**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Técnicas de comunicación en el nivel administrativo |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | Procesar la información de acuerdo con las necesidades de la organización. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | Identificar proceso de comunicación verbal que sirva a los propósitos de la organización. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 02 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Estrategias de comunicación escrita y visual |
| BREVE DESCRIPCIÓN | El componente formativo aborda la importancia de la comunicación escrita y no verbal en el ámbito empresarial. Se destacan los diversos tipos de documentos escritos, como cartas, informes, memorandos y actas, así como la argumentación eficaz. También se enfatiza la relevancia de entender y aplicar técnicas de comunicación para lograr un plan de comunicación exitoso. |
| PALABRAS CLAVE | Comunicación escrita, documentos, argumentación, técnicas, plan empresarial. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 1-FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**
2. Documentos escritos
   1. Carta
   2. El informe
   3. El acta
3. La argumentación
4. Comunicación verbal y no verbal
   1. Comunicación no verbal
   2. Comunicación verbal
5. **INTRODUCCIÓN**

El componente formativo se enfoca en la comunicación escrita y no verbal, resaltando su papel crucial en el entorno empresarial. Se exploran diferentes tipos de documentos, como cartas, informes, memorandos y actas, cada uno con su estructura y propósito específico. La claridad, organización y precisión en estos documentos son esenciales para garantizar que los mensajes se transmitan de manera efectiva y lleguen a los receptores de forma adecuada.

|  |  |
| --- | --- |
| La comunicación escrita, se aborda la importancia de la argumentación como una técnica clave para respaldar ideas y decisiones dentro de la empresa. Una argumentación bien estructurada, basada en reglas de inferencia y con un uso adecuado de premisas y conclusiones, es fundamental para lograr coherencia y persuasión en los mensajes. Esto no solo fortalece las posiciones dentro de la organización, sino que también facilita la toma de decisiones informadas. | Sección media de una mujer usando el teléfono móvil en la mesa |

Finalmente, el componente subraya la necesidad de comprender y aplicar correctamente las técnicas de comunicación, tanto verbal como no verbal, en el contexto empresarial. Estas habilidades permiten desarrollar un plan de comunicación interno y externo eficaz, lo que a su vez mejora la interacción entre los miembros de la organización y con el entorno exterior. Así, se asegura que los mensajes sean consistentes, claros y alineados con los objetivos estratégicos de la empresa.

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:** 
   * + 1. **Documentos escritos**

Los documentos escritos son el resultado de la comunicación realizada en papel o mediante una computadora. Es uno de los métodos más empleados para entablar una comunicación, en el cual **el emisor elabora diversos tipos de textos para transmitir su mensaje de la mejor manera posible**, con el objetivo de que lleguen al mayor número de receptores de manera óptima y oportuna.

|  |  |
| --- | --- |
| Mensaje de chat en línea concepto de texto social | Esta comunicación, establecida entre **un emisor y un receptor,** no ocurre de manera inmediata o, en ocasiones, puede que nunca se concrete, lo que permite que el escrito **perdure en el tiempo**. Esta es una de las ventajas de este tipo de comunicación, que puede considerarse permanente, ya que no se desvanece ni se olvida como las palabras. |

En el ámbito empresarial, es importante reconocer la diversidad de formatos que permiten comunicar distintos mensajes según los intereses y condiciones del contexto. Por ello, el conocimiento y la implementación de diversos formatos y estructuras de documentos escritos son esenciales para desarrollar un buen plan de comunicación empresarial.

* 1. **Carta**

|  |  |
| --- | --- |
| Un documento con estructura definida se convierte en un medio de comunicación que busca cumplir diversos objetivos comunicativos, como un saludo, una petición, un mensaje de reconocimiento o de afecto, entre otros. Debido a esto, las cartas tienen una estructura que varía según el propósito para el cual se redactan y a quiénes van dirigidas. | Un papel con un encabezado en él |

Antes de escribir una carta, es fundamental considerar el contexto de comunicación y responder las siguientes preguntas:

|  |  |
| --- | --- |
| Hombre de vista superior escribiendo carta |  |

**Elementos indispensables en una carta**

Para redactar una carta, se deben incluir los siguientes elementos:

|  |  |
| --- | --- |
| Mano humana con pluma escribiendo en papel |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | ¿Cómo escribir una carta formal?  Las cartas formales requieren el uso de un lenguaje apropiado, sin modismos ni expresiones familiares o afectivas. La estructura suele ser relativamente fija, utilizando algunas fórmulas predeterminadas, como "Sr. Director" para comenzar y "le saluda atentamente" para finalizar. |

* 1. **El informe**

|  |  |
| --- | --- |
| Este informe tiene como objetivo analizar y documentar los aspectos clave necesarios para el desarrollo exitoso de un proyecto. A través de un enfoque metódico de comunicación, se pretende garantizar que todos los elementos importantes sean cubiertos y comprendidos por los involucrados. Para asegurar la efectividad del informe, es fundamental seguir una guía estructurada que contemple los siguientes aspectos: | Icono de la investigación de mercado |

|  |
| --- |
| Slide  CF02\_2\_El inform**e** |

Este enfoque garantizará que el informe no solo documente los hallazgos, sino que también sirva como una herramienta útil para guiar futuras acciones y mejorar la calidad del proyecto en desarrollo.

* 1. **El memorando**

|  |  |
| --- | --- |
| El memorando, derivado del latín *memorándum* (que significa "algo que debe recordarse"), es un documento fundamental en el ámbito de la comunicación interna dentro de las organizaciones. Este formato de comunicación escrita se caracteriza por su precisión y claridad, siendo utilizado principalmente para informar, solicitar o recomendar acciones en asuntos que requieren especial atención. | Agregar notas concepto ilustración |

La estructura del memorando es una de sus características más importantes, ya que debe seguir un formato preestablecido que permita transmitir información de manera eficaz y comprensible. Este formato generalmente incluye los siguientes componentes:

|  |
| --- |
| Acordeón  CF02\_1.3\_El memorando |

|  |  |
| --- | --- |
| Ilustración de renuncia dibujada a mano | El memorando es una herramienta clave en la gestión organizacional, ya que permite documentar y comunicar de manera formal y estructurada los aspectos que deben ser considerados en decisiones importantes o en situaciones que revisten cierta gravedad. Su claridad, precisión y capacidad para registrar información crítica hacen del memorando un recurso indispensable en la administración de cualquier entidad. |

* 1. **El acta**

El acta es un documento cuyo objetivo es dejar constancia de lo tratado, sucedido y acordado en una junta o reunión. Su extensión puede variar, abarcando desde hojas hasta libros completos destinados a ese propósito. En toda empresa es obligatorio tener constancia de las decisiones o acuerdos tomados por los miembros que la conforman o representan.

|  |  |
| --- | --- |
| un trabajador de la construcción con un sombrero rígido revisa una lista de comprobación en un clipboard en un sitio de construcción | **Un acta debe contener:**   * Ciudad, hora y fecha en que se celebra la reunión * Nombres de los asistentes * Persona que presidió la reunión y existencia del quórum * Orden del día * Acuerdos tomados * Cierre y firmas de las personas responsables |

1. **La argumentación**

Argumentar es una técnica de comunicación fundamental que tiene como objetivo explicar o expandir diferentes contenidos relacionados, fortaleciendo así la coherencia de las ideas presentadas por un orador o escritor. La argumentación facilita la correspondencia entre diversas ideas, utilizando las reglas del pensamiento crítico para obtener información nueva.

|  |  |
| --- | --- |
| Una mujer afroamericana y un hombre europeo de pie sobre un fondo azul | Según Álvarez (2005, p. 23), el propósito principal de los textos argumentativos es legitimar explícitamente la nueva información proporcionada, ya sea a través de datos empíricos, razonamientos, pruebas o datos concretos y verificables. |

**Organización de la argumentación**

Existen diversas formas de organizar una argumentación, aunque el orden puede variar según la intención del expositor. Sin embargo, hay elementos clave que deben estar presentes en cualquier argumentación efectiva.

|  |
| --- |
| Pestañas  **CF02\_2\_La argumentación** |

**Normas para una buena argumentación**

Descubran cómo construir argumentos sólidos y persuasivos siguiendo las claves del pensamiento crítico:

|  |
| --- |
| Video  **CF02\_2\_** **Normas para una buena argumentación** |

**Tipos de premisas**

Existen dos tipos de premisas que sustentan cualquier argumentación: los fundamentos o conclusiones concluyentes y los fundamentos o conclusiones parciales.

**Fundamentos o conclusiones concluyentes:** estos fundamentos determinan que la verdad de todas las premisas garantiza la verdad de la conclusión.

**Fundamentos o conclusiones parciales:** se construyen a partir de premisas que proporcionan solo un apoyo parcial a la conclusión.

La práctica constante y el respeto por las normas de inferencia y las reglas de interacción son esenciales para desarrollar una argumentación efectiva. Con el tiempo, estas habilidades pueden mejorar significativamente, permitiendo una comunicación más clara, coherente y persuasiva.

1. **Comunicación verbal y no verbal**

|  |  |
| --- | --- |
| La comunicación es el pilar que sostiene la existencia de los grupos sociales, y su eficacia depende del uso adecuado del lenguaje. Este lenguaje puede manifestarse de manera verbal o no verbal, dependiendo del contexto sociocultural, la información que se pretende transmitir y los objetivos que se desean alcanzar. | Ilustración del día mundial de la lengua de señas |

* 1. **Comunicación no verbal**

En la comunicación no verbal, las palabras no son necesarias para transmitir un mensaje. A pesar de su falta de verbalización, la comunicación no verbal ha adquirido una importancia creciente en la sociedad actual. Esta forma de comunicación se realiza a través de una amplia gama de signos, que incluyen:

|  |
| --- |
| Tarjetas  CF02\_3.1\_Comunicación no verbal |

* 1. **Comunicación verbal**

|  |  |
| --- | --- |
| La comunicación verbal es el proceso mediante el cual las personas intercambian información, ideas, pensamientos y sentimientos a través del uso de palabras, ya sea de manera oral o escrita. Esta forma de comunicación se caracteriza por su capacidad para transmitir mensajes complejos y detallados de manera clara y precisa. | Hombre y mujer que se comunican a través del lenguaje de señas |

**Comunicación oral**

Es la forma más común de comunicación verbal, donde se utilizan palabras habladas. Abarca desde conversaciones cotidianas hasta discursos formales. Incluye no solo el contenido de las palabras, sino también aspectos como **el tono, la entonación, el ritmo y el volumen,** que pueden influir en cómo se interpreta el mensaje.

Los siguientes elementos son clave en la comunicación oral, ya que no solo transmiten el contenido verbal del mensaje, sino también las emociones y actitudes del hablante, influyendo en cómo el mensaje es percibido por el receptor.

|  |
| --- |
| Pestañas  CF02\_3.2\_Comunicación oral |

**Comunicación escrita**

Esta forma de comunicación verbal utiliza símbolos escritos, como letras y palabras, para transmitir mensajes. Puede manifestarse en diversas formas, **como cartas, correos electrónicos, informes, libros, y más**. La comunicación escrita permite que el mensaje se preserve a lo largo del tiempo y puede ser consultado repetidamente, lo que la convierte en una herramienta clave para la documentación y la transmisión de conocimiento.



1. **SÍNTESIS**

A continuación, se presenta una síntesis de la temática estudiada en el componente formativo.

A chart with green and blue squares

Description automatically generated

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (Se debe incorporar mínimo 1, máximo 2)**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Comunicación escrita y estructura de informes empresariales |
| Objetivo de la actividad | Evaluar los conceptos clave de la comunicación escrita, la argumentación, y la elaboración de documentos en el contexto empresarial. |
| Tipo de actividad sugerida | Cuestionario |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | CF02\_Actividad didactica |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| Documentos escritos | Servicio de Planificación y Mejora de la Docencia (2018).Documentos escritos de calidad. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=ZU6tACNXVdI> |
| El informe | LA PROFE MÓNICA (2022). CÓMO HACER UN INFORME - pasos y sugerencias - Edutuber La profe Mónica [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=hHMV9wMXZrg> |
| El acta | Profesora·com (2022).  El Acta | Estructura, Función, Características, Tipos, Ejemplo. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=Ab3gYuoJP0M> |
| La argumentación | Universidad Sergio Arboleda.(2019).  Tipos de argumentos - Universidad Sergio Arboleda. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=YzC4X4qfE-w> |
| Comunicación verbal y no verbal | Pont i Amenós, T. (2010). *La comunicación no verbal:*( ed.). Editorial UOC. | Página 25 - 33 | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/57716> |
| Comunicación no verbal | Rulicki, S. (2014). *Comunicación no verbal: cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos:*( ed.). Ediciones Granica. | Capítulo 1 | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/66669> |
| Comunicación verbal | Lifeder Educación (2021). ¿Qué es la COMUNICACIÓN VERBAL y cuáles son sus CARACTERÍSTICAS? Tipos, no verbal, ejemplos. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=q-FTO5tvh6Q> |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Argumentar: | defender razonadamente una opinión con el fin de que el destinatario adopte la idea que el emisor sostiene. |
| Asertividad: | forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, que consiste en comunicar ideas y sentimientos o defender derechos sin intención de herir o perjudicar a otro. |
| Capacidad crítica: | habilidad individual para obtener conclusiones de un texto o acciones particulares, reflexionando y adoptando una posición neutral, utilizando el conocimiento y la imaginación. |
| Competencia: | conjunto de conocimientos, procedimientos, valores y actitudes integrados en la acción, que permiten al individuo resolver problemas específicos de manera autónoma y flexible. |
| Comunicación: | proceso mediante el cual establecemos contacto con otras personas para transmitir o intercambiar mensajes. |
| Diálogo: | conversación entre dos o más personas, oral o escrita, mediante la cual se intercambia información y se comunican pensamientos, sentimientos y deseos. |
| Liderazgo: | conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo posee para influir en un grupo, logrando que trabaje con entusiasmo en el logro de metas y objetivos. |
| Habilidades sociales: | comportamientos eficaces que realiza el ser humano para facilitar la relación con los demás. |
| Negociación: | procedimiento de discusión establecido entre partes en conflicto con el objetivo de llegar a un acuerdo aceptable. |
| Publicidad: | forma de comunicación comercial que busca incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Álvarez, Alfredo. (2005). Escribir en español. Fondo de Cultura Económica. México: Porrúa.

Cestero, A. (2004). “La comunicación no verbal”, en J. Sánchez Lobato e I. Santos Gargallo (eds.) Vademécum para la formación de profesores. Madrid: SGEL, pp. 593-612.

Cestero, A..et al. (1998). Estudios de comunicación no verbal. Madrid: Edinumen.

Coll, J., Gelabert, M., Y Martinell, E. (1990). Diccionario de gestos y sus giros más usuales. Madrid: Edelsa.

Escandell, V. (2005). La comunicación. Madrid: Grados.

García-Carpintero, M. (1996). Las palabras, las ideas y las cosas. Una presentación de la filosofía del lenguaje. Barcelona: Editorial Ariel.

Gil Juárez, A. & Vitores González, A. (2011). *Comunicación y discurso:*( ed.). Editorial UOC. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/33435>

Grau Olivares, M. Gordillo León, F. & López Pérez, R. M. (2016). *Comportamiento no verbal: más allá de la comunicación y el lenguaje:*( ed.). Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/115592>

Lucas Marín, A. (2012). *La nueva comunicación:*( ed.). Editorial Trotta, S.A. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/34391>

Tobón, L. (2001). La lingüística del lenguaje. Estudios en torno a los procesos de significar y comunicar. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| Autor (es) | José Herney Sánchez Pizarro. | Experto temático. | Regional Boyacá - Centro de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial CEDEAGRO | 2017 |
| Paola Alexandra Moya | Evaluadora instruccional | Regional Antioquia - Centro de Servicios de Salud | 2024 |
|  | Olga Constanza Bermúdez Jaimes | Responsable Línea de Producción Antioquia | Regional Antioquia - Centro de Servicios de Salud | 2024 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |