos mes de noviembre, evidencias fotográficas y listados de asistencia

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	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 creación de ruta asociada y evaluación de la ficha **3370653** emprendimiento innovador. **ficha 3371708** empremndimiento 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 como responsable, acorde con los lineamientos institucionales.	Durante este mes de noviembre no se a realizado acta finales de cierre ya que el técnico que tengo asignado no esta en etapa lectiva.	No aplica para este mes objeto de cobro.
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 aprendices 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 noviembre 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.

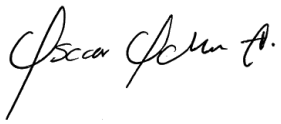
ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHA DE DESPLAZAMIENTO INICIAL	FECHA DE DESPLAZAMIENTO FINAL
1.	XX	XX	XX	XX

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. **5167598156** de la planilla, Expedido por Bancoomeva correspondiente al mes de octubre 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:**	**NOVIEMBRE**

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	10/11/2025	10/11/2025	X							Lunes		PROCESAR DATOS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y METODOLOGIA ESTADISTICA	220501501 APLICAR DATOS DE ACUERDO CON NORMAS Y PROCEDIMIENTOS SOLICITUD, SEGUN NORMAS TECNICAS.	8	1	0	8
3172259	MONINA Y PRESTACIONES SOCIALES- CIENAGA DE ORO	TECNICO	12:00	20:00	24/11/2025	24/11/2025	X							Lunes		PROCESAR DATOS DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y METODOLOGIA ESTADISTICA	220501501 APLICAR DATOS DE ACUERDO CON NORMAS Y PROCEDIMIENTOS SOLICITUD, SEGUN NORMAS TECNICAS.	8	1	0	8
3295479	CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS - MONTELIBANO	TECNICO	12:00	20:00	7/11/2025	28/11/2025					X			Viernes		RECONOCER RECURSOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y NORMATIVA	210201501 REGISTRAR INFORMACION CONTABLE DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y NORMATIVA.	8	4	0	32
3295479	CONTABILIZACION DE OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS - MONTELIBANO	TECNICO	6:00	14:00	1/11/2025	29/11/2025						X		Sábado		RECONOCER RECURSOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y NORMATIVA	210201501 REGISTRAR INFORMACION CONTABLE DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO TECNICO Y NORMATIVA.	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
																		0	0	0	0
																TOTAL HORAS					**88**

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	**Líder 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	**88**

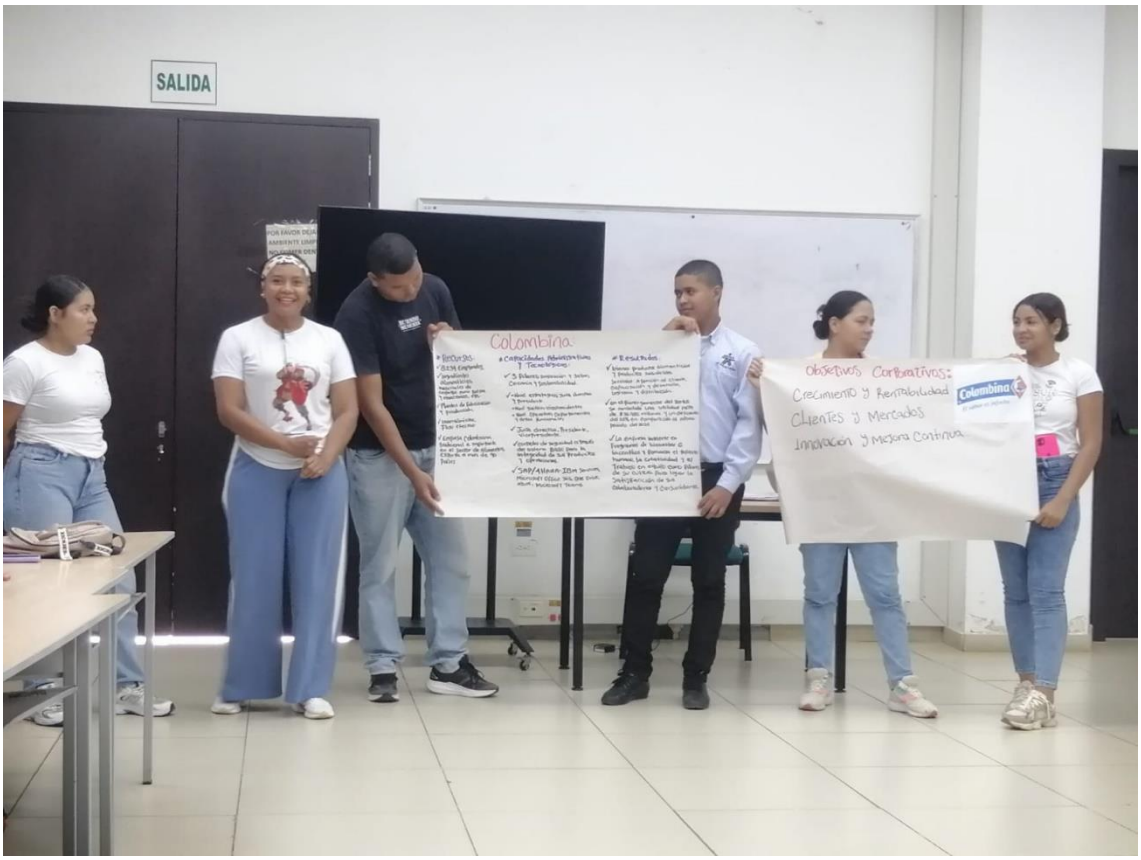
FIRMA DEL INSTRUCTOR: OSCAR OCHOA ALVAREZ

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








SALIDA
Colombina
Objetivos Corporativos:
Crecimiento y Rentabilidad
Clientes y Mercados
Innovación y Mejora Continua







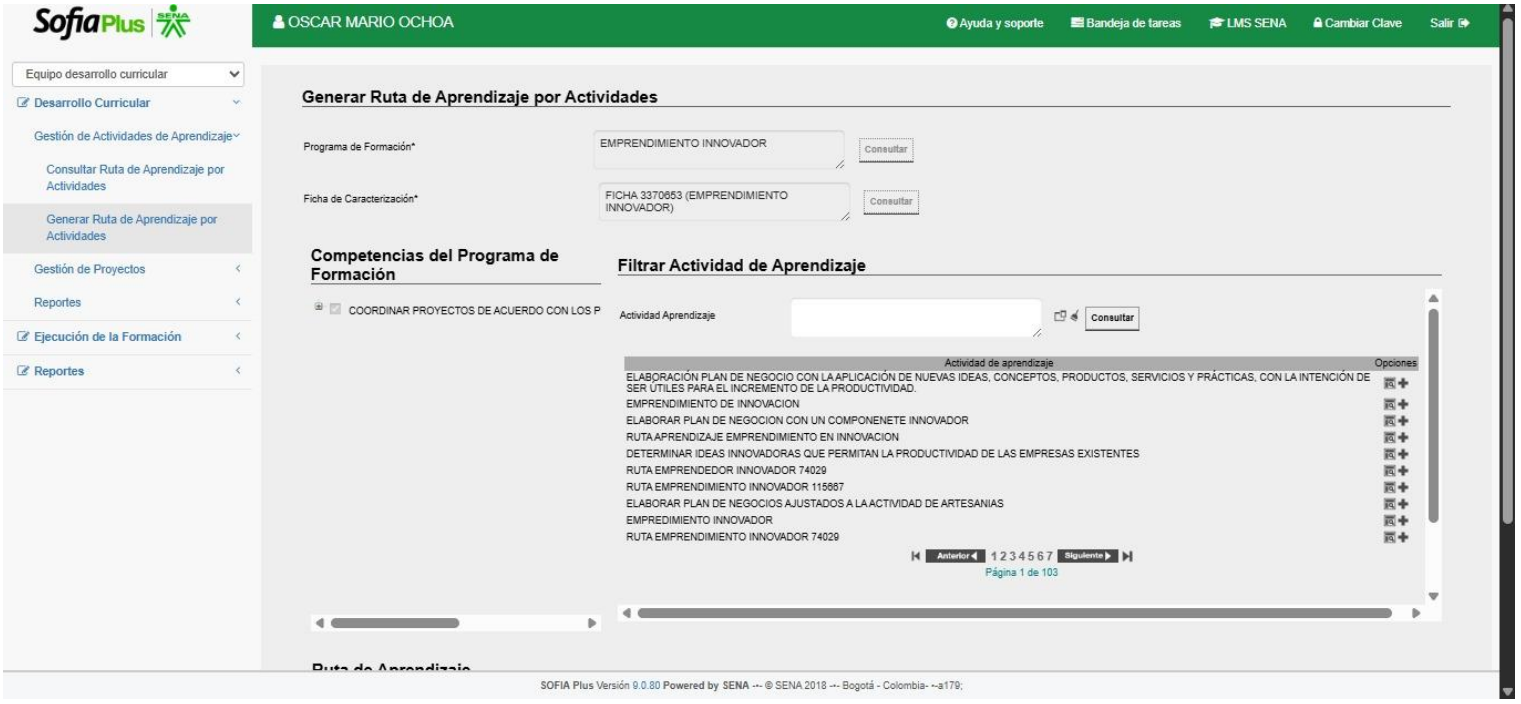
ANEXO EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL TÉCNICO FICHA 3172259 MONINA Y PRESTACIONES SOCIALES. CIENAGA DE ORO

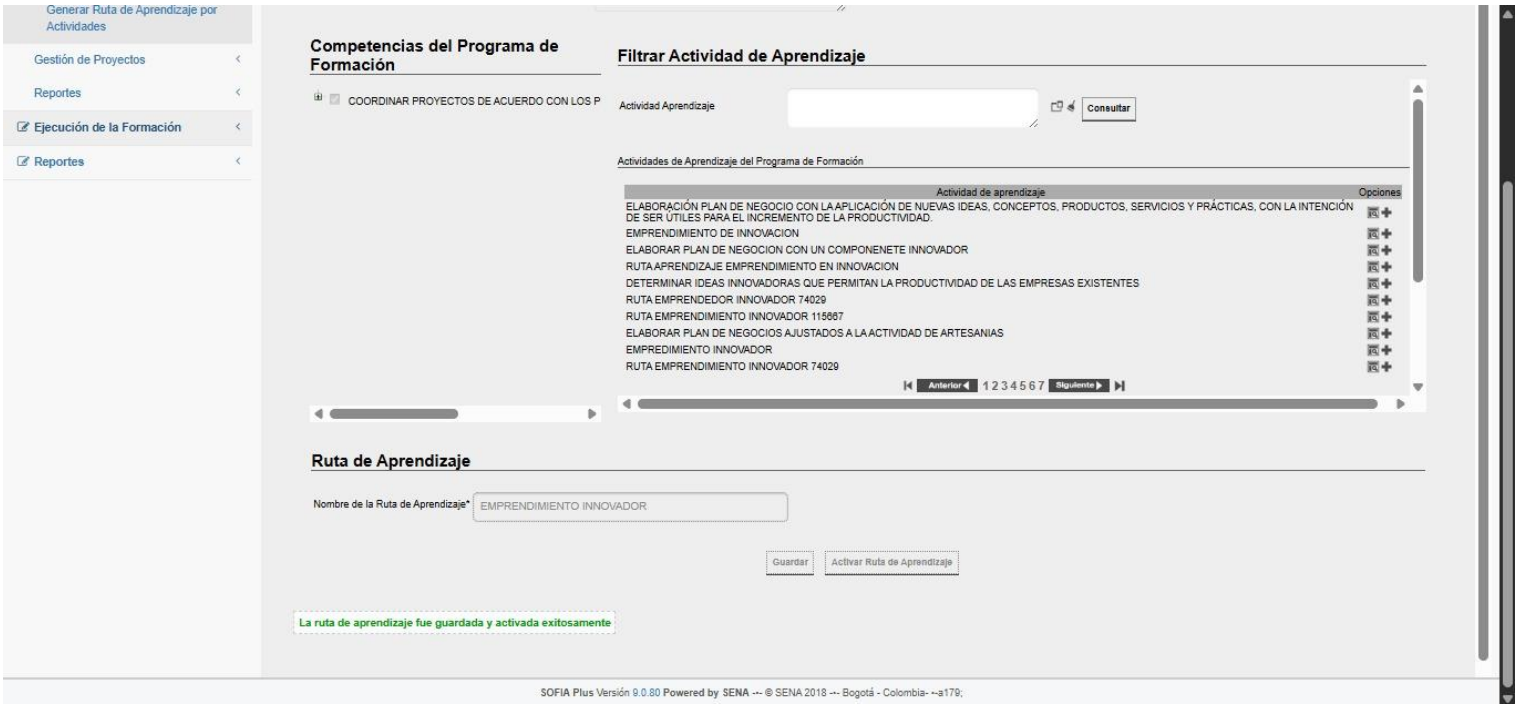




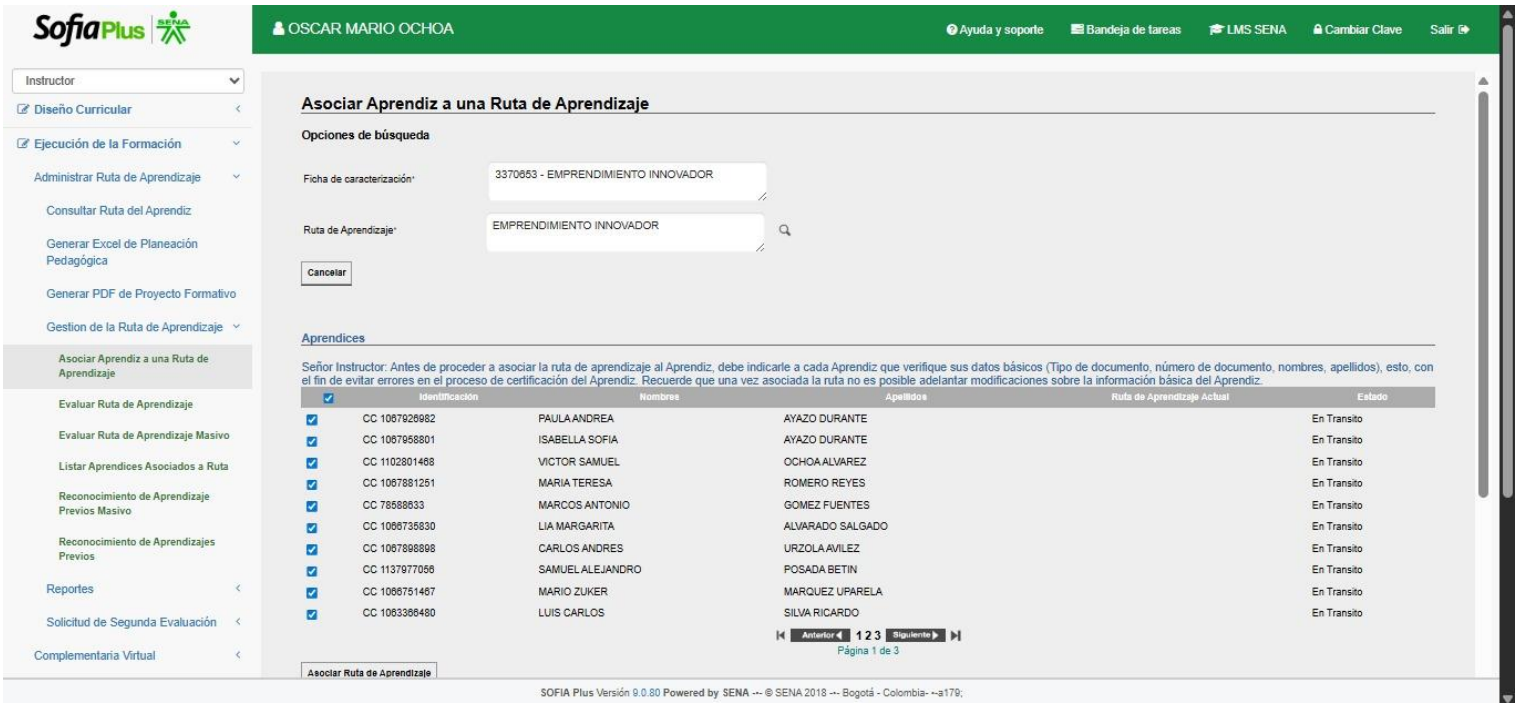


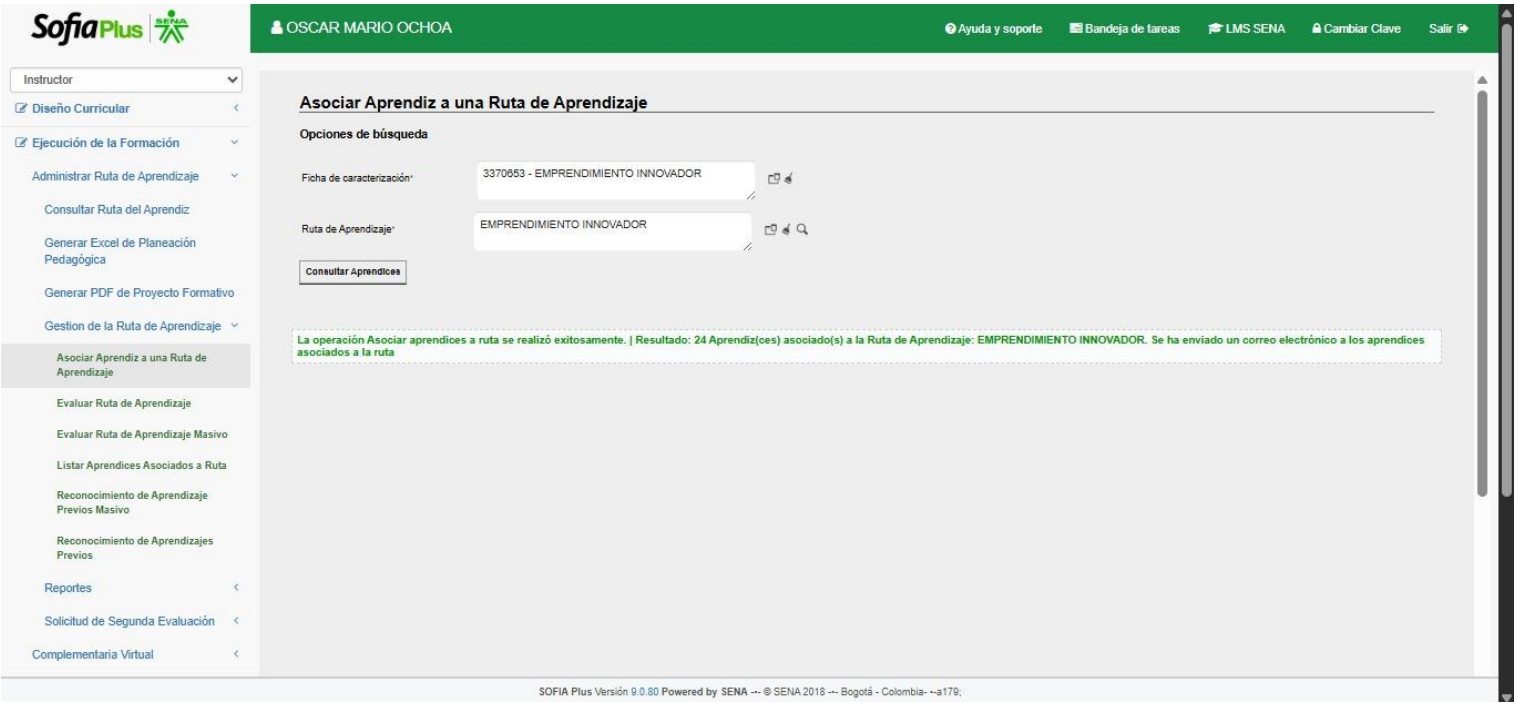
ANEXO PANTALLAZO DE CREACION DE RUTA FICHA 3370653 EMPREMNDIMIENTO INNOVADOR



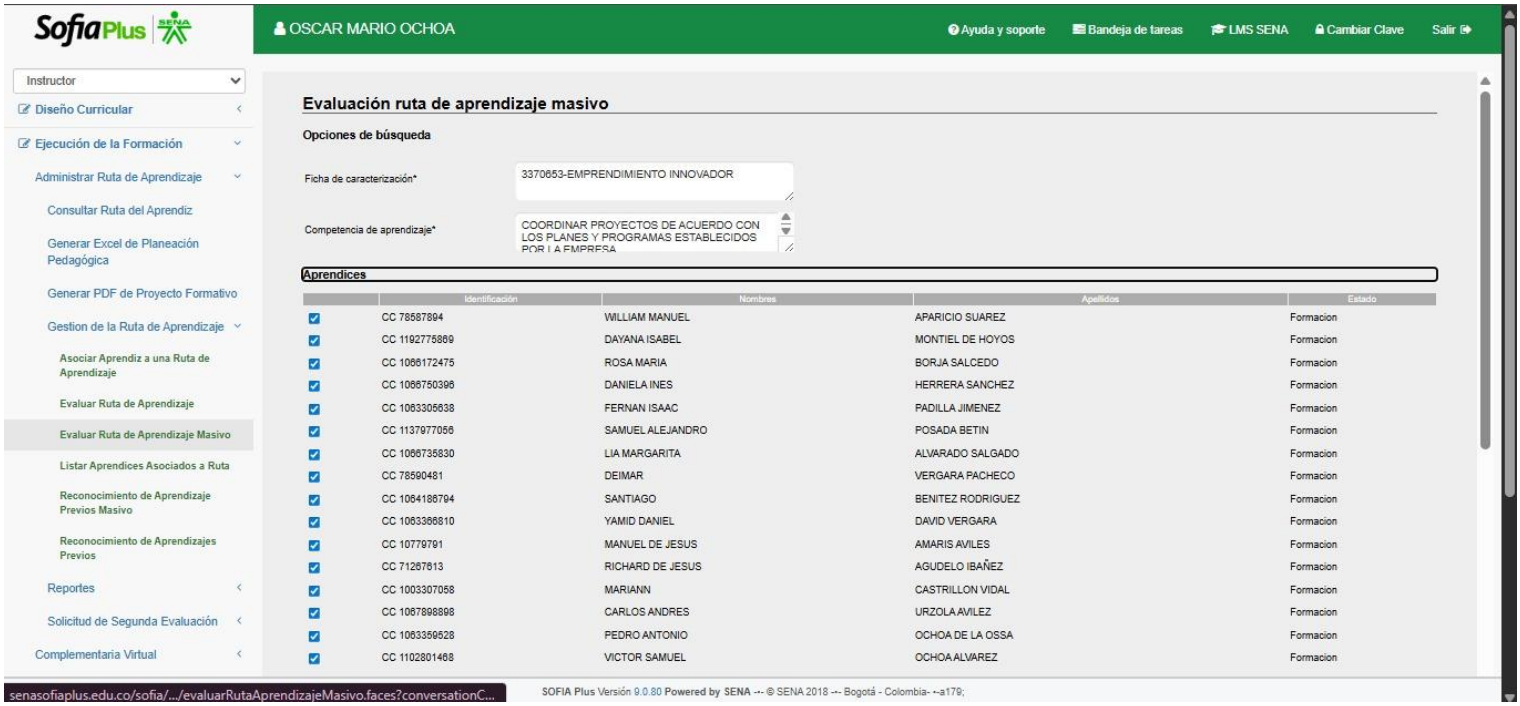


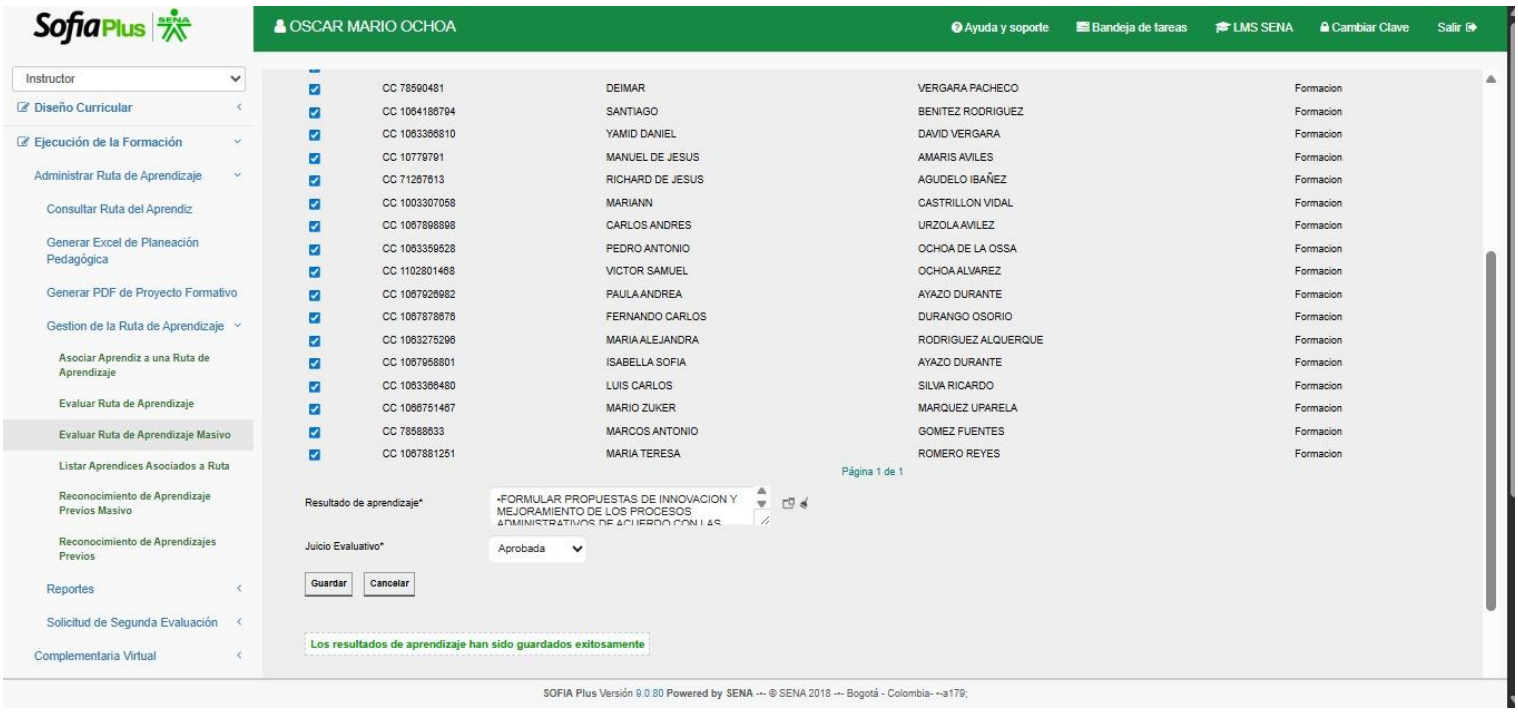
ANEXO PANTALLAZO DE ASOCIAR LA FICHA 3370653 EMPREMNDIMIENTO INNOVADOR



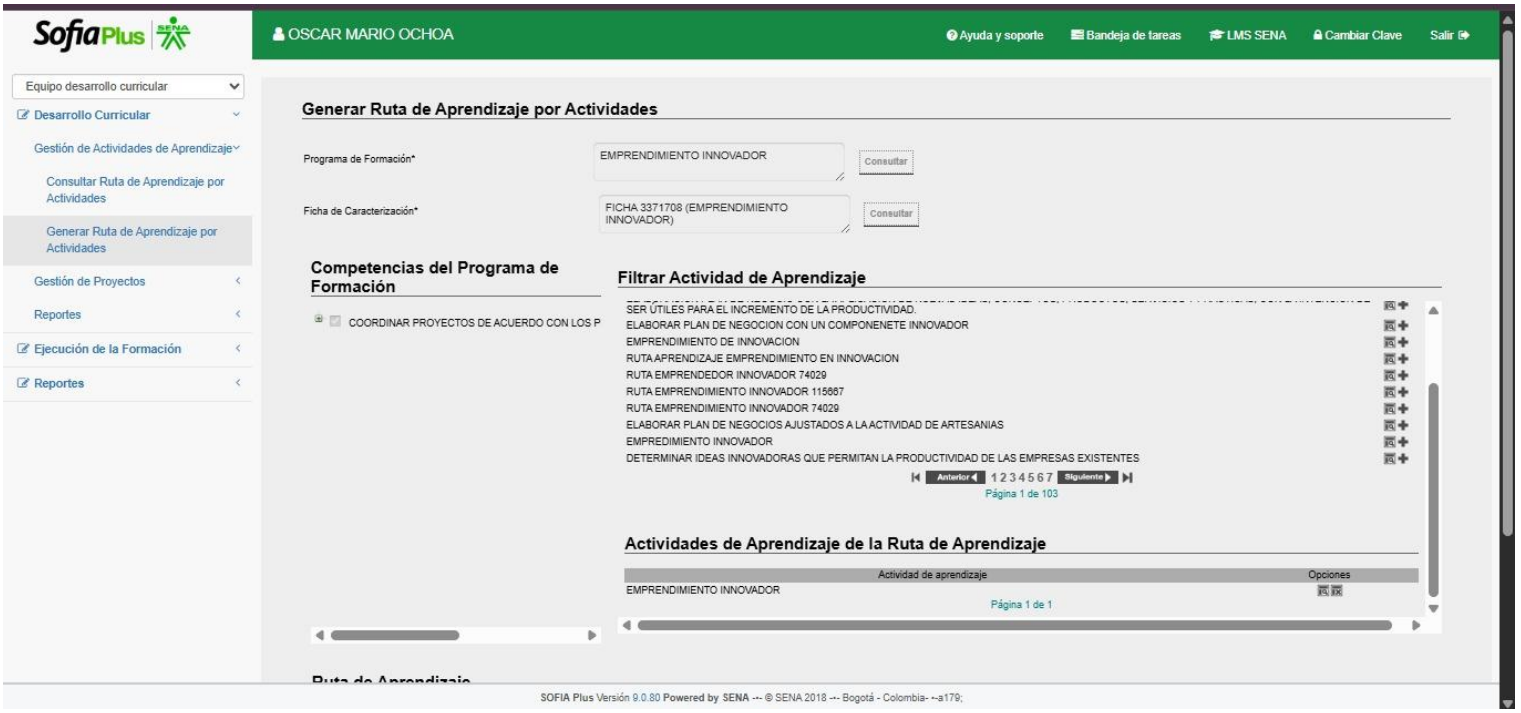


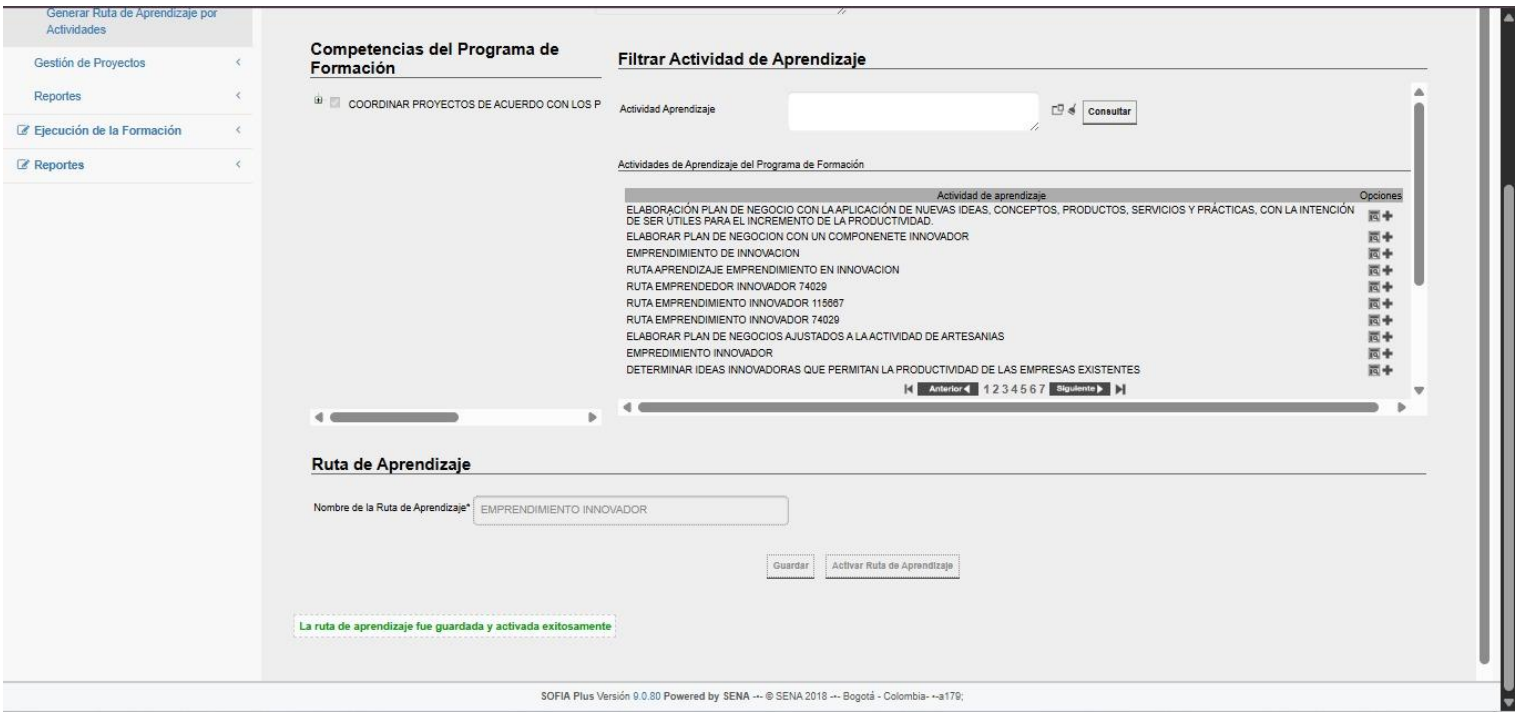
ANEXO PANTALLAZO DE EVALUACION FICHA 3370653 EMPREMNDIMIENTO INNOVADOR



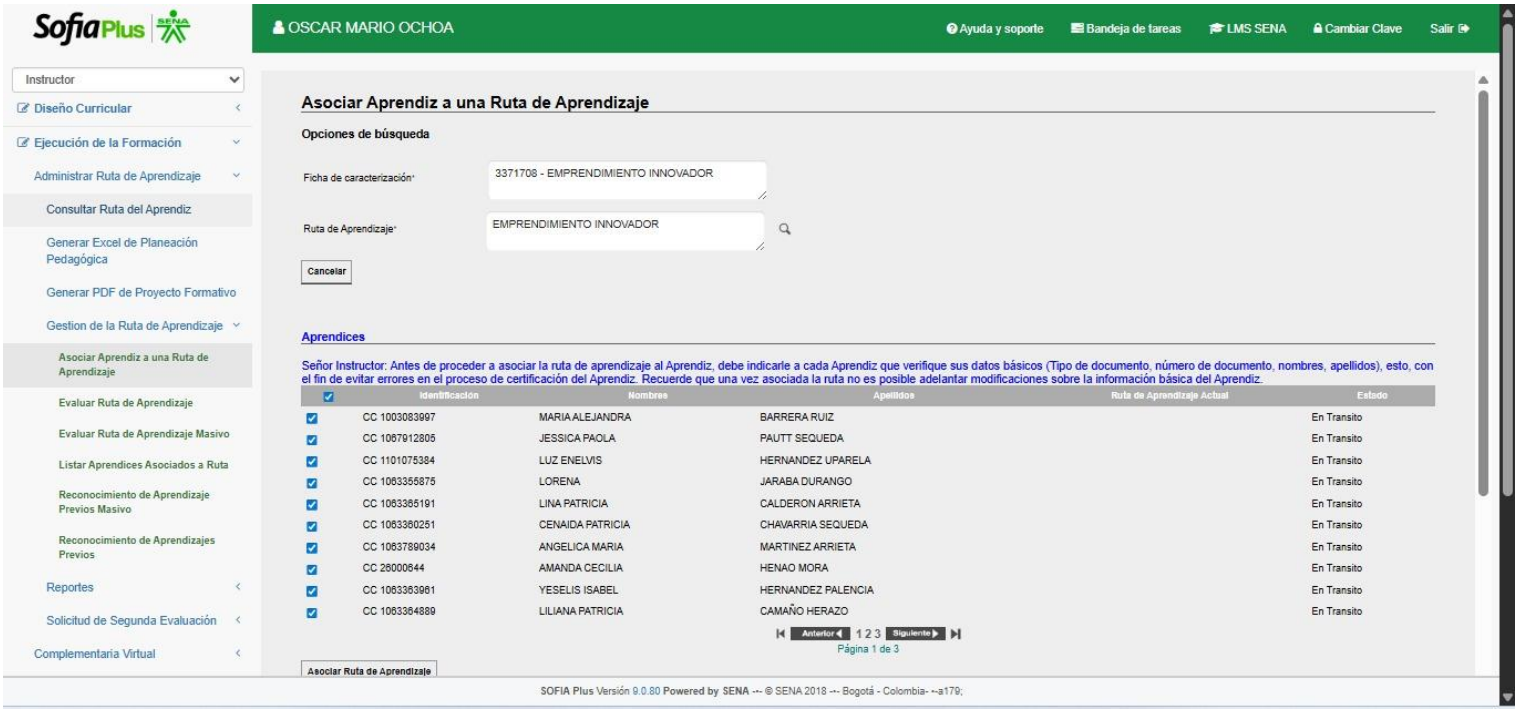


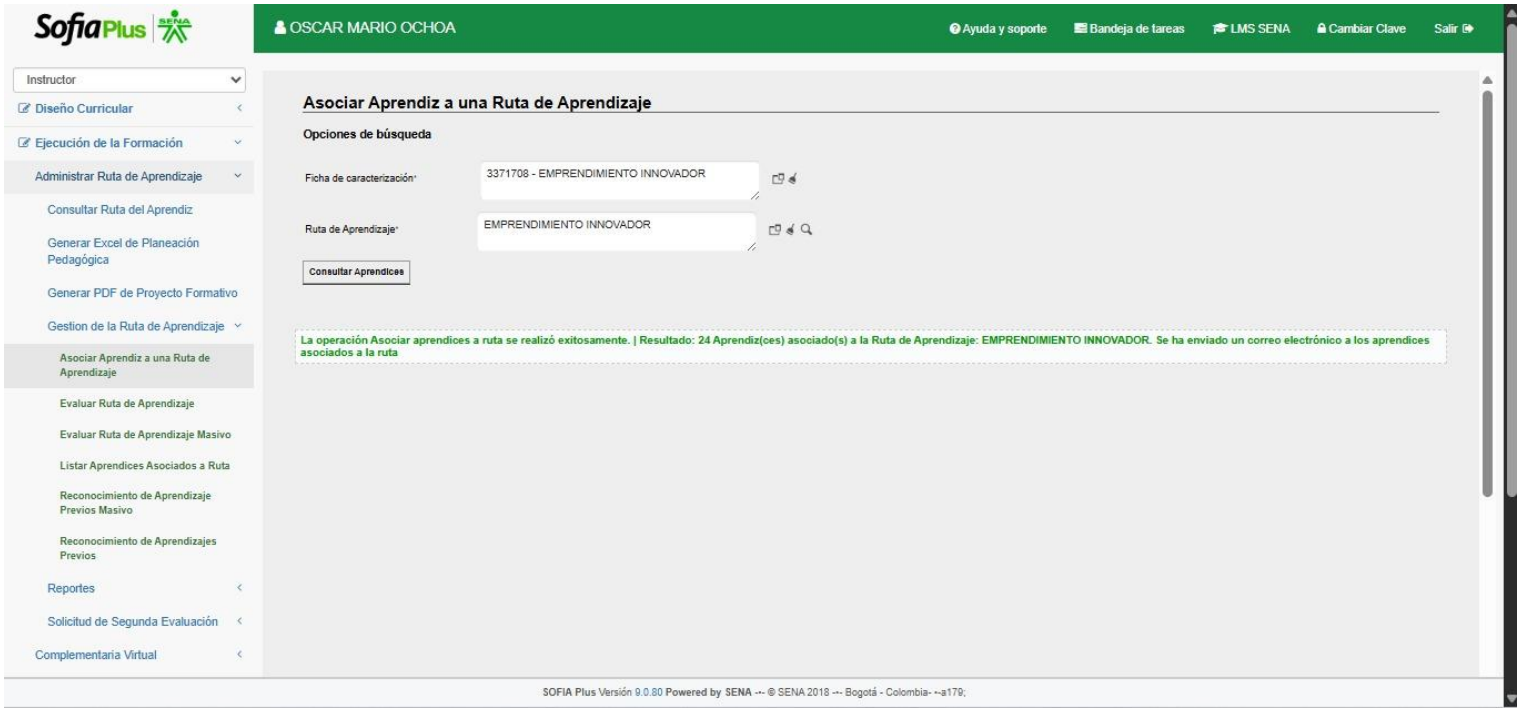
ANEXO PANTALLAZO DE CREACION DE RUTA LA FICHA 3371708 EMPREMNDIMIENTO INNOVADOR



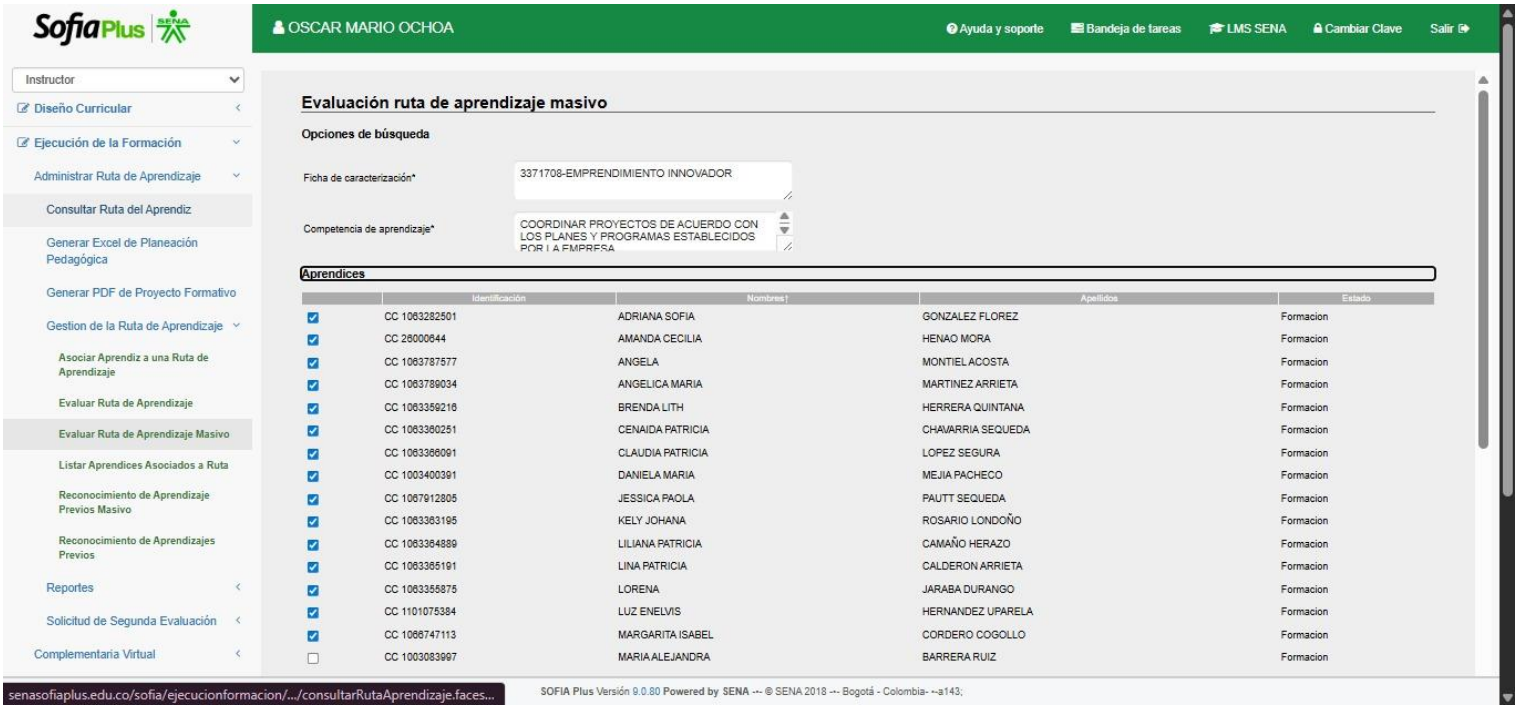


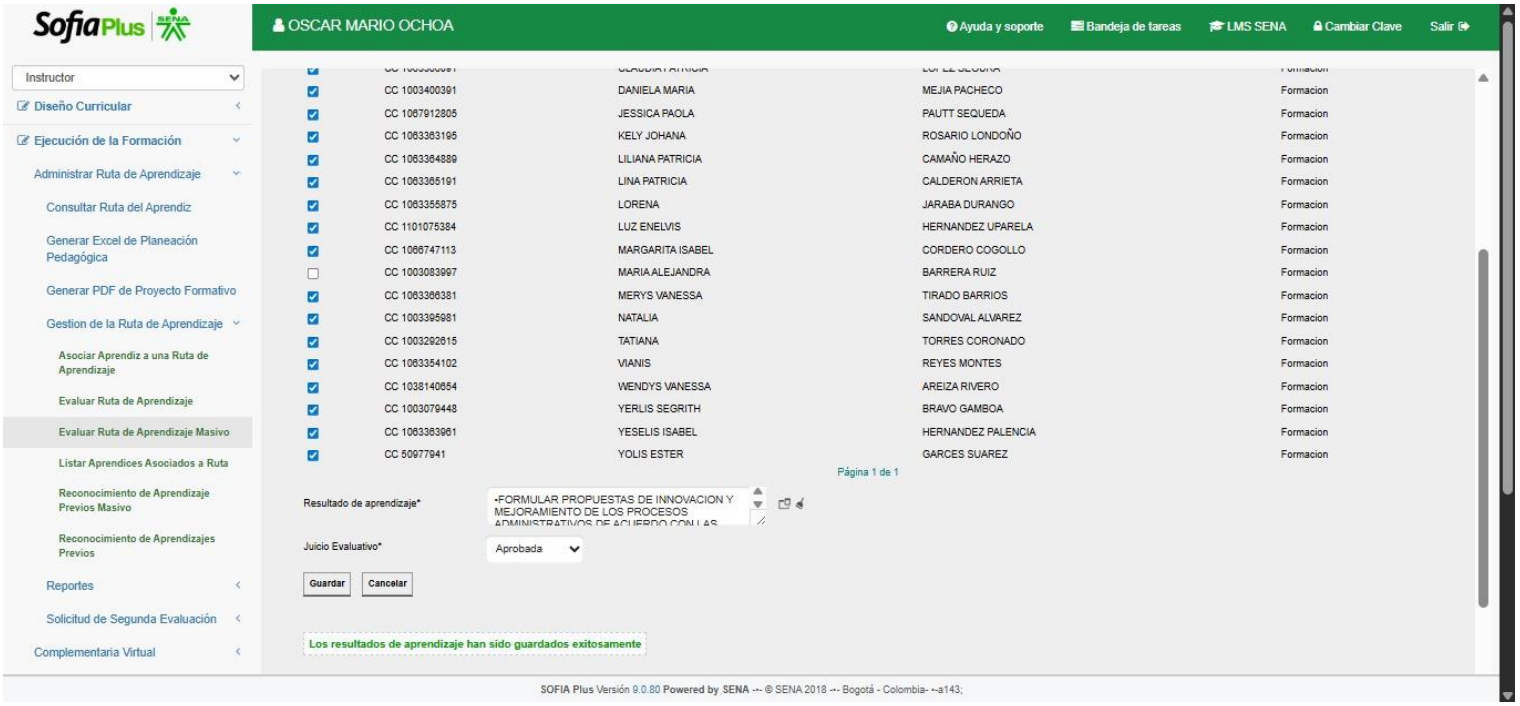
ANEXO PANTALLAZO DE ASOCIAR LA FICHA 3371708 EMPREMNDIMIENTO INNOVADOR





ANEXO PANTALLAZO DE EVALUACION LA FICHA 3371708 EMPREMNDIMIENTO 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 Comerciales y financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge.
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	17-10-2025	HORARIO:	12:00 a 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Dominguez Baral	Karina Alejandra	1066044	3146309000	Karina
02	Alvarez Contrera	Fabiola	1003276204	3207277608	Fabiola
03	Tirado Tejedano	Ana milena	1063287043	3147694657	Ana Tirado
04	Vergara de la ossa	Maria Teresa	1063300271	3103520550	Maria Vergara
05	Hernandez Gomez	Sebastian	1063188037	3179654065	
06	Salgado De hoyos	Luisa fernanda	1193131043	3138935465	Luisa SH
07	Tandeo Mejuado	Lina Maria	1063306298	3104917093	Lina Tandeo
08	Ayala Hernández	Andrés Felipe	1003290986	3148444686	Andres Ayala
09	Noriega Palomino	Cristian	1063286742	3215791971	Cristian
10	Lopez Amaya	Siris Carolina	1118831750	3116009530	Siris
11	Guerra vergara	Maria José	1063307348	3137504966	Mª José Guerra.
12	Petano Baldovino	Lis Valeria	1197215715	3234718303	Lis Valeria
13	Petano Sarmiento	Daila andrea	1066605070	3136533274	Daila
14	Hoseth Diaz.	Isela.	1063287584	3235181072	
15	Fortich Madera.	Dayana.	1003294700		
16	Gonzalez Gaudia	Yelina	1066601777	3046656232	Y Gaudia
17	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288015		
18	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063286698	3218799652	Angela B
19	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	JulianaGomez
20	Jamba Dinggero	Sandra Helen	50.948.185	3137402269	
21	Zuniga Martinez	Keli L.	1003078917	3226267908	
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: Montelibano		Lugar: SENA Alto San Jorge.	
Instructor: Oscar Ochoa A.		Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA: 18-10-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00	

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Gonzalez Gaudia	Yulena	1066601777	3046656232	Ygaudia
02	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288015	3135996111	
03	Madera Suarez	Esteban Andres	1148437648	3145366599	E Madera
04	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008019961	Luisa Fernanda.
05	Zuñiga Martinez	Keai L.	1003078917	3226267908	
06	Gomez Vergara	Maria Jose	1063307348	3137504966	Mª José Gomez
07	Perez Amaya	Silis Carolina	1118831750	3116009530	Silis
08	Noriega Paternina	Cristian David	1063286742	3275797977	Cristian
09	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290986	3148444686	Andres Ayala
10	Landero Mercado	Lina Maria	1063306248	3104417095	Linalandero
11	Salgado De hoyos	Luisa fernanda	1193131043	3113935465	Luisa SH
12	Hernandez Gomez	Sebastian	1063788037	3219654064	
13	Versara delaossa	Maria Teresa	1063300274	3103520555	Maria Versara
14	Contera alvarez	Fabiola	1063270209	3207277608	Fabiola
15	Tirado pestano	Ana milena	1063282073	3147644637	Ana Tirado
16	Gomez Arala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana Gomez
17	Jaramillo Zapata	Sandra Milena	50948185	3137402269	
18	Hoyos Diaz.	Isela.	1063787584	3235181077.	
19	Fontich Madera	Dayana.	1003294700	3	
20	Pedano Baldovino	Liz valeria	1197113775	3254728303	
21	pedano zamudio	Carlos pedano	1066660501	3136533271	
22	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063288698	3218793652	Angela B
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.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA. Alto San Jorge.
Instructor:	Oscar Ochoa Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	24-10-2025	HORARIO:	12:00 A. 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Fabra Macea	Miguel Angel	1066602486	3785067382	MIGUEL Fabra
02	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana Gomez
03	Hernández Gomez	Sebastian	1063788037	321965464	
04	Ayala Hernández	Andrés Felipe	1003290986	3148444686	Andrés Ayala
05	Noriega Palomina	Cristian David	1063286742	3215791977	CrisHeh
06	Zuñiga Martinez	Yuli 2.	1003078917	3226267988	
07	Ocema Vergara	Maria JOSÉ	1063307348	3137504966	Mª José Ocema
08	Petano Baldovino	Lis valeria Petano	1147213715	3234728303	Lis Valeria
09	Petano Jaimiento	Darlis andrea	1066605076	3136533274	Dral
10	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288075	3135796111	
11	Gonzalez Gaudia	Yuliana	1066601777	3046656232	Ygaudia
12	Cajarruba China	DEIFAN DAVID	1133789711	3145454451	
13	Jimenez Guerrero	Jeider	1063303415	3004231716	Jeider.
14	Alvarez Contreras	Fabiola	1063216209	3107272608	Fabiola
15	Tinado Pestana	Anamilena	1063292043	3147694637	Anatinado.
16	Vergara de la ossa	Maria Teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
17	Hernandez Gomez	Sebastian	1063788937	3279654064	
18	Jandero Mercado	Lina Maria	1063306298	3104917095.	Lina Jandero.
19	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063288648	3218793652	Angela B
20	Jimbra Dinggero	Saul Alfonso	50.948.188	3137402269	
21	Mascote Diaz.	Isela.	1063787584.	3235181072	
22	Fortich	Dayana	1003294700		DFM.
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.	3145479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar. Ochoa	Nº. Doc. Ident.	1063357168
FECHA:	25-10-2025	HORARIO:	17:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Moscote Diaz	Isela	1063787504	3235181072	
02	Fabra Mucha	miguel Angel	1066024861	3185061392	
03	Tirado pestana	Ana milena	1063281043	3147694657	
04	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	
05	Vergara de la ossa	Maria teresa	1063300211	3103520555	
06	Hernandez Gomez	Sebastian	1063188037	3219654064	
07	Zuñiga Martinez	Kefi L.	1003078937	3226267908	
08	Noriega Patarroyo	Cristian David	1063286742	3215791971	
09	Coneo Hernandez	Luisa fernanda	1066602863	3008019961	
10	Yepes Amariz	Sirlis Carolina	1118831750	3116009530	
11	Coneo Vergara	Maria José	1063307348	3137504966	
12	Jimenez Guerrero	Leider	1063303413	3004251716	
13	Barrubia Chima	Deiban David	1133784711	3145414455	
14	Fortich Madera	Dayana	1003294700		
15	Salgado de Hoyos	Luisa Fernanda	1193131043	3113935465	
16	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290986	3148444686	
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:	Contabilizacion de operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3215479		
Municipio:	Montelíbano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	31-10-2025	HORARIO:	12:00. A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Fabra Mucha	Miguel Angel	2066602486	7785067332	MIGUEL Fabra
02	Hernandez Gomez	Sebastian	1063788037	1063788037	
03	Sanchez Dominguez	Sandra Milena	50.948.185	3137402269	
04	Perez Amaris	Silvis Cardino	1118831750	3116009530	Silvis.
05	Casarrubia Chima	DEIFAN DAVID	1133785741	3145141455	
06	LOPEZ Madera	ADRIAN JAUTER	1063288015	3135996141	
07	Zuñiga Martinez	Keti L.	1003078917	3226267908	
08	Pelaez Saavedra	Davis andrea	1006660506	3136535274	Davis Pelaez.
09	Gonzalez Gaudio	Yelena	1066601977	3046656232	Ygaudio
10	Dominguez Bril	Karina	1066004452	3146309000	Karina.
11	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3187034304	Juliana Gomez
12	Tirado Pestana	Ana milena	1063282043	3147694657	Ana tirado.
13	Vergaradelaossa	Maria teresa	1063300271	3103520535	Maria vergara
14	Salgado De hoyos	Luisa	1193131043	3113935465	Luisa SH
15	Ocena vergara	María José	1063301348	3137504966	María J. Ocena
16	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008079961	Luisa C.
17	PetanoBaldovino	Luis valeria	1197213775	3234728303	Luis valeria P.
18	Fotich Madera	Dayana	1003294700		
19	Jimenez Guerrero	Leider	1063303413	3004251716	Leider
20	Moscote Diaz	Yseli	1063787584	3235181072.	Moscotiseli
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
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 Operaciones Comerciales y Financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	01-11-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Fubra Mucca	Miguel Angel	1066602486	3785067337	MIGUEL Fubra
02	Tirado Pestana	Ana milena,	1003282073	3147694657	Ana Tirado.
03	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana Gomez
04	Vergara de la ossa	Maria teresa	1063300271	3103520555	Maria vergara
05	Hernandez Gomez	Sebastian	1063388037	321965 4064	
06	Salgado de hoyos	Wilson f	1193131043	3113935465	
07	Tandeno Mercado	Ling Manuel	1063306298	3104917095	Ling Tandeno.
08	Jimenez Cocerero	Leider	1063303413	3004251716	Leider
09	Noriega Paternina	Cristian David	1063286792	3215791977	Cristian N.
10	Jaraba Dangiero	Sandra Milena	50.948165	3137402269	
11	Yepez Amaiz	Sofia Carolina	1118831756	3116009530	Sofia Y.
12	Coneo Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008079961	Luisa C.
13	Ortega de Avila	Walfram	1066600957	3127716776	Walfram
14	Zuñiga Martinez	Keti Luz	1003078977	3226264908	
15	Cayarusia Chimu	Delfas	1133764711	3145441151	Delfas
16	Moscote Diaz	Isely	1063787584	3235181072	Moscote Nely
17	Fontich	Dayana	1003294700		
18	Lopez Madera	Adrian Javier	1003288015	3135001161	
19	Pelano Sarmiento	Darlis andrea	1066605076	3136050470	Darlis Pelano
20	Pelano Baldovino	Lis valeria	1147213715	3234728303	Lis valeria P.
21	Bayuelo Acevedo	Yefeya	1066601377	3046656232	Yefeya
22	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290988	3148444686	Andres Ayala
23	Cuello Vergara	Maria José	1063307348	3137504966	Maria Jose Cuello
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.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA. Ato San Jorge.
Instructor:	Oscar Echeoa	Nº. Doc. Ident.	1063358164
FECHA:	07-11-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Ortega De Avila	Walfram	1066600952	3127718716	Walfram
02	LOPEZ Madera	ADRIAN JAUTEL	1003288015	3155916141	
03	Cayarrubia Chiang	DEIVAN DAVID	1133789711	3145454455	
04	Moswite Diaz	Isela	1063787584	3235181072	
05	Pelaez Jaramillo	Darlis Andreci	1066660670	3126533279	
06	Petano Baldovino	Lis valeria	1147213715	3234728303	Lis Valeria P.
07	Gonzalez Gaudia	Yulma	1066601777	3046656232	Ygaudia
08	Zuñiga Martinez	Keti Loz	1003178947	3226267908	
09	Cueo Hernandez	Wisa fernanda	1066602863	3008019961	Wisa C.
10	Yepez Amaiz	Sines carolina	1118831750	3160095530	Snes
11	Jaraba Dangond	Sandra Helena	50,948.185	3137402269	
12	Noriega Palomino	cristian David	1063286742	3215791971	cristian
13	Jimenez Guerrero	Leider	1063303413	3004251716	Leider.
14	Landero Mercado	Lina Maria	1063306248	3104417095	Lina Landero.
15	Salgado De Hoyos	Luisa Sal-	1193131043	3113935465	Yuisa SH
16	Hernandez Gomez	sebastian	1063788037	3279654061	
17	Ayala Hernandez	Andres Felipe	1003290980	3148444686	Andres Ayala
18	Vergara delaossa	Maria Teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
19	Gomez Ayala	Juliana Maria	1003293457	3107034304	Juliana Gomez
20	Tirado Pestano	Ana milena	1063252043	3147694637	Ana Tirado.
21	Pulgar Murcia	Miguel Angel	1066602768	3195067337	MIGUEL Pulgar
22	Cueo Vergara	Maria Jose	1063307348	3137504966	Maria Jose Cueo
23	Fontich	Dayana	1003294700		
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:	Contabilizacion de operaciones Comerciales y financieras		
FICHA No.	3295479		
Municipio:	Montelibano	Lugar:	SENA Alto San Jorge.
Instructor:	Oscar Ochoa Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	08-11-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Fabra Marca	Miguel Angel	1.066662486	3785067737	MIGUEL Fabra
02	Tirado Pestana	Ana milena	1063382072	3147694637	Ana Tirado.
03	Gomez Arala	Juliana Maria	1003293457	3107034204	
04	Vergara de la ossa	Maria teresa	1063300271	3103520555	Maria Vergara
05	Hernanda Goma	Sebastian	1063783037	3219654064	
06	Landero Merado	Tina Maria	1063306298	3104917095	Tina Landero
07	Baldovino Villegas	Angela Maria	1063283647	3218732652	Angela B.
08	Ayala Hernández	Andrés Felipe	1003290986	3148444686	Andres Ayala
09	Noriega Paternina	Cristian David	1063286742	3215791971	
10	Sarabia Arvaggiero	Sumeth Paloma	50.948.185	3137402269	
11	Zuñiga Rodriguez	Keffi Luz	1003078917	3276787908	
12	Conea Hernandez	Luisa Fernanda	1066602863	3008019961	Luisa C.
13	Cuenca Vergara	Maria José	1063307348	3137504466	Mª José C.
14	Pelaez sarmiento	Dalia andrea	1066660510	3136533211	
15	Caguanabo Chima	DEIFAN DAVID	1133781711	3145454455	
16	Petano Baldovino	Lis Valeria	1147213715	3234728303	Lis valeria
17	Lopez Madera	Adrian Javier	1063288015	3135961441	
18	Gonzales Gaudia	Yelena	1066601777	3046656232	Ygaudia
19	Jimenez Guerrero	Leider	1063303413	3004201716	Leider. J.
20	Moscote Diaz	Isela	1063787584	3235181072	
21	FORTICH	Dayana	1003294700		
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:	Ciénaga de Oro	Lugar:	I.E. Madre bernarda
Instructor:	Oscar Ochoa Alvarez	Nº. Doc. Ident.	1063358161
FECHA:	10-10-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Velasquez Safant	Dulys Iberth	1068668087	3245671582	Perlys Velasquez
02	Janes Diaz	Yª- Camila	1047484361	3243632631	Yª camila janes
03	Soto Patro	Diana M.	25.878.448	3242929277	Diana Soto P
04	Buelvas Martinez	Yisel	1068672800	3206790249	Yisel Buelvas.
05	Fagrmayor Andrade	Diana Maria	1007562335	3117788953	Diana Fagrmayor
06	Diaz Martinez	Dannys Daniela	1007369519	3222426950	Daniela Diaz.
07	Arrazola Villera	KYARA	1068664843	3007105632	KIARA
08	Salabarrias Perez	Rafael Segundo	1069662061	3012491295	Rafael Salabarria.
09	Hernandez Monte	Kellys johanna	1069944127	3223503271	Kellys Hernandez
10	Morales Causil	Yanelis Beatriz	1068660578	3145729732	Yanelis Morales
11	Pacheco Morales	Paula Andrea.	1062605495	3145729735	paula pacheco.
12	PATERNINA MEJIA	LUISA FERNANDA	1007434220	3007025642	LUISA PATERNINA.
13	Taborda Cardenas	Maria Angel	1068658100	3006579385	
14	Causil Cordero	Elis David	1003458023	3004753530	El- David
15	Diaz Ospino	oscar David	1069448173	3013253759	Oscar Diaz
16	Rodriguez ortega	Yolibeth	1003207090	3001291052	
17	Cepeda Vega	Leidy Veronica	1003187334	3004699455	Veronica Vega
18	FLOREZ DUDANTE	YUCELYS	1068660-228	3002254368	Yucelys florez
19	Alvarez santana	Olga Alvarez	1003456164	3007109957	Alejandra A
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 Ochoa	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	27-10-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Pérez Gómez	Oscar Andrés	1.064.876.413	3011325.37159	
02	Hernandez Montes	Kellys Johanna	1068658727	3223703272	Kellys Hernandez
03	Morales Causil	Yanelis Beatriz	1068660578	3145729732	Yanelis Morales
04	Pacheco Morales.	paula Andrea.	1062605445	3145729725	paula Pacheco.
05	Duke Ibeth	Vlorgues Tefort	1068608897	3245671592	
06	Yanes Diaz	H. Camila	1027489361	3243632631	H. camila yanes
07	Soto Patro	Diana M.	25.878.448	3242929277	Diana Soto P.
08	Delgado Villa.	Kiara	1068664485	3007105632	Kiara.
09	Bueloas Martinez	Yisel	1068672800	3206790249	Yisel Bueloas.
10	Diaz Martinez	Dannys Pamela	1007369519	3122426950	
11	Fuenmayor Andrades	Dreha Maria	1007562335	3117788953	Drana fuelmayor
12	Salabarria Pérez	Rafael Segundo	1068662061	3012491295	Rafael Salabarria
13	PALENCIA MEJIA	LUISA FERNANDA	1007434770	3007025642	
14	Yaborda Cardenas	Maria Angel	1068658400	3006579385	
15	Causil Cordero	Elis David	1003437078	3004753530	Elis Causil
16	Rodriguez ortega	Yolibeth	1008207000	3001290627	
17	Cepeda Vega	Leidy Veronica	1003187334	3004699455	Veronica Vega
18	FLOREZ DURANTE	Yuceleys	1-068660228	3002354368	Yuceleys florez
19	Alvarez santana	Olga Alejandra	1003456484	3007109957	Alejandra A
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa D.

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:	Ciénaga de oro	Lugar:	I.E. Madre bernarda
Instructor:	Oscar Ochoa A.	Nº. Doc. Ident.	1063358168
FECHA:	20-10-2025	HORARIO:	12:00 A 20:00

Nº	APELLIDOS	NOMBRES	DOC. IDENT.	Nº DE CELULAR	FIRMAS
01	Ruiz Gomez	Oscar Javier	1.069.476.473	3043253739	Oscar Ruiz
02	Yanes Ortiz	Mª camila	1047484361	3243632631	Mª Camila Yanes
03	Rodriguez ortega	Yolybeth	1003201000	3001290527	
04	Buelvas Martinez	Yisel	1068672800	3206790249	Yisel Buelvas.
05	Haiez Pastrana	Mileth Patricia	1.068.667.031	3023081004	Mileth flores
06	Soto Petro	Diana soto	25.878.448	3242929277	Diana Soto P.
07	PATERNINA MEJIA	LUISA FERNANDA	1007434220	3007025642	Luisa P...
08	Hernandez Montes	Kellys johanna	1068658121	3223503272	Kellys Hernandez
09	Morales Causil	yanelis Beatriz	1068660578	3145729132	Yanelis Morales
10	Pacheco Morales	Paula Andrea.	1062605495	3145729735	Paula Pacheco.
11	Alvarez Santana	Olfa Alejandra	1003456484	3007109957	Alejandra A.
12	Alvarez Celestino	Katerin yisel	1007152007	3235860982	Katerin Alvarez
13	Cepeda Vega	Eddy Veronica	1003187334	3004699455	Veronica Vega
14	Causil Cordero	Elis David	1003458023	3004753530	Elis Causil
15	PADILLA LOPEZ	ANDRES JAVIER	1003206097	3023510711	Andres P.
16	ARROYO VILLEGA	KIARA	1063664843	3007105632	KIARA
17	FLOREZ DURANTE	LUCIA'S	1068660278	3002754868	Lucia's F.D.
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					

FIRMA DEL INSTRUCTOR Oscar Ochoa A.

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

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

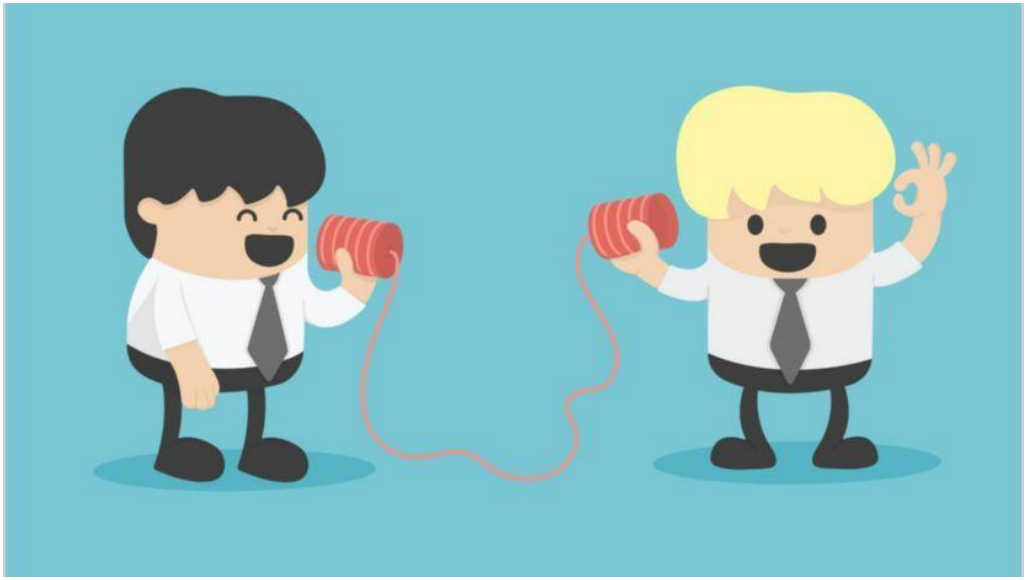
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

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.



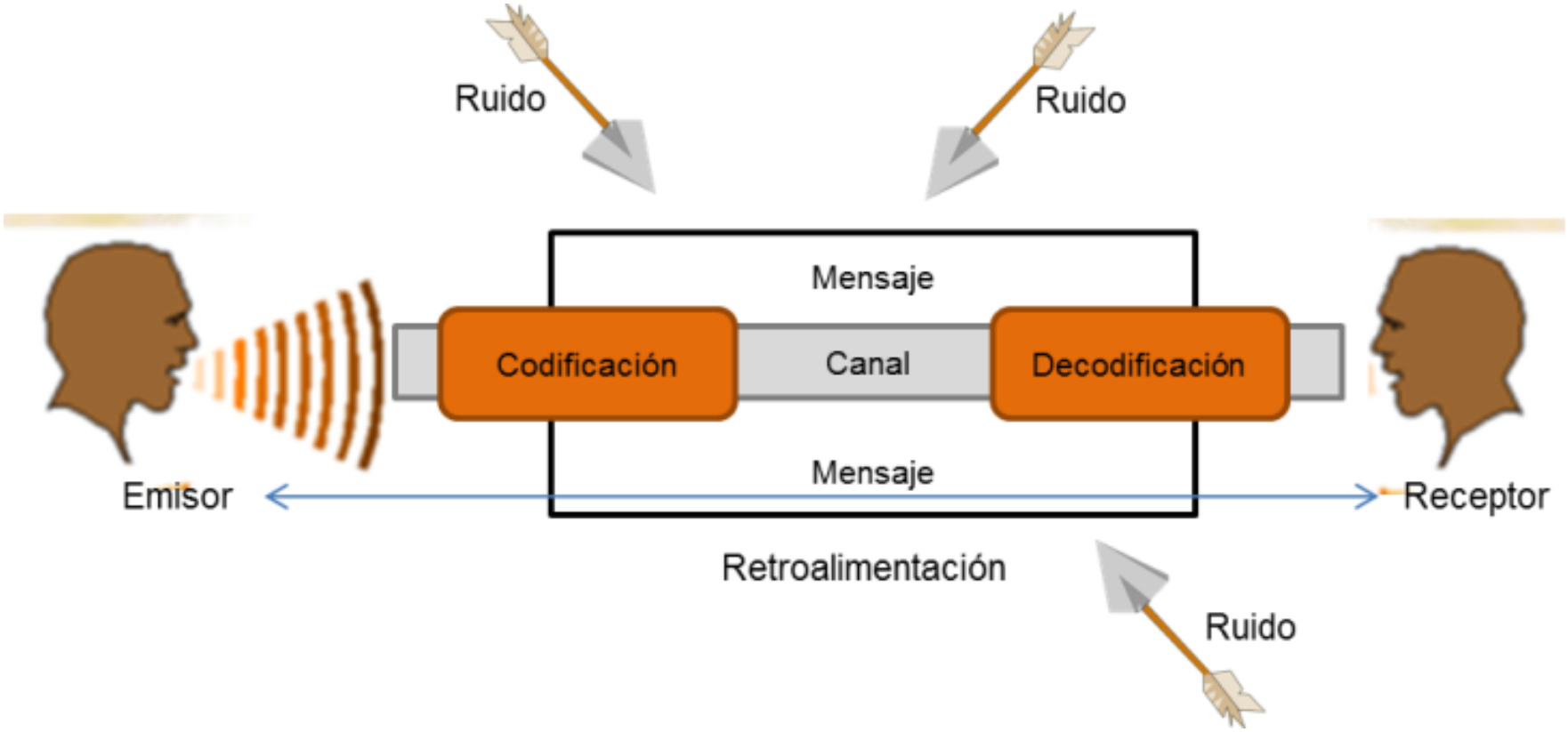
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

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.



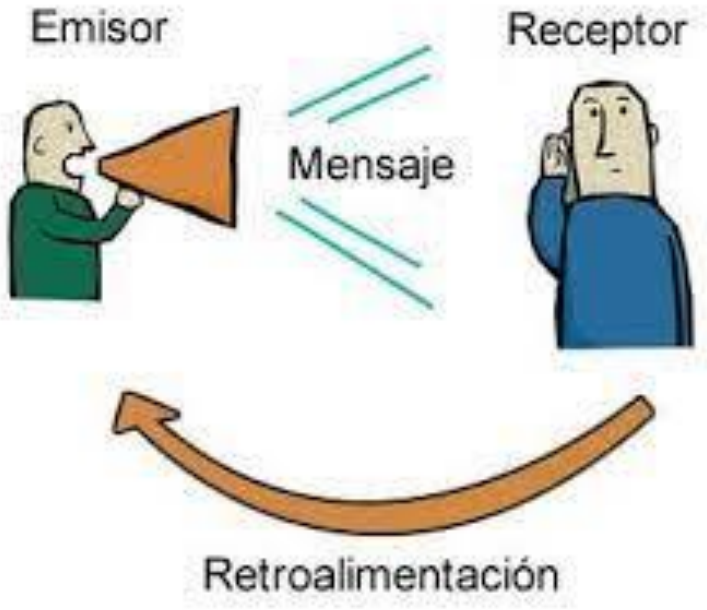
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

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 .-

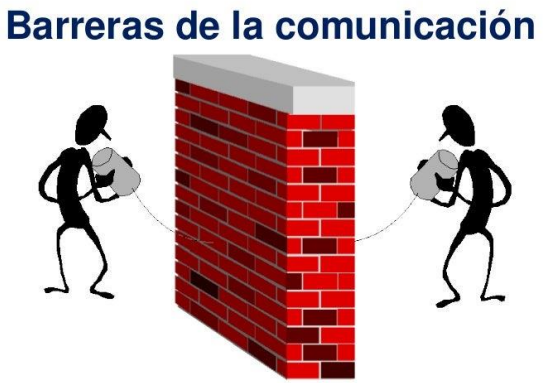
Son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, micrófono, grabadora, televisión, etc.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Fisiológicas. –

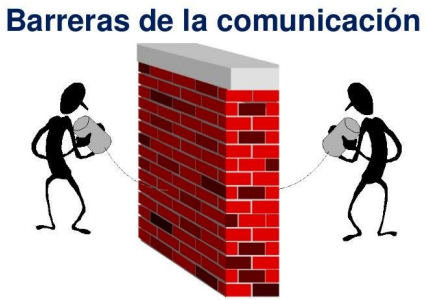
son las deficiencias que se encuentran en las personas, ya sea del emisor (voz débil, pronunciación defectuosa) o del receptor (sordera, problemas visuales,) que son factores frecuentes que entorpecen o deforman la comunicación.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Psicológicas. –

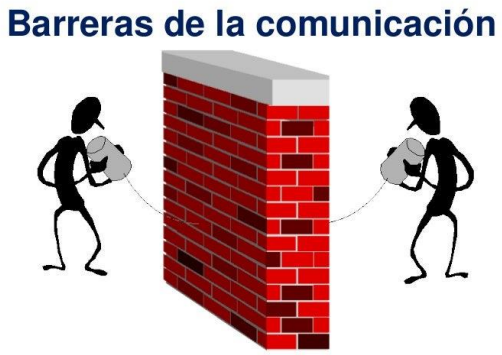
Representan la situación psicológica particular del emisor o receptor de la información, ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, según sea el caso, o incluso al mensaje que se comunica; la deficiencia o deformación puede deberse también a estados emocionales (temor, odio, 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.

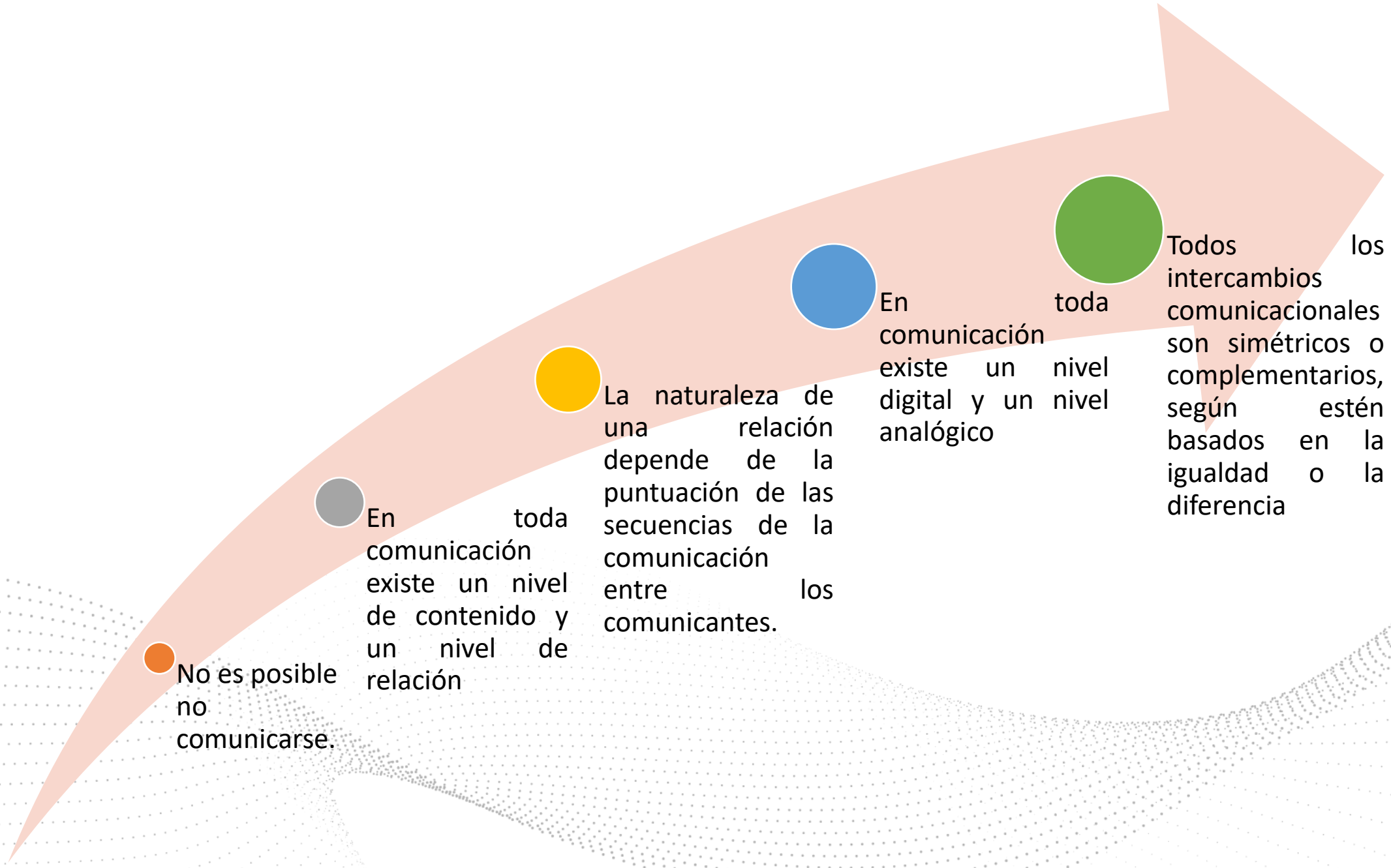
3.1 AXIOMAS DE LA COMUNICACIÓN HUMANA



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

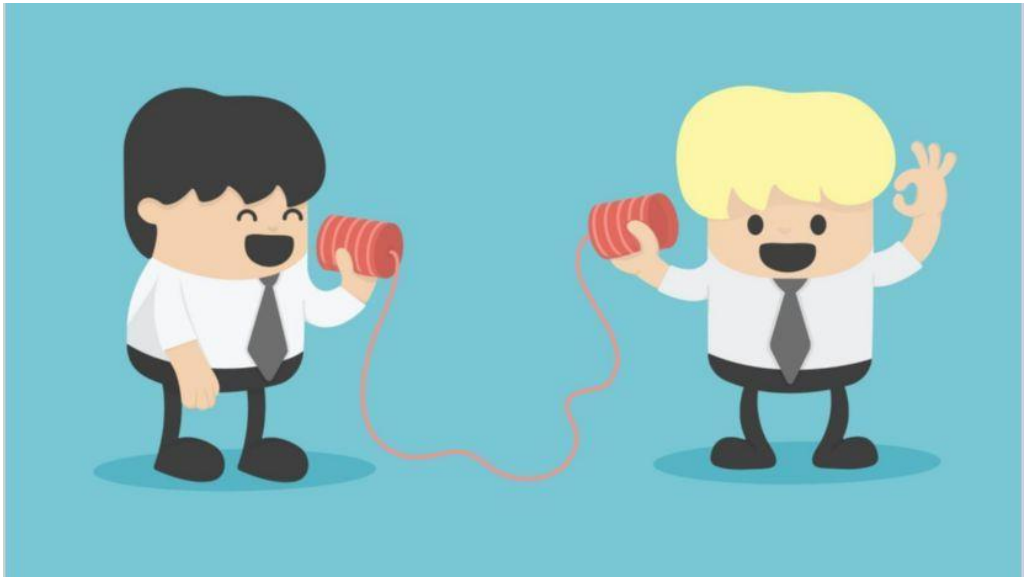
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

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.



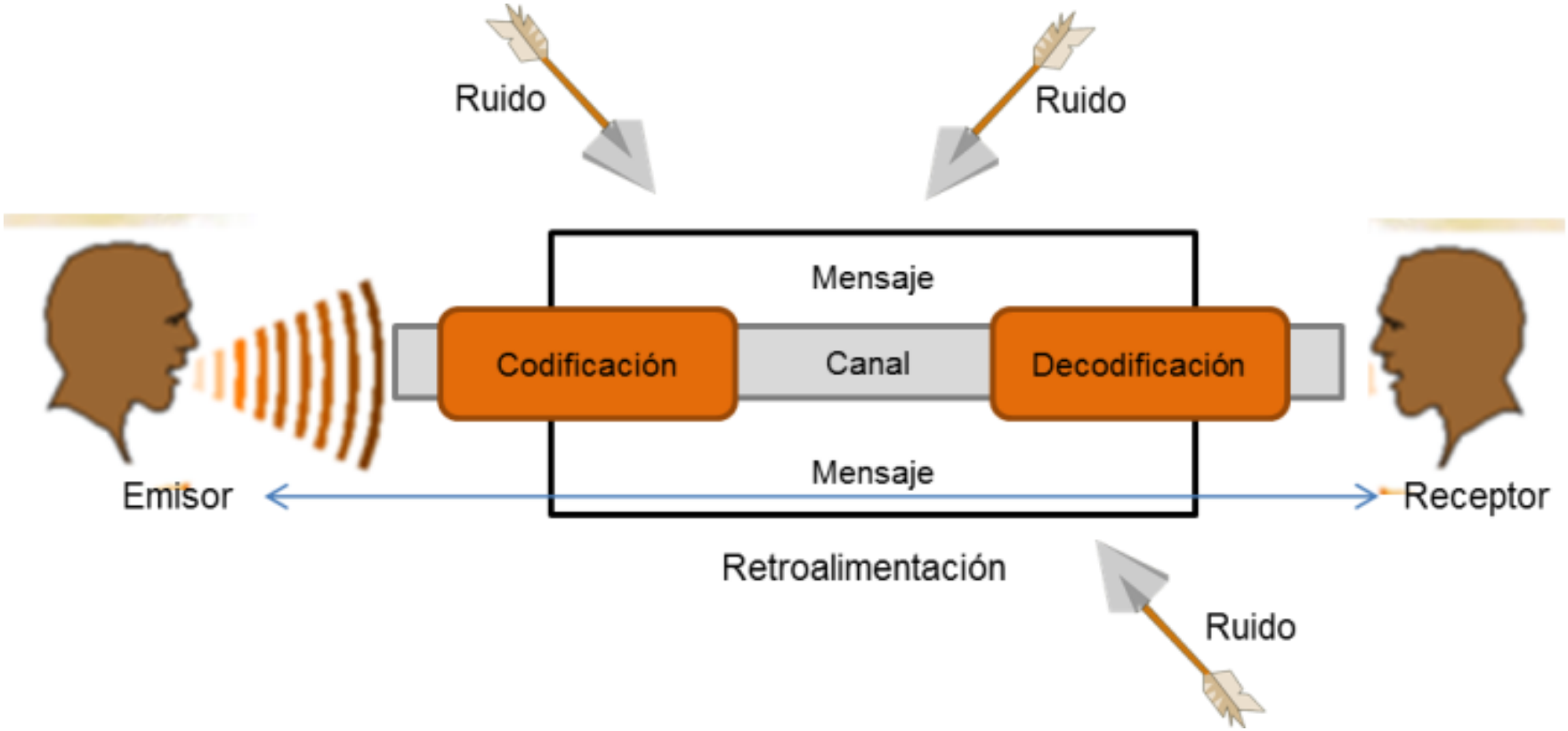
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

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.



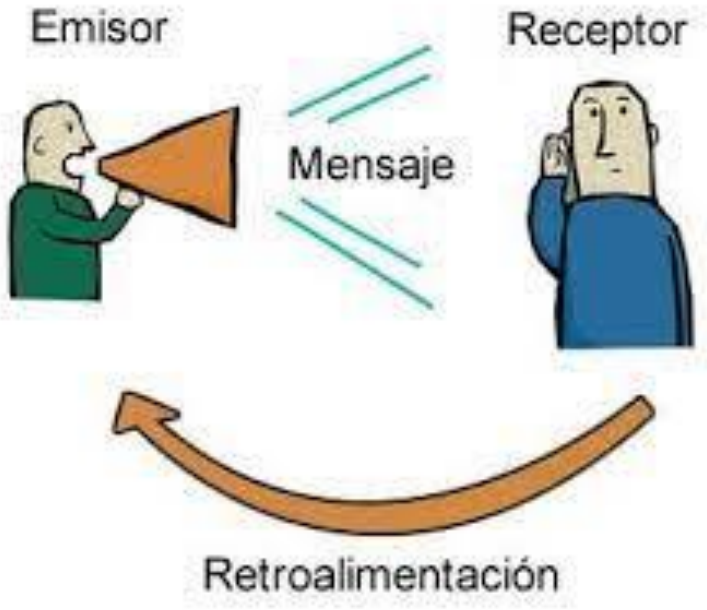
CAPÍTULO II
2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

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 .-

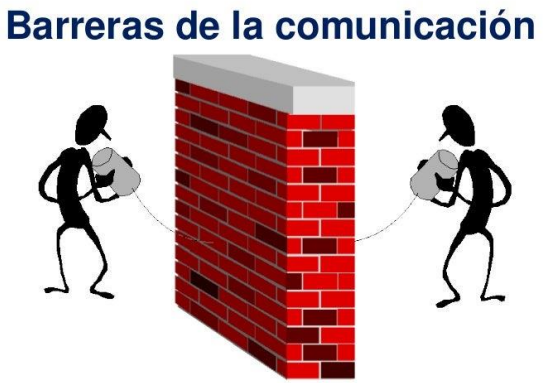
Son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, micrófono, grabadora, televisión, etc.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Fisiológicas. –

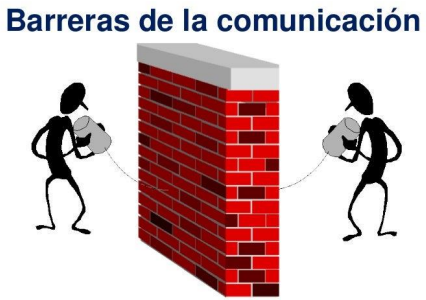
son las deficiencias que se encuentran en las personas, ya sea del emisor (voz débil, pronunciación defectuosa) o del receptor (sordera, problemas visuales,) que son factores frecuentes que entorpecen o deforman la comunicación.



2.2 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.

Barreras Psicológicas. –

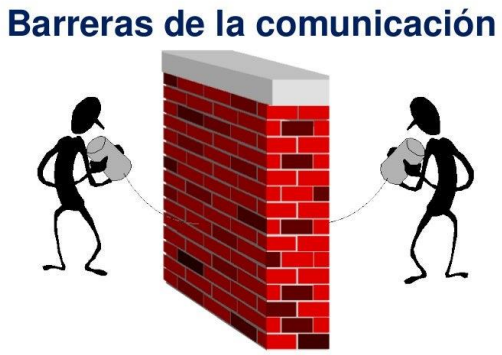
Representan la situación psicológica particular del emisor o receptor de la información, ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, según sea el caso, o incluso al mensaje que se comunica; la deficiencia o deformación puede deberse también a estados emocionales (temor, odio, 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.