

Contenido

UNIDAD 1: La imagen de la empresa	2
ACTIVIDADES - PÁG. 9	2
ACTIVIDADES - PÁG. 12	2
ACTIVIDADES - PÁG. 13	3
ACTIVIDADES - PÁG. 15	4
ACTIVIDADES - PÁG. 16	5
ACTIVIDADES - PÁG. 19	7
EVALÚA TUS CONOCIMIENTOS - PÁG. 20	8
ACTIVIDADES FINALES - PÁG. 21	10
FICHA DE TRABAJO 1 - PÁG. 24	18
FICHA DE TRABAJO 2 - PÁG. 25	20
FICHA DE TRABAJO 3 - PÁG. 26	21
FICHA DE TRABAJO 4 - PÁG. 21	22
FICHA DE TRABAJO 5 - PÁG. 28	23
FICHA DE TRABAJO 6 - PÁG. 29	24

UNIDAD 1: La imagen de la empresa

ACTIVIDADES - PÁG. 9

1. **Busca información sobre la importancia del color y su simbología a la hora de crear una imagen corporativa, y a partir de ahí, diseña un logo para tu compañía y el *brochure* que emplearías.**

Se trata de una respuesta abierta, cada alumno diseñará distintos logos y *brochure*. La idea de la actividad es que el alumno relacione los colores y los diferentes diseños que puede incorporar en el logo a la actividad de la compañía que ha inventado, así como los membretes en sobres, folios, carpetas y folletos del *brochure* que se haya propuesto hacer. Los colores que se van a aplicar tienen que transmitir diferentes sensaciones, y será necesario buscar cuál es el color que más se acerca a las sensaciones o sentimientos que queremos que nuestro cliente sienta.

A modo de orientación puede utilizar las ideas que recogen los siguientes links:

- <http://www.dreamsign.es/la-importancia-del-color-en-tu-logotipo/>
- <https://www.impetudesign.com/la-psicologia-del-color-y-su-importancia-para-las-marcas/>

ACTIVIDADES - PÁG. 12

2. **Por parejas y por turnos, tendréis que desempeñar el papel de visitante y de encargado o encargada de la recepción de una empresa de seguros. Representad las siguientes situaciones:**

Los alumnos deberán de preparar los diálogos que consideren más adecuados para cada una de las siguientes situaciones. Se proporcionan unas indicaciones que se pueden facilitar para cada una de las situaciones:

- a) **Visitante 1. Reclama que le han cobrado por el banco un recibo con una subida del precio del seguro que no le habían comunicado.**

El visitante acude muy enfadado y gritando. El recepcionista, le trata de usted y trata de calmarle en todo momento indicándole cuáles han podido ser los motivos por los que no ha recibido la comunicación y que se debe de tratar de un error. Le indica cuál es la persona encargada de este asunto y le concerta una entrevista. El visitante le agradece la información ofrecida y le solicita disculpas por su actitud inicial.

- b) **Visitante 2. Tiene una entrevista, concertada con cita previa, con el responsable de los seguros de hogar.**

El recepcionista le solicita que se identifique y que le facilite su DNI, toma nota de todos los datos y, tras hablar con la secretaria del responsable, le indica a dónde tiene que acudir.

- c) **Visitante 3. Tiene una entrevista con el director de la empresa, concertada con cita previa. No le han avisado de que se cancelaba porque el director se ha tenido que ausentar al operar a su hijo de urgencias.**

El recepcionista se disculpa en nombre del director y le indica al visitante que se pondrán de nuevo en contacto con él para concertar una nueva cita.

- d) **Visitante 4. Quiere información del coste de un seguro de moto para su hijo de veinte años.**

El recepcionista, tras identificarlo, le indica el departamento y la persona que le atenderá.

e) Visitante 5. Quiere dar un parte del accidente de coche que tuvo el día anterior al chocar dando marcha atrás con una farola. El seguro que él tiene es de daños a terceros y no le cubre la reparación de su vehículo; tendría que haber contratado un seguro a todo riesgo.

El recepcionista, tras identificarlo, le indica cuál es el agente comercial que se va a encargar de su caso. Este le indica que no es posible presentar ese parte porque su seguro no es a todo riesgo, le propone transformar su póliza y hacerse cargo de una franquicia para que le sea cubierto el accidente.

f) Visitante 6. Es un alumno Erasmus de Bélgica. No habla castellano y necesita conocer cuáles son los requisitos para poder realizar sus prácticas en esta empresa.

El recepcionista le consulta si habla en inglés, el estudiante le confirma que sí, y le informa en esa lengua que tiene que cumplimentar la solicitud que le entrega y enviarla a la atención del Sr. Esteban Rupérez, responsable de RR. HH.

g) Visitante 7. Es un antiguo empleado de la empresa, ya jubilado. Acude a la empresa para saludar a la directora de RR. HH., pero no tiene cita previa concertada. La directora estará reunida durante toda la mañana.

El recepcionista le indica que la directora tiene reuniones a lo largo de toda la mañana pero que va a intentar localizarla, le comunica la situación y le indica al recepcionista que espere, que le podrá recibir en media hora.

h) Visitante 8. Es un cliente muy enfadado que quiere que le devuelvan el importe del seguro de hogar que tiene contratado (asciende a 184 €). Su hermana tiene el mismo seguro con ellos y le han cobrado 40 € menos.

El recepcionista le solicita que le facilite todos sus datos y contacta con uno de los agentes comerciales, le explica la situación y le indica que pase a su despacho para atenderle personalmente.

ACTIVIDADES - PÁG. 13

3. Elige una empresa en la que sus empleados lleven uniforme y responde a estas cuestiones:

Las respuestas serán diferentes dependiendo de la empresa que hay elegido el alumno. Como ejemplo podemos seleccionar el uniforme de los empleados de El Corte Inglés.



a) **¿De qué tipo es este uniforme?** Traje **¿Qué características tiene?** Es diferente dependiendo del sexo. Para el sexo masculino está formado por un traje con americana azul marino, camisa blanca y corbata corporativa (incluye el logo del Corte Inglés). En el uniforme femenino son diferentes según las secciones que ocupan. En cualquier caso, pueden optar por falda o el conjunto puede también combinarse con pantalón. Cuando las trabajadoras se encuentran embarazadas el uniforme se adapta a esta situación.

b) **¿Todo el personal lleva el mismo tipo de uniforme?** No. **Si no es así, indica en qué casos no se utiliza o es diferente y las características que pueden apreciarse en ellos.**

Depende de las secciones en las que atienda el personal, y en otros casos en los que es totalmente diferente es cuando los empleados trabajan en las secciones de hostelería incluidas en los centros de El Corte Inglés.

c) **¿Alguna empresa que se dedique a la misma actividad utiliza el mismo tipo de uniforme?** Hay alguno que es muy parecido, Cortefiel, pero se trata de una empresa que pertenece al mismo grupo empresarial. Aunque no utilizan el mismo color, los trajes de chaqueta en hombres y mujeres son habituales en boutiques de moda.

d) **¿Qué razones crees que tiene la empresa para su utilización?** Quiere aportar una imagen elegante, seria, aunque actual (han incorporado la chaqueta de punto en el vestuario femenino) y transmitir prestigio.

e) **¿Qué incorporarías o eliminarías de esos uniformes?** Las respuestas a esta pregunta variarán dependiendo de las preferencias del alumno, deberán argumentar su respuesta. Ejemplos: la corbata para eliminar ese aire excesivo de seriedad.

ACTIVIDADES - PÁG. 15

4. Indica a qué tipo de elemento (información, accesibilidad o evacuación) corresponden las siguientes imágenes.



Elementos de accesibilidad



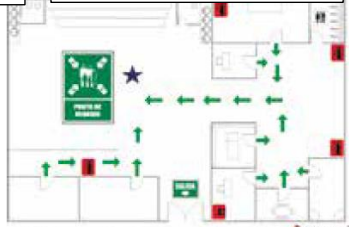
Elementos de información



Elementos de accesibilidad



Elementos de evacuación



Elementos de evacuación



Elementos de accesibilidad



Elementos de información

5. Observa tu centro de estudios y comenta con tus compañeros y compañeras de clase cuáles son los elementos de información, accesibilidad y evacuación de que dispone y dónde están ubicados.

Cada centro escolar tendrá unos elementos diferentes, pero en cualquier caso siempre existen elementos comunes. A modo de ejemplo se exponen los siguientes:

Elementos de evacuación: carteles de ubicación salidas de emergencia, plano para señalar donde se encuentra el usuario en ese momento, señalización de extintores.

Elementos de accesibilidad: indicadores de ubicación del ascensor, rampas de acceso, carteles en código braille (señalización del número de clase y despachos, indicadores en el ascensor), se dan sobre todo en centros preferentes para alumnado con discapacidad motora.

Elementos de información: Tablón de anuncios, horario de apertura y cierre de secretaria, disposición de las aulas.

ACTIVIDADES - PÁG. 16

6. Observa la imagen del margen y analiza el mobiliario y la iluminación que se han utilizado en su diseño, ¿son apropiados? Justifica tu respuesta.

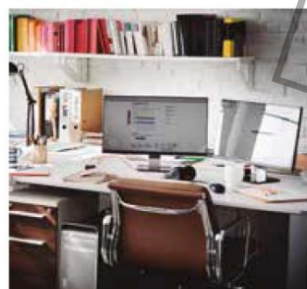


Sí, son apropiados. Respuesta abierta por parte del alumno, en cualquier caso, debe ser razonada y seguir las pautas que sobre los espacios de recepción que se han estudiado en la unidad. A modo de ejemplo:

- Se trata de un lugar agradable.
- Espacio amplio entre las mesas y en el propio lugar de trabajo que ofrece sensación de comodidad.
- Utilizan colores claros para no reducir la iluminación.
- Muebles funcionales con líneas rectas que no dificultan la movilidad del trabajador.
- Amplios ventanales para utilizar la luz natural, mantener una iluminación adecuada que haga no forzar la visión de los empleados.
- Sensación de limpieza que se refuerza con el uso de plantas.

7. Observa estas dos imágenes e indica, de forma razonada, en cuál de los puestos de trabajo te gustaría trabajar.

Los alumnos argumentarán su opinión.



a) ¿Cuáles son las ventajas de trabajar en una oficina ordenada?

- Todo el material que necesitas se encuentra de forma rápida, conducen a reducción de costes de personal.
- No existen pérdidas de tiempo buscando documentación. Los clientes perciben orden y este se traslada a los servicios que se prestan. Se transmite seguridad y confianza a los clientes.

b) ¿Cuáles son los inconvenientes de trabajar en una oficina desordenada?

- Pérdidas de tiempo, nada está en su sitio, provocan aumento de costes de personal.
- Malestar entre compañeros, unos se culpan a otros de la desorganización.
- Se transmite a los clientes inseguridad y desorden.

c) ¿Qué impresiones tendrán los clientes que entren en la oficina ordenada?

Los clientes al percibir orden se les transmite seguridad y confianza en que los servicios que van a recibir son los adecuados.

d) ¿Qué impresiones tendrán los clientes que entren en la oficina desordenada?

A los clientes les provoca caos, les transmite inseguridad y por lo tanto falta de confianza en que puedan realizar correctamente los servicios que prestan.

8. «¿Por qué compramos?» es el título de un reportaje emitido por La 2 de TVE en el que se analiza la influencia de los sentidos en las compras que se realizan. En él se explica cómo un hotel suizo contrató los servicios de una diseñadora de fragancias (Sissel Tolaas) para crear el olor de su hotel.

a) ¿Recuerdas el aroma de algún hotel u otro tipo de empresa en la que hayas estado? ¿Te identificas con el aroma?

Pregunta abierta, pueden exponer sus ideas y realizar un pequeño debate hablando por que los olores que recuerdan son diferentes dependiendo del tipo de empresa ¿Qué espera la empresa que recordemos? ¿Qué se asocia a cada fragancia?

Por ejemplo, si la empresa es un spa, es posible que la fragancia que utilicen sea incienso, o alguna similar que esté relacionada con la calma y el relax; si por el contrario es una empresa de venta e instalación de cocinas, es posible que su aroma sea el pino, o algún otro relacionado con el frescor, para asociarlos a la limpieza y a la madera, y mostrar la calidad de los muebles que venden.

b) ¿Para qué crees que el hotel del reportaje solicitó los servicios de una diseñadora para crear su aroma? ¿Cuáles son los beneficios o ventajas que le puede reportar?

Para personalizar el hotel y que todos los clientes que acuden a él lo identifiquen como único. En ocasiones nosotros identificamos a las personas por su aroma y por el perfume que utilizan, con el hotel sucederá lo mismo.

Ventajas que les puede reportar:

- Que los clientes lo recuerden y que cuando les identifiquen esa fragancia quieran volver al hotel. Es decir que consigan fidelizar a la clientela.

- Que, durante la estancia en el hotel de los clientes, a estos les despierten emociones y sensaciones únicas.
- Que se puedan diferenciar de la competencia.

ACTIVIDADES - PÁG. 19

9. En grupos de cuatro, cread una empresa y decidid el manual de protocolo que se seguirá en la recepción. Después explicádselo al resto de compañeros y compañeras de la clase.

Una vez que todos los grupos hayan expuesto sus manuales, en gran grupo estableced los diez puntos más importantes que deben estar en todo manual de protocolo y realizad un cartel que los recoja.

Pregunta abierta, cada grupo y clase podrá establecer unos protocolos totalmente distintos. Entre los puntos que es posible que aparezcan pueden estar:

- Atender en primer lugar a los visitantes presenciales que las llamadas telefónicas.
- La acogida debe ser amable: saludar con un «buenos días, encantada/os de recibirle» y una sonrisa es fundamental como cortesía. Para saludar, estrechar la mano de nuestra visita.
- El tratamiento que se le deberá dar al visitante en todo momento será de usted.
- Mantener contacto visual con el cliente, mirarlo a los ojos mientras saludamos y hablamos con él, teniendo cuidado de no ser inquisitivos ni retadores. Estar atentos al lenguaje no verbal.
- Identificar y registrar al visitante. Identificarlo con una pegatina o tarjeta plastificada que el visitante devuelve a su salida.
- Escuchar con atención y expresarse con claridad para poder ayudarle.
- Acompañar por el personal de recepción hasta el lugar indicado a los visitantes.
- En el caso de que no exista registro de visitas, anunciar la visita al destinatario, con tiempo suficiente para que pueda prepararse o indicar que debe esperar unos minutos, si el tiempo de espera es superior darle la opción a esperar o volver en otro momento.
- Despedirse con amabilidad cuando la visita se marche.

10. Indica los tratamientos que corresponderán a los siguientes nombres:

NOMBRE	APELLIDOS	NOMBRE COMPLETO
Dña. Sofía	Sra. González Rubio	Sr. D. Juan López Sánchez
D. Manuel	Sr. Prieto Martínez	Sra. Dña. Sonia Vicente Ferrer
D. Arturo	Sr. Naudín López	Sra. Dña. Aurora García Légano
Dña. María	Sra. Hernández Pérez	Sr. D. Jaime Cobos Bach

11. Imagina que trabajas en la recepción de una empresa y acude a la misma Agustina López Rupérez. Tiene una cita con el director general, pero deberá esperar durante 10 minutos, ya que aún no ha terminado la reunión en la que este está reunido. ¿Qué tratamiento utilizarás con esta visita?

En todo momento el tratamiento será de usted y habrá que ser educado y respetuoso con la persona que se está atendiendo.

Explica cuáles son las pautas que seguirás desde que entra en la empresa y la recibes en la recepción hasta que se reúna con el director.

- Saludar con un «buenos días, encantada/os de recibirle» y mostrarle una sonrisa como cortesía.
- Identificar al visitante preguntando su nombre y el nombre de la persona a la que quiere visitar.
- Una vez que nos dice el nombre o cargo de la persona a la que quiere visitar, preguntar si tiene cita y a qué hora la tiene.
- Al comprobar la disponibilidad del director general, nos indican que deberá esperar porque aún no ha terminado la reunión en la que estaba.
- Comunicar a Dña. Agustina que deberá esperar 10 minutos ya que aún no ha terminado la reunión, que puede esperar en la sala de espera o volver pasado este tiempo.
- Si decide esperar, avisarle cuando el director general haya terminado para indicarle que ya puede atenderle.
- Acompañarla hasta el despacho si es posible o indicarle el lugar al que se tiene que dirigir.
- Cuando salga la visita despedirse de forma educada.

12. Susana Benítez tiene que presentar documentación en diferentes organismos públicos y desconoce el tratamiento que deberá de utilizar en cada caso. Indica el tratamiento y las abreviaturas que corresponderán en cada uno de los siguientes casos:

a) Solicitud del título de Bachillerato al director del IES Puerta de Mayo de Segovia.

Sr. Director del IES Puerta de Mayo

b) Solicitud de un permiso de obra dirigido al alcalde de Jaén.

Excmo. Sr. Alcalde de Jaén

c) Escrito dirigido al Presidente de tu comunidad de vecinos, Joaquín Núñez, informándole de una mudanza.

Sr. D. Joaquín Núñez

EVALÚA TUS CONOCIMIENTOS - PÁG. 20

1. La imagen corporativa es:

- a) La imagen ideal del lugar de trabajo.
- b) La forma en la que se percibe una organización.**
- c) Los colores con los que se identifica a una organización.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

2. Forman parte de la imagen corporativa:

- a) El color.
- b) El eslogan.
- c) El logotipo.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.**

3. Identidad e imagen corporativa:

- a) Son dos conceptos distintos.**

- b) Tienen el mismo significado.
- c) La identidad corporativa no existe.
- d) Los dos conceptos significan la responsabilidad frente a los clientes.

4. El espacio de recepción:

- a) Es una única zona muy amplia.
- b) **Está dividido en dos zonas: recepción y sala de espera.**
- c) Está dividido en tres zonas: recepción, sala de espera y reclamaciones.
- d) Es un espacio poco importante cerca de la puerta de entrada.

5. El personal de recepción debe conocer:

- a) La organización interna de la empresa.
- b) El manejo de la centralita telefónica.
- c) Aspectos relacionados con la dirección.
- d) **Son correctas las respuestas a) y b).**

6. El uniforme en la empresa tiene como función:

- a) Mostrar la singularidad del personal.
- b) Reflejar la originalidad del personal.
- c) Fomentar el trabajo en equipo.
- d) **Difundir una imagen interna del personal.**

7. El eslogan es:

- a) Símbolo gráfico que identifica a la empresa.
- b) **Frases breves que identifican a la organización.**
- c) Símbolo y texto que identifican a la empresa.
- d) Canciones cortas y pegadizas que identifican a la empresa.

8. El organigrama de la empresa se considera un elemento de:

- a) **Información.**
- b) Evacuación.
- c) Accesibilidad.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

9. El mobiliario de la empresa debe ser:

- a) Decorativo.
- b) Funcional.
- c) Cómodo.
- d) **Todas las respuestas anteriores son correctas.**

10. El conjunto de técnicas, medios y recursos que permiten adaptar el entorno laboral a las características físicas y psicológicas del trabajador es:

- a) La domótica.
- b) La informática.
- c) **La ergonomía.**
- d) El protocolo.

11. ¿Qué tratamiento utilizarás para presentar a Diego Rodríguez Zarza?

- a) Sr. Diego.
- b) Sr. Rodríguez.

- c) Sr. D. Diego Rodríguez.
d) Las respuestas b) y c) son correctas.

12. Si una empresa ha creado un imagotipo, lo que ha diseñado es:

- a) Un logo que une imagen y texto.
b) Un logo que solo incluye texto.
c) Un logo en el que aparece texto y el símbolo agrupado.
d) Un logo que solo incluye símbolo.

ACTIVIDADES FINALES - PÁG. 21

1. ¿Qué entiendes por imagen corporativa?

La imagen corporativa es la imagen que una empresa transmite a las personas que entran en contacto con ella y que permite que asocien ciertos valores a la misma.

2. Identifica, en el siguiente texto, los elementos que componen la imagen corporativa de la empresa Frigor S. A.

Frigor S. A. se dedica a la compraventa de productos cárnicos congelados y está ubicada en Cáceres. El dibujo que aparece en la recepción de la empresa es un jamón rodeado de estrellas, estas, representan el símbolo que indica la congelación.

Todos sus empleados visten pantalón negro y camisa de color verde, simbolizando lo naturales que son sus productos y los colores de la bandera autonómica.

Para la próxima campaña, ha lanzado una serie de carteles publicitarios con el fondo verde y la imagen de sus productos, donde se puede leer: «Con Frigor, el jamón lo comerás mogollón». Actualmente sus clientes pueden realizar los pedidos a través de sus comerciales y de su página web: www.frigorsa.es.

- **Logo:** El dibujo que aparece en la recepción de la empresa es un jamón rodeado de estrellas, estas en forma del símbolo de la congelación.
- **Nombre de la empresa:** Frigor S. A.
- **Eslogan:** «Con Frigor, el jamón lo comerás mogollón».
- **Sitio web: página web:** www.frigorsa.es.
- **Colores corporativos:** color verde, simbolizando lo naturales que son sus productos y los colores de la bandera autonómica.
- **Brochure:** Carteles publicitarios

3. Separa, en la siguiente lista, aquellos conceptos que son considerados beneficios para los consumidores de los que son beneficiosos para los clientes internos de la organización

- | | |
|---|--|
| ● Consigue que el cliente se identifique con la organización. | ● Seguridad y confianza. |
| ● Satisfacción de pertenecer a la organización. | ● Diferenciación respecto a la competencia. |
| ● Fácil identificación de los productos y servicios. | ● Establece un vínculo emocional con los clientes. |

- Aumento del valor percibido en los productos

4. Crea un nombre y diseña un logotipo para cada una de las siguientes empresas:

Respuesta abierta por parte del alumno, la actividad está dirigida para desarrollar la creatividad del alumno además de que conozca aspectos que intervienen en el diseño de la imagen de la empresa, como el color, las formas (rectas o curvas). Se valorará la armonía de los elementos que intervienen en el diseño y la relación de estos con la actividad de la empresa. La actividad puede desarrollarse utilizando software específico, herramientas como Paint, un procesador de texto o utilizando papel y lápices de colores.

● **Cadena de comida rápida a domicilio.**



Características del logo: color rojo en los rótulos del nombre, como el color que identifica a los restaurantes de comida rápida en sus locales. Los clientes no necesitan espacios con colores cálidos que inviten a quedarse haciendo sobremesa, sino que estos locales proponen colores intensos para que los clientes coman y dejen la mesa libre a los siguientes.

Aparece una vaca como el producto que venden para reforzar la idea en la calidad de los productos que utilizan en sus hamburguesas.

● **Agencia de transporte nacional.**



Características que se han tenido en cuenta a la hora de confeccionar el diseño del logo:

- El dibujo que incorpora una rueda de camión está relacionado con la actividad.
- Quiere transmitir velocidad, como símbolo de entregas rápidas.
- El color negro comunica seriedad.

● **Empresa dedicada al entretenimiento infantil.**



Características que se han tenido en cuenta a la hora de confeccionar el diseño del logo:

- El dibujo que incorpora una sonrisa de payaso personaje preferido por los niños que no pasa de moda y evitar la necesidad de cambiar el logo porque este pueda quedar desfasado respecto a las preferencias de los niños.
- Relacionado con la actividad.
- Quiere transmitir diversión.
- Las letras utilizan el color blanco para destacar en el fondo rojo y porque también es un color utilizado en el maquillaje de los payasos.

5. Inventa un eslogan para la campaña publicitaria de cada una de las empresas de la actividad anterior.

Respuesta abierta por parte del alumno, como en la actividad anterior se busca la creatividad del alumno. Pueden incorporarse al logo y realizar una muestra en la clase a modo de exposición comercial e incluso tipo concurso buscando el mejor (más creativo, más original...) Como ejemplo de eslogan se muestran los siguientes.

- **Cadena de comida rápida a domicilio:** «Si no es todo carne no es una Meat Burguer».
- **Agencia de transporte nacional:** «Dinos donde lo envías y nosotros lo llevamos».
- **Empresa dedicada al entretenimiento infantil:** «Salta, corre, canta y ríe, aquí está permitido».

6. **Imagina que eres propietario de un restaurante italiano situado en una calle importante de tu localidad. Se trata de un restaurante muy valorado por todo tipo de clientes nacionales e internacionales. Quieres darle un nuevo estilo al local y para eso decides cambiar los uniformes de todo el personal de la empresa.**

Respuesta abierta para que el alumno demuestre no solo creatividad en el diseño sino que razone las características que hace que un uniforme pueda influir en la imagen del negocio de forma positiva o negativa. De la misma forma debe reflexionar acerca de cómo puede modificarse la imagen de un negocio entre algo elegante o informal sólo con hacer pequeños cambios en algunos elementos como son los uniformes.

● **Realiza un boceto de los uniformes de todo el personal.**

Para realizar el boceto se pueden utilizar herramientas informáticas que conozca el alumno (procesador de texto, Paint, u otras de edición de imagen si conoce su funcionamiento).

● **Razona, en cada caso, aquellos aspectos que has incluido en el diseño (color, detalles, tipo de ropa, etc.).**

- Color: negro resulta elegante, además es más limpio en la cocina, roces y manchas son menos perceptibles en la ropa,
- Logo bordado en lugar de serigrafiado, aporta distinción.
- botones en color dorado para que resalten sobre el fondo negro del uniforme y sea un elemento de decoración y no sea sólo funcional.
- **¿Qué crees que aportarán estos nuevos uniformes al rendimiento de tu negocio?**

Si se logran uniformes que aporten elegancia, en función de la situación y la orientación hacia clientes nacionales e internacionales, los clientes que lleguen podrán tener un nivel adquisitivo alto y ello provocará un aumento de las ventas y por lo tanto de los beneficios.

7. **Indica, de la siguiente relación, qué elementos forman parte de la imagen corporativa.**

- El logotipo.
- El vestuario.
- La música.
- Los formatos de los productos.
- Los clientes.
- El color de los elementos visibles.
- Los horarios.
- El isotipo.

8. **En una clínica oftalmológica de tres plantas, en la que se ofrecen todas las especialidades oftalmológicas posibles, indica los diferentes sistemas de información que se pueden utilizar para orientar al cliente sobre el cuadro médico disponible, la situación de las consultas, el turno para entrar a la consulta correspondiente y lassalidas al exterior en el espacio destinado a la recepción.**

Existen diferentes sistemas de información, la utilización de uno u otro dependerá de la inversión que la empresa quiere realizar, ya que algunos sistemas tienen un coste elevado de instalación, de la posibilidad de instalarlas, en algunos casos, a pesar de que la empresa pueda soportar este coste, no es posible incluirlo por las características físicas de la empresa, y por último el sistema debe de estar adaptado al tipo de negocio y al tipo de cliente.

- **Sistemas de información que se pueden utilizar para orientar al cliente sobre el cuadro médico disponible:** paneles situados en la planta baja con el nombre de las especialidades, situación en el edificio del número de consulta y doctor que atiende cada especialidad. En ocasiones esta información estará organizada por especialidades.
- **Situación de las consultas:** plano con los números de las consultas relacionados con la especialidad y el nombre del doctor/a que atiende la consulta.
- **Turno para entrar a la consulta correspondiente:** máquina expendedora de turno, al obtener un tique indica la hora de llegada, hora de la cita, nombre del doctor/a que va a atenderle y número de la consulta a la que debe pasar. Una vez se ha obtenido el tique, pantallas TFT colocadas en distintas zonas de la sala de espera indican el número próximo en el turno. Además de aparecer en la pantalla se aconseja que se utilice un sistema de audio para aquellas personas con deficiencias visuales.
- **Salidas al exterior en el espacio destinado a la recepción:** placas con flechas que informen de la orientación de la salida, plano de la planta en el que se indique la ubicación actual del paciente así como la forma de acceso al exterior.

9. ¿Cuáles son las principales cualidades que debe tener el personal encargado de la recepción en una empresa?

- Buena memoria, tener tacto y actuar con discreción: los y las recepcionistas manejan información sobre los visitantes (con quién se verá, dónde, cuándo, e incluso, las razones de la visita), por lo que es necesario una discreción y confidencialidad totales.
- Una sonrisa sincera: relaja y transmite confianza al visitante. Además, se acompañará de un tono de voz agradable, vocalizando correctamente para evitar errores de comunicación.
- Control personal y paciencia.
- Hábitos de trabajo: mantendrá su área de trabajo limpia y en orden.
- Control en los conflictos y quejas: deberá comportarse correctamente con clientes nerviosos o insatisfechos.
- Interés por las personas que llegan: actuará con diplomacia, hay que evitar diferencias de trato a los visitantes y los prejuicios.
- Confianza y seguridad en uno mismo: si se dispone de estas cualidades, se transmitirán a las personas que se atiendan.
- Escucha activa: para mostrar interés y que se está prestando atención a lo que cuenta el interlocutor, se recomienda utilizar frases cortas y gestos que indiquen que se está atendiendo durante la conversación.

10. Indica qué tipo de mobiliario ergonómico se puede encontrar en la recepción de una empresa para facilitar al trabajador el desarrollo de sus funciones.

Se trata de una actividad que se puede relacionar con el módulo de Prevención de Riesgos Laborales y en la que los alumnos desarrollen el trabajo en equipo. Se partirá de un trabajo individual, en el que cada alumno identificará 10 elementos de este tipo, se puede acotar el tiempo de respuesta, por ejemplo, a 30 segundos. A la hora de corregir la actividad, la mayoría de los alumnos se quejarán de que el tiempo ha sido insuficiente y no han llegado a completar el número de objetos. En este momento el profesor o uno de los alumnos saldrá a la pizarra y anotará todos aquellos elementos que sus compañeros han ido anotando en su cuaderno, lo habitual es que entre toda la clase se supere el número solicitado ampliamente.

Esto demostrará a los alumnos que con el trabajo en equipo los resultados son superiores al trabajo realizado de manera individual.

Una mesa, una silla, una lámpara, estanterías móviles, reposapiés, reposamuñecas para el teclado, y otros elementos que no son mobiliario como un ratón, un teclado, lápices, tijeras, entre otros elementos.

11. Relaciona, en tu cuaderno, cada definición con el término al que hace referencia.

- **Parte simbólica de la marca. La marca puede ser reconocida solo por su símbolo.** Isotipo
- **La marca se identifica a través del texto.** Logotipo
- **El texto y el símbolo se encuentran agrupados; no funciona el uno sin el otro.** Isologo
- **Combinación de imagen y texto. Pueden utilizarse también por separado.** Imagotipo

12. Nombra dos ejemplos de elementos de evacuación, de accesibilidad y de información.

Respuesta abierta donde los alumnos pueden dar ejemplos muy diferentes a los que aparecen a continuación como ejemplo.

Elementos de evacuación: carteles de ubicación salidas de emergencia, carteles del uso del ascensor en caso de incendio.

Elementos de accesibilidad: señalización de la ubicación de una plaza de garaje reservada para discapacitados, señales luminosas para señalar el timbre del teléfono a personas con problemas de audición.

Elementos de información: organigrama de los trabajadores de una sección, pantalla en la que va apareciendo información diversa; por ejemplo, como las del metro de las ciudades.

13. Localiza en internet cinco ejemplos de domótica adaptada a las oficinas de una empresa.

Elabora un cartel o una infografía que incluya, además de los cinco ejemplos, una imagen de cada uno de ellos.

Respuesta libre, se indican a continuación ejemplos de este tipo de instalación:

- Apertura y cierre de las persianas:
- Control de la climatización de las instalaciones
- Control de las cerraduras en puertas de acceso
- Control de la iluminación sobre todo en zonas de paso, o lugares poco frecuentados de forma que sólo está encendido el tiempo que haya presencia en la zona. Con ello se racionaliza el ahorro energético.
- Alarmas conectadas al móvil.

14. ¿Por qué razones es preciso organizarse en una empresa?

Para que cada trabajador sepa cuáles son las tareas que debe de realizar, en qué momento deben de estar realizadas y cuáles son sus funciones, evitando de esta manera la repetición o duplicidad de tareas, o que estas se queden sin hacer por creer que otro trabajador era el encargado de hacerlas.

15. Razona si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones:

Las razones que puede ofrecer el alumno es posible que no sean las que se han mostrado, se proporcionan a título de ejemplo. El profesor valorará la base del razonamiento utilizado en la respuesta así como si este se ajusta al contenido de la unidad.

- **Cuando una persona va a visitar por primera vez una empresa está tan nerviosa que no se fija en nada. FALSO.** Siempre habrá una primera impresión y aspectos que llamen la atención de la persona que llega, de ahí la importancia de causar una buena impresión.
- **Es importante cuidar la decoración en los espacios de acogida. VERDADERO.** El diseño en esta zona forma parte de la identidad corporativa de la empresa.
- **Si el visitante de una empresa tiene que esperar, lo dejaremos de pie para que se vaya lo antes posible. FALSO.** El cliente debe encontrarse cómodo para recordar su visita de forma grata.
- **Es recomendable que las sillas del espacio de acogida sean lavables para que higiénicamente siempre estén perfectas. VERDADERO.** Aporta confianza y transmite una imagen cuidada de la empresa.
- **La imagen corporativa es la forma en que perciben una organización las personas ajenas a esta. VERDADERO.** La imagen corporativa es la imagen que una empresa transmite a las personas que entran en contacto con ella y que permite que se asocien los valores de la misma.
- **El logotipo no forma parte de los componentes de la imagen corporativa. FALSO.** El logotipo es el elemento gráfico que identifica a la corporación y forma parte de su imagen.

16. El vestuario es uno de los aspectos más importantes de la imagen personal que se proyecta.

Lee las siguientes recomendaciones y crea una lista con «lo que se debe hacer» y otra con «lo que no se debe hacer».

- Usar en exceso accesorios o joyas que suenen.
- Usar tacones muy altos.
- Llevar la barba sin afeitarse durante la semana.
- Vestirse con ropa limpia.
- Usar minifalda o escotes muy pronunciados.
- Usar pantalones cortos o mallas.
- Utilizar de forma habitual desodorante.
- Usar la talla equivocada.
- Llevar prendas demasiado ceñidas al cuerpo o demasiado holgadas.
- Abusar del maquillaje o no maquillarse.
- Tener buena higiene personal.
- Permitir que se note la ropa interior por utilizar pantalones caídos.
- No cuidarse las uñas por ser hombre.
- Mezclar prendas con colores brillantes para llamar la atención.
- Abusar del perfume o de la colonia.
- Usar zapatos viejos pero cómodos.
- Tener las uñas muy largas o desarregladas.
- Usar prendas con estampados reivindicativos.

17. ¿Qué componentes son los que forman parte de la imagen personal?

- **Higiene y aseo:** es importante mantener la higiene diaria: ducharse, tener el pelo y las uñas limpias, mostrar las manos cuidadas e hidratadas, cepillarse los dientes, afeitarse, etc.
- **Vestimenta:** la ropa debe estar cuidada y limpia. Con el vestuario se debe mostrar discreción, adecuación y elegancia.

- Lenguaje facial y evitar el exceso de expresividad así como su ausencia.
- **Cuidar el uso de los tics**, proyectan nerviosismo e impaciencia.
- **Vicios o tics**. Es preciso evitarlos, normalmente son inconscientes, como tocarse el pelo, hurgarse en la nariz, mirar el reloj compulsivamente, morderse las uñas, etc.
- **Toser y estornudar**. Se debe girar la cabeza a un lado y poner un pañuelo delante de la nariz y la boca.
- **Bostezar**. Se debe colocar la mano sobre la boca.

18. El marketing es el conjunto de técnicas y herramientas que utilizan las empresas para analizar las necesidades de los clientes y ofrecerles los productos y servicios que más les satisfagan. En la actualidad es muy importante el marketing sensorial, que apela a los sentidos. Observad esta infografía y poned un ejemplo de cada uno de los sentidos indicando en qué empresa, negocio o local creéis que se pone en práctica.

Marketing sensorial

El marketing sensorial se centra en los cinco sentidos del comprador, para, a través de ellos, influir en sus sentimientos, motivaciones y deseos con el objetivo de facilitar la compra y que esta resulte más estimulante y satisfactoria.

El olfato

Según los expertos, estimular este sentido es la mejor manera de provocar una experiencia sensorial.

El gusto

Es el más íntimo, ya que implica el contacto interior, directo y durante cierto tiempo del individuo con el producto.

La vista

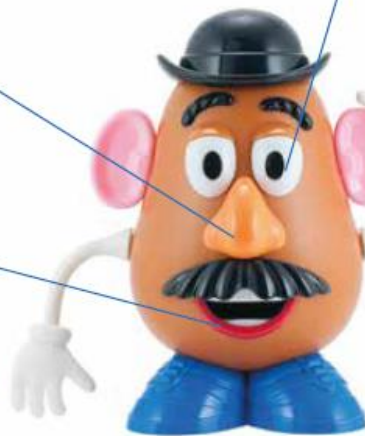
Es el sentido más poderoso: la mayor parte de la información que se retiene se recibe visualmente.

El oído

Capta muchas sensaciones que somos capaces de recordar. Es clave para generar una experiencia positiva de compra.

El tacto

Tocar un producto es fundamental para generar información y emoción, lo que facilita la venta.



Una inmobiliaria en sus spot

En una pastelería

Perfumería o en un Spa, cine, (olor a palomitas)

Un concesionario de coches, suelen asociar a su marca *hit* musicales del momento

Una bodega, donde se realizan catas de vinos

Tienda de venta de muebles, sofás, camas....

19. Averigua, buscando en internet, la aceptación de los besos que se dan en la mejilla en los siguientes lugares:

- **América del Norte:** Son aceptados si existe una relación de familiaridad o de amistad. No es habitual en el entorno empresarial.
- **América Latina:** Son aceptados.
- **Europa (países nórdicos y países del Mediterráneo):** Existen diferencia entre los países de Europa, así mientras en los países del Mediterráneo es muy común (sobre todo entre mujeres y entre mujeres y hombres), en países como Reino Unido, Alemania o los países nórdicos no es tan habitual y son sustituidos por un apretón de manos. Hay algunos países como Francia en los que, en determinadas regiones, se dan hasta tres besos.

- **Oriente Medio:** Se dan besos entre hombres y a las mujeres se les saluda llevándose la mano al pecho e inclinando la cabeza.
- **Sudeste Asiático:** No suelen ser aceptados.

Elabora un esquema con la información encontrada. Cada alumno elaborará un esquema con la información recopilada y se expondrá para apreciar las diferencias localizadas.

20. ¿Cómo se debe actuar en caso de que se produzca un bostezo?

Colocando la mano encima de la boca.

21. ¿Cómo hay que comportarse si a lo largo de una conversación con una persona que viene de visita a la empresa se producen diferencias de opinión y el tono que utiliza comienza a ser agresivo?

Intentar calmarle, en el momento que ya esté más calmado ser asertivo ante la falta de modales del visitante, y haciéndole comprender que su actuación no está siendo correcta.

22. ¿Por qué puede ser inconveniente el uso de términos técnicos en una conversación?

Porque puede que nuestro interlocutor los desconozca y no comprenda lo que se está comunicando.

23. ¿Qué imagen transmite una persona que es impuntual?

Dependerá del tiempo del retraso y de si se realiza de forma habitual. Puede transmitir falta de planificación, de organización y de respeto. En caso de que se vaya a producir esta situación se recomienda ponerse en contacto con la persona que teníamos la cita y avisarle de nuestro retraso y el motivo que lo está provocando.

24. ¿Es importante cuidar el calzado si trabajas en la recepción de una empresa o da lo mismo porque detrás del mostrador no se ve?

Hay que cuidarlo, en cualquier momento puede salir de detrás del mostrador a presentar algo o acompañar una visita y ofrece una imagen descuidada de sí mismo y de la empresa.

FICHA DE TRABAJO 1 - PÁG. 24

Diseño de los elementos de la imagen corporativa

DECONSA es una empresa dedicada a la comercialización de jabones y geles de baño. Tiene su domicilio fiscal y comercial en la Avda. Los Nogales, número 7, de Cuenca.

Se trata de una empresa muy concienciada con el medio ambiente. Todos sus embalajes y envases son biodegradables. Uno de los objetivos de la compañía es el de concienciar a la población a la que van destinados sus productos sobre la pobreza infantil, y por este motivo ha decidido que los productos que se lancen durante los meses de octubre a diciembre incluyan una donación de 50 céntimos, a cargo de la empresa, que se ingresarán en la cuenta de la ONG Aldeas Infantiles.

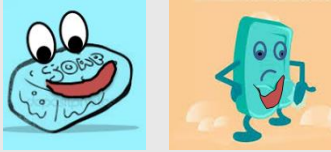
El resto del año, en las etiquetas de todos sus productos se incluirán anuncios de la ONG mostrando todos los proyectos que realiza esta organización por el mundo, para transmitir a la población la labor que realizan y la necesidad de obtener financiación a través de donativos.

■ **Elabora una tabla que incluya todos los componentes de la imagen corporativa de esta empresa, tal y como se muestra en el siguiente cuadro. Justifica la elección de todos los elementos diseñados.**

La respuesta es abierta para los alumnos, es aconsejable debido a que ningún alumno puede repetir los datos que los alumnos presenten su ficha una vez terminada el resto de sus compañeros.

ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Elemento	Justificación	diseño
Logo	El dibujo seleccionado, pompas de jabón, está en relación con la actividad de la empresa. Las pompas transmiten delicadeza, suavidad y recuerdos a los adultos de la niñez. Se han utilizado colores en la gama de los azules para transmitir frescura y limpieza, sensaciones que la empresa quiere comunicar a sus clientes.	
Nombre de la empresa	BUBBLES (Pompas) relacionado con los productos que comercializa.	BUBBLES
Slogan	Incluye el nombre del producto y la sensación que quiere transmitir si el cliente lo utiliza.	“Burbujas de satisfacción en tus manos”
El sitio Web	www.bubbles.es	
Colores corporativos	Estos colores se relacionan con la frescura que dejará el jabón cuando lo utilice el cliente, y la sensación de limpio.	Azul en distintas tonalidades y blanco
Brochure:	Sobres, papel de cartas y libretas para entregar a los clientes como publicidad incorporan su logo y su dirección, utilizando los colores corporativos.	

		
<p>Personajes</p>	<p>“Pompitas” dibujo animado que puede aparecer en los spot publicitarios y en campañas dirigidas al público infantil sobre la importancia de la limpieza de las manos y la elección de un buen jabón que cuide nuestra piel.</p>	
<p>Música</p>	<p>Música relajante, que utiliza sonidos de agua.</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=ltWWsZoAjv4</p>

FICHA DE TRABAJO 2 - PÁG. 25

Características del espacio de acogida en una empresa

Seguro que en más de una ocasión has visitado la zona de recepción de una empresa, de un hospital, un organismo oficial, una consulta médica, etc. Para comprobar todo lo que has estudiado en esta unidad, cierra los ojos y piensa en las recepciones de empresas en las que hayas estado alguna vez y contesta a las cuestiones que se plantean en relación con cada una de las recepciones visitadas.

- ¿Qué impresión inicial te has llevado de esa empresa?
- ¿Qué elementos te han llevado a tener esa impresión de la organización?
- ¿Qué sensaciones te ha transmitido?
- ¿Cuál ha sido tu predisposición tras el paso por recepción para realizar las gestiones que te llevaron hasta allí?
- ¿Cambió de forma positiva o negativa la idea preconcebida que tenías de la empresa después de conocer la recepción?
- ¿Te ha resultado complicado recordar de qué organización se trataba? ¿Por qué?
- ¿Cómo tenía distribuido el espacio de acogida? Si disponía de varias zonas, explica cada una de ellas.
- ¿Cómo era la iluminación de este espacio?
- ¿Disponía de carcerería u otro elemento para identificar los departamentos o las secciones de las que dispone?
- ¿Cómo recuerdas el mobiliario de la recepción? ¿Dispone de mobiliario ergonómico para el personal destinado a este espacio de trabajo?
- ¿Sería posible mejorarlo? Incluye sugerencias.
- ¿Cómo fue el trato del personal que atendía la recepción?
- Anota aquellos puntos fuertes del personal de recepción, teniendo en cuenta todos los aspectos estudiados a lo largo de la unidad, y aquellos puntos débiles que encontraste en tu visita y que sería recomendable mejorar.

Las respuestas de los alumnos podrán variar dependiendo de qué tipo de empresa han seleccionado para realiza el cuestionario. La actividad trata de que el alumno recuerde la importancia de la primera impresión del espacio de recepción en los clientes y los elementos que integran este espacio. Al exponer cada alumno el trabajo podrán apreciar las diferencias entre unas empresas y otras, la importancia que algunas empresas dan a este espacio y la desidia con la que lo hacen otras, dañando su imagen y la de sus productos.

La actividad puede realizarse de forma individual o en grupo, en esta segunda modalidad los alumnos deberán de aportar más detalles de cada entidad.

También es posible que el profesor indique el nombre de una empresa del barrio o localidad en la que viven los alumnos, asegurándose de que todos conocen el espacio de recepción de dicha organización.

FICHA DE TRABAJO 3 - PÁG. 26

Los beneficios de ser organizado

Lee el siguiente artículo periodístico y responde a las cuestiones que se plantean a continuación

LOS BENEFICIOS DE SER ORGANIZADO

La planificación en el trabajo es primordial para el buen rendimiento.

De esta manera se facilitan las cosas y se crea un ambiente laboral más propicio.

No todas las personas tienen la **capacidad de organizarse**. Mientras que para algunos resulta algo natural, para otros es un **proceso de aprendizaje**. Sin embargo, nunca es tarde para intentarlo y aquí te dejamos algunas razones por las que conviene ser disciplinado en relación con los deberes a realizar.

Quienes mantienen el orden lo hacen con un objetivo: tener un entorno fácil y cómodo para desenvolverse. De esta manera, el trabajo se torna más proactivo, ya que priorizan y mantienen sus metas en mente. Además, la organización favorece un mejor estado anímico. La mayoría de las personas ordenadas conservan una actitud positiva ante la vida.

Parte de ser organizado es crear listas con las tareas a cumplir.

Así los compromisos están latentes y no existe la posibilidad de olvidarlos. Lo ideal es que el contenido de la lista sea alcanzable y no abrumador para que se convierta en una ayuda y no en una presión.

Algo primordial en la vida de una persona organizada es preparar el trabajo a tiempo. Funcionando así, es más fácil solucionar imprevistos que puedan surgir. Además, la eficiencia y eficacia de su trabajo se da porque hacen lo menos posible, es decir, realizan las tareas hasta terminarlas, evitando todo tipo de distracciones, ya sean conversaciones o notificaciones de correo.

Ser consciente de las fortalezas y debilidades también ayuda a la organización porque se es capaz de delegar responsabi-

lidades. No siempre se puede realizar todo, por lo que es mejor pedir ayuda para un mejor funcionamiento, administrando los recursos y ganando tiempo.

La mayoría de los trabajadores vive en un constante estado de estrés. Sin embargo, las personas organizadas buscan la manera y el tiempo para llevar a cabo actividades extras que les ayudan a disminuir la carga laboral. Saben reconocer los momentos en que es necesario acudir a un apoyo para no verse afectado.

Finalmente, los organizados saben cuándo y cómo realizar su trabajo. Dejan horas del día específicas para realizar sus labores dependiendo del grado de concentración o creatividad que estas requieran.

<http://noticias.universia.cl/en-portada/noticia/2014/04/09/1094322/beneficios-ser-organizado.html>

- **¿Tienen todas las personas la capacidad de organizarse?** No
- **¿Qué actitud tienen las personas ordenadas?** El orden les permite tener una actitud positiva ante la vida, permitiéndoles tener un trabajo más proactivo.
- **Nombra cinco claves que se indican en el artículo para ser una persona organizada.**
 - Hacer listas con las tareas a cumplir

- Preparar el trabajo a tiempo
- Evitan distracciones
- Ser consciente de las fortalezas y debilidades
- Saben cuándo y cómo realizar su trabajo, dejando horas del día específicas para realizar sus labores dependiendo del grado de concentración que requieran.

■ **¿A qué crees que se refieren cuando dicen que el contenido de la lista debe ser alcanzable?**

A que el trabajo que se ha planteado como tarea es posible realizarlo en las condiciones que se han marcado, y que el contenido de la lista sea un objetivo posible de alcanzar y que no se convierta en una presión.

■ **¿Cómo logran las personas organizadas disminuir su carga laboral?**

Buscan la manera y el tiempo para llevar a cabo actividades extras que les ayudan a disminuir la carga laboral.

■ **¿Crees que hay horas a lo largo del día en las que las personas pueden ser más productivas?**

Razona tu respuesta. Sí, aquellas en las que se está menos cansado y por consiguiente más alerta y despierto.

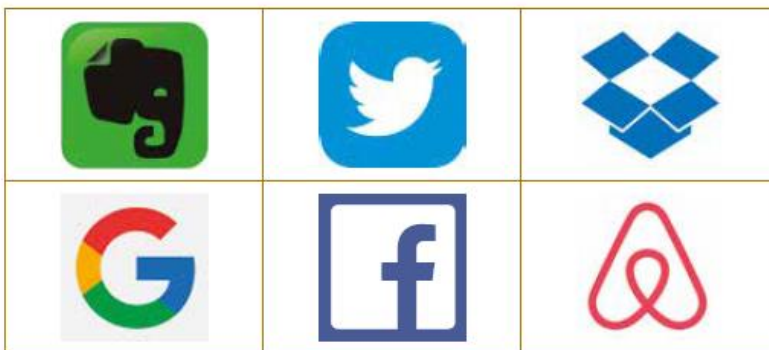
■ **Tras haber leído el artículo, ¿te consideras tú una persona organizada?** Opinión personal.

FICHA DE TRABAJO 4 - PÁG. 21

Las mejores oficinas para trabajar

En la siguiente tabla se muestran seis logotipos de empresas reconocida sa nivel mundial.

■ **Identifica a qué empresas corresponden estos logotipos.**



Evernote, Twitter, Dropbox, Google, Facebook, AirBnB

■ **Localiza en internet las imágenes de las oficinas que se indican a continuación.**

Todas ellas fueron catalogadas en 2014 como algunas de las mejores empresas para trabajar.

—Evernote, en California.

— Twitter, en San Francisco.

—AirBnB, en San Francisco.

—DropBox, en San Francisco.

—Google, en Dublín.

— Facebook, en Palo Alto.

■ **Una vez localizadas las empresas, explica brevemente cuál es la actividad de cada una de ellas y responde de manera razonada a las siguientes cuestiones:**

Evernote. Aplicación informática que sirve para organizar la información personal a partir de un archivo de notas. Permite tener sincronizados todos los dispositivos móviles de que se disponga.

Twitter. Es una plataforma de comunicación bidireccional que permite redactar mensajes de hasta 140 caracteres

AirBnB. Es una empresa online que se dedica a ofrecer alojamientos turísticos.

DropBox. Permite alojar archivos y compartirlos en la nube.

Google. Es una empresa especializada en productos y servicios relacionados con internet.

Facebook. Es una red social que permite a las personas o empresas que han creado su perfil estar conectadas con otros usuarios.

— **¿Qué tipo de colores utilizan estas empresas en su decoración?**

Observando las imágenes de las oficinas se ve que prevalecen los colores pasteles y tonos blancos, estos permiten potenciar la luminosidad en los espacios.

— **¿Guardan esos colores alguna relación con la imagen corporativa de la empresa? ¿Por qué crees que han elegido esos colores?**

Tienen algunas pinceladas para recordar los colores corporativos, en el caso de Evernote en la recepción se encuentra en la pared una especie de jardín vertical haciendo referencia a la naturaleza y al color verde. Los colores están relacionados con su imagen corporativa y la de su logo.

— **¿Se utilizan espacios diáfanos para los despachos o cada despacho dispone de su espacio y está separado del resto por tabiques?**

El trabajo en equipo es una de las principales tendencias en la manera de trabajar por sus múltiples ventajas, por eso en la mayor parte de las oficinas de estas empresas los espacios de trabajo no cuentan con despachos individuales, son diáfanos y abiertos. Esta distribución permite que todos los empleados trabajen en el mismo espacio, con independencia de la línea jerárquica a la que pertenecen, todo ello favorece la generación de ideas y el trabajo en equipo. Se transmite en las imágenes minimalismo y naturalidad.

— **¿Los trabajadores disponen de un único espacio de trabajo o pueden moverse por diferentes espacios?**

Tienen total movilidad, en Google por ejemplo disponen de zonas de ocio para despejarse y aumentar la concentración cuando vuelven al trabajo.

— **Además de los espacios de trabajo, ¿de qué otros espacios están dotadas estas oficinas?**

Salas de descanso, salas de reuniones, cafetería, gimnasio y aparcamiento de bicis, entre otros.

— **¿Cuál es la oficina que más te ha gustado? ¿Por qué?**

Opinión personal.

FICHA DE TRABAJO 5 - PÁG. 28

La recepción de mi empresa

Diseña la recepción de una empresa. Para ello, dibuja un plano en el que se indiquen los diferentes espacios que formarán parte de la misma (departamentos, cocina, baño, sala de espera, etc.) y colócalos elementos que serán necesarios.

Para su elaboración, ten en cuenta las siguientes indicaciones:

1. Dibuja las dimensiones de la recepción.
2. Decide si la zona de espera estará en la recepción o en una sala distinta.
3. Elabora una lista con los muebles que necesitas.
4. Haz una lista con los elementos decorativos que pondrás.
5. Deberás elegir el estilo, los colores y los materiales de fabricación que deseas para los muebles.
6. Dibuja las ventanas y las puertas sobre la misma cartulina donde decidas poner la recepción y/o sala de espera, o en otra distinta, para recortarlas y combinarlas donde quieras. Al final, pégalas una vez elegido el emplazamiento definitivo.
7. Dibuja los muebles y los elementos decorativos en una cartulina.

8. Recorta los muebles y los elementos decorativos para combinarlos.

Haz los cambios necesarios hasta que queden a tu gusto y sean funcionales, cómodos y estéticos, según lo estudiado en esta unidad.

9. Pega todos los elementos o dibújalos, en el espacio de recepción, para presentarlos en clase.

10. Escucha las sugerencias de tu profesor o profesora y compañeros y compañeras.

11. Si consideras que no dibujas bien, puedes trabajar en equipo con otro alumno o alumna y dividir el trabajo de antemano. Ejemplo: ¿quién dibuja?, ¿quién pinta?, ¿quién recorta? Y, sobre todo, a la hora de colocar cada elemento, os tendréis que poner de acuerdo.

12. Otra sugerencia es recortar muebles y elementos decorativos de revistas, o incluso fotos de internet que tendréis que retocar e imprimir

Con esta actividad se pretende que el alumno desarrolle su parte creativa al mismo tiempo que aplica los conocimientos adquiridos en la unidad.

Para unificar criterios en la calificación se pueden indicar las siguientes pautas a los alumnos:

- Tamaño del plano con todos los elementos solicitados: 42x59,4 cm (son dos hojas DIN A4 unidas)
- La recepción de la empresa tendrá una medida máxima de 8x6 cm
- En la lista de muebles se valorará que estos sean funcionales, confortables y ergonómicos (cumpliendo las normas de Prevención de Riesgos Laborales).
- En la lista de los elementos decorativos se valorará que tengan una relación con la imagen corporativa que estén creando.
- Se puede ofrecer la posibilidad de que en lugar de en plano realicen la representación creando una maqueta.

FICHA DE TRABAJO 6 - PÁG. 29

Conversamos

Para participar en una conversación es necesario conocer las normas de cortesía que se aconsejan tener en cuenta para que esta se desarrolle de la manera más apropiada y educada posible.

Se indican a continuación algunas de estas normas. Leedlas en voz alta y haced una autocrítica que os permita determinar si las aplicáis o no en vuestras conversaciones habituales, y, en caso de que no las estéis aplicando, cuáles son las situaciones negativas que se pueden producir

- Saber escuchar y hablar en el momento adecuado, manteniendo los silencios oportunos para no interrumpir al que está en el uso de la palabra.
- Evitar los largos silencios y los monólogos; intervenir de forma prudente y con tiempo limitado, callar para escuchar otras intervenciones.
- Respetar la opinión de los demás. Nadie está siempre en posesión de la verdad. No hacer chistes ni ironizar para no ofender a la persona con la que se está tratando.
- Evitar utilizar demasiados términos o conceptos técnicos para demostrar grandes conocimientos sobre el tema, pues pueden abrumar al interlocutor.
- Respetar los turnos para hablar y preguntar. Permitir que el interlocutor acabe su explicación o intervención. En caso de que se produzcan interrupciones, estas deben ser justificadas.
- En caso de que se produzcan diferencias en las opiniones expuestas, se deberán tratar con respeto y educación.
- No levantar la voz, gritar o vocear, ni hablar todos a la vez, ni utilizar palabras malsonantes y/o groseras.
- Abstenerse de hacerse el protagonista en la conversación utilizando repetidamente el pronombre «yo», ya que puede producir rechazo.
- Mirar al interlocutor a los ojos. Desviar la mirada hacia otras personas o lugares mientras se habla con alguien puede provocar la sensación de impaciencia o falta de interés por lo que nos está contando.
- Prescindir de temas que susciten polémica (religión, política, sexo, etc.).
- Ser prudente al participar en una conversación ya iniciada o al abandonarla. Esperar a que nos inviten a participar o pedir permiso para intervenir, y abandonarla con una disculpa o excusa.
- Moderar y controlar el timbre de voz, hablar con un ritmo adecuado y pronunciar correctamente. Hablar demasiado deprisa o muy alto puede causar confusión y malestar.
- Mostrar siempre educación: saludar al llegar y despedirse al irse, pedir educadamente la palabra cuando se quiera intervenir, solicitar las cosas con la expresión «por favor», dar las gracias, etc.

En el día a día se producen situaciones como las que se comentan a continuación: se pierde la costumbre de respetar el turno de palabra; se grita cuando alguien dice que no entiende algo cuando realmente lo que ha ocurrido es que no lo ha oído; no se respeta la opinión de los demás y se trata por todos los medios de imponer la propia. Todas estas situaciones hacen referencia a algunas de las normas que, o nunca se han utilizado, o poco a poco se van dejando de hacer. Con esta actividad se pretende que los alumnos reflexionen acerca de cómo se comportan y actúan en situaciones cotidianas, y en caso de que estén cometiendo alguno de los errores indicados que sean capaces de identificarlos para aprender a solventarlos y actuar de forma correcta.