


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

**CREACIÓN Y APROBACIÓN DE LÚDICA, PARA EL ENCUENTRO NACIONAL DE
LA RED IDDEAL (INVESTIGACIÓN, DESARROLLO Y DIVULGACIÓN DE LA
ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE POR MEDIO DE LA LÚDICA)**

TATIANA CORREAL PARDO

**ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE PROCESOS INDUSTRIALES
BOGOTÁ, D.C.
2015**

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

**CREACIÓN Y APROBACIÓN DE LÚDICA, PARA EL ENCUENTRO NACIONAL DE
LA RED IDDEAL (INVESTIGACIÓN, DESARROLLO Y DIVULGACIÓN DE LA
ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE POR MEDIO DE LA LÚDICA)**

TATIANA CORREAL PARDO

Anteproyecto de Investigación

**LUIS FELIPE CHAPARRO PARADA
Ingeniero Industrial**

**ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE PROCESOS INDUSTRIALES
BOGOTÁ, D.C.
2015**

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	TITULO DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
3.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
3.1	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
3.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
4.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
4.1	OBJETIVO GENERAL	5
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
5.	JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
5.1	JUSTIFICACIÓN	6
5.2	DELIMITACIÓN	6
6.	MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
6.1	MARCO TEÓRICO	6
6.2	MARCO CONCEPTUAL	8
6.3	MARCO HISTORICO	9
7.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	10
8.	FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.....	15
8.1	FUENTES PRIMARIAS.....	15
8.2	FUENTES SECUNDARIAS.....	15
10.	CRONOGRAMA.....	18
11.	REFERENCIAS (BIBLIOGRAFÍA)	19

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

1. INTRODUCCIÓN

Se desarrollarán los temas de negociación, comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, ética profesional y trabajo colaborativo para construir estrategias frente al cliente, frente pueda debilitar a la compañía a los socios, analizando las falencias, inconvenientes de producción o de servicio que, buscando soluciones para ello, económicas y estratégicas; donde se refleja en las ventas del producto y cuáles son las necesidades de cada departamento, de tal forma que se deben enfrentar y finalmente conciliar entre ellos definiendo cual es la mejor decisión frente a cada necesidad.

La toma de decisiones y la ética será el principal objetivo.

2. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

CREACIÓN Y APROBACIÓN DE LÚDICA, PARA EL ENCUENTRO NACIONAL DE LA RED IDEAL

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Todas las materias vistas en el transcurso de la carrera muestra algunas dificultades al momento de trabajar en equipo y comprensión de algunos temas, es por eso que a través de una lúdica se puede adquirir también conocimiento ya que a través del juego el aprendizaje es mayor, lo dice también el seminario de la universidad de Chile mencionando: “una actividad lúdica que realizan los seres humanos y que potencializan su desarrollo integral, favoreciendo los aspectos físicos, cognitivos, psico-emocionales y sociales” (ROCHA, 2006), es allí donde la participación la interacción entre un grupo se lleva a cabo para la reflexión y el aprendizaje sobre la lúdica “¿Quién piensa o Quien decide?

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo ser éticos, estratégicos, decididos pensando en el bienestar de todos y trabajar en equipo?

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 OBJETIVO GENERAL

Exponer la importancia del manejo del cliente interno y la integración dentro de la organización. La negociación que sostendrán los participantes estará definida entre la presión que genera la necesidad de cada departamento, donde se pondrá en juicio la ética profesional y muchas veces por traicionar se genera una mala decisión, llegando a un concepto errado de lo que significa obtener el beneficio o aporte a la empresa.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Identificar el comportamiento de las personas cuando vayan a tomar una decisión.*
- *Analizar el trabajo en equipo*
- *Analizar porque la persona dice tomar una decisión y al final toma otra.*
- *Justificar y retroalimentar el objetivo de la lúdica*

**OBJETIVO ESPECIFICO + OBJETIVO ESPECIFICO = OBJETIVO GENERAL
= RESULTADOS**

Se observan los resultados a través de una investigación y aplicación de forma didáctica, se desarrolla de acuerdo a la personalidad de la persona, el análisis, la ética frente al grupo y observando como se muestra en algunas empresas las ventajas que toman el uno del otro con respecto a la necesidad, nunca será la misma situación pero aplica sin duda la toma de decisiones, negociaciones y organización de la empresa al momento de enfrentarse a una problemática o dificultad. Teniendo que actuar más rápido.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

5. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 JUSTIFICACIÓN

Se tiene en cuenta que para realizar este trabajo, toda empresa en cada uno de sus departamentos debe realizar planes de acción y negociación para la mejora de un bien o un servicio logrando ser el mejor en el mercado; pero en muchas ocasiones la falta de capital impide que una empresa empiece a producir o en otro caso que después de algún tiempo transcurrido vean dificultades con la maquinaria, la gestión de organización y/o el personal. Al surgir estas necesidades deben tomar medidas para impedir que la compañía pueda decaer, es por eso que se debe buscar la mejor manera para negociar y conseguir dinero sin perjudicar a nadie, pero es allí cuando la ética profesional es fundamental, donde la persona debe actuar y aplicar integridad, responsabilidad, honestidad y buen comportamiento frente a su equipo de trabajo y al momento de tomar una decisión. Pero es allí cuando cada departamento demuestra la problemática y expone su estrategia catalogándola como la más importante y urgente para la compañía, siendo prioridad antes que las demás. Se observa que en el sector empresarial al momento de presentarse alguna dificultad en la empresa se procede a evaluar y dar un estado de importancia una mayor a la otra que puede depender de la pérdida total del producto y de esta manera resolverlo de inmediato. Se ha observado que los departamentos de la compañía actúan de forma independiente y no como equipo, generando conflictos y mal ambiente laboral, es por eso que se genera consciencia para que la persona aplique el trabajo en equipo y la ética profesional en una negociación o solución ante la necesidad.

5.2 DELIMITACIÓN

Se desarrolla la lúdica en varias ocasiones con pruebas piloto aplicada a estudiantes de primer hasta quinto semestre de Ingeniería Industrial de la Universidad ECCI, pues de esta manera se van observando diferentes puntos de vista y mejorando así la ejecución de la lúdica.

6. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 MARCO TEÓRICO

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


Esta lúdica toma una adaptación de acuerdo a una idea de cómo el ser humano puede traicionar y como los sentimientos juegan con la mente de la persona, es por eso que esta idea se toma a partir de la Fuente Cascón, Paco, (Ed.) La alternativa del juego (2). Barcelona, Seminario de Educación para la Paz (Asociación pro Derechos Humanos), 1988, juego 5.23. (variaciones de Frans Limpens) 8. Material de entrega 37 y de esta forma se inicia una nueva lúdica enfocada a la ética profesional todos frente a misma empresa.

La lúdica x y y que se desarrollará quiere mostrar varios factores importantes dentro de una empresa como son: el cliente interno, el trabajo en equipo, liderazgo, valores éticos profesionales. Donde cada participante lo demostrará con su comportamiento.

Las medidas basadas en los clientes son importantes, pero hay que convertirlas en medidas de lo que hay que hacer dentro de la empresa para cumplir con las expectativas de los clientes. Después de todo, la excelencia en el servicio al cliente se deriva de los procesos, decisiones y acciones que se producen en toda la organización. Los directivos necesitan concentrarse en estas operaciones internas claves que les permiten satisfacer las necesidades de los clientes. (Harvard Business Review. Ediciones Deusto s.a 1999).

Es importante concientizar y culturizar el cliente interno de una empresa, entendiéndose este como el talento humano el cual depende una empresa para poder crecer o mantenerse en el mercado, el cliente interno es la cara principal y debe ser la cara amable de una empresa ya que esto el cliente externo lo percibe al momento de recibir un producto o un servicio. Para que una empresa funcione de manera adecuada es importante la comunicación al cliente interno, el cliente interno lo conforma todas las áreas de la empresa o todos los departamentos de una empresa, es sumamente importante integrar a toda la empresa en pro del objetivo de ella. La comunicación parte desde las directivas hacia las personas que ejecutan las funciones para cumplir ese objetivo, esta comunicación deberá ser constante y de seguimiento para recolectar y llevar información que le pueda suministrar a los directivos para tomar acciones o medidas correctivas si algo está fallando dentro de la empresa. Es por eso que las empresas deben tener grupos de trabajo o equipos de trabajo en el cual cada uno debe tener un líder con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa. Cada líder de ese grupo se comunicara con el gerente de la empresa presentando un informe sobre su gestión y su progreso de su departamento. Un papel importante juega el gerente de una empresa ya que debe brindar las herramientas necesarias para que los líderes de los departamentos generen estrategias para el beneficio y un mayor rendimiento de la empresa, herramientas como: capacitaciones, tecnología, talento humano.

El éxito de un grupo de trabajo es el compromiso, la entrega, la dedicación, el trabajo honesto, la comunicación de cada uno de sus integrantes que lo componen. En muchas ocasiones se pueden presentar en los grupos de trabajo comportamientos que van en contra de la ética profesional, que van en contra de los valores humanos cuando se quiere conseguir un beneficio a modo personal.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

En la lúdica se presentaran todos estos componentes que han descrito, donde los participantes deberán manejar y generar estrategias para que una empresa funcione de la misma forma

6.2 MARCO CONCEPTUAL

Liderazgo: En una sociedad en la que sus miembros cada día son más cultos y preparados, también cambian las formas de liderar equipos. Por un lado hay una tendencia a los coliderazgos: dos o más personas asumen de manera simultánea o rotatoria la conducción del equipo. El coliderazgo de dos personas, cuando ambas tienen un buen rendimiento personal y saben delimitar sus papeles, presentan importantes ventajas:

- Evita el cansancio propio de asumirlo todo.
- Si una persona falta o cae enferma, la otra puede suplirla sin problemas.
- Pueden sumar sus sensibilidades para explorar las partes periféricas del equipo, y fortalecer el núcleo duro del equipo.

(Borrell, 2014)

Proceso: una serie de actividades, acciones o eventos organizados interrelacionados, orientadas a obtener un resultado específico y predeterminado, como consecuencia del valor agregado que aporta cada una de las fases que se llevan a cabo en las diferentes etapas por los responsables que desarrollan las funciones de acuerdo con su estructura orgánica. (Sanchez, 2008)

Cliente: sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra, mediando una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, entre otros)

(Definiciones ABC, 2007)

Cliente interno: El cliente interno es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que concibe como integrada por una red interna de proveedores y clientes.

Toda persona interviene en un proceso generador de resultados (productos o servicios), que son entregados a un cliente. Si éste se encuentra en la misma organización (cliente interno), utilizará los productos resultantes del proceso anterior como entrada (recursos) para su propio proceso. A su vez, éste último elaborará las salidas oportunas (productos) que serán utilizadas por otro cliente interno, o que llegarán hasta el mercado, dirigidas a clientes externos.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

(Talavera Pleguezuelos, 1999)

Capacitación: Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. (Frigo, 2011)

Talento humano: La administración del Talento Humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo. (vallejo, 2012)

Grupo de trabajo: Cada persona responde individualmente, sus miembros tienen formación similar y realizan el mismo tipo de trabajo, se estructura por niveles jerárquicos y normalmente el líder o la organización son los que dicen qué se debe hacer. El resto del grupo discute sobre esto, deciden cómo hacerlo. (Marti, 2007)


Valores éticos: Los valores éticos pueden ser muchos, muy variados y con diferentes percepciones, sin embargo, el ser humano cuenta con cuatro valores éticos fundamentales, que podría decirse, son el cimiento de la educación de las personas entre ellas mismas; estos valores son arraigados en la conciencia para luego actuar. (Admin, 2015)

6.3 MARCO HISTORICO

Movidos por el interés de la presente investigación se han consultado diferentes investigaciones relacionadas con el juego, los jóvenes y la universidad entre las que encontramos la Tesis de la profesora Lorena Antezana de la Universidad de Chile¹ titulada “El juego como estrategia pedagógica una situación de interacción educativa”. Allí se expresa que durante toda la vida reflejamos en el juego lo que captamos de la realidad. El juego es aquella actividad con la que aprendemos, disfrutamos, interactuamos, reiteramos realidades y elaboramos conflictos, nos ayuda a mostrarnos tal cual somos de una forma simbólica.

De otro lado, la Tesis de Maestría de la Universidad de la Salle: “El juego de roles como estrategia didáctica en la formación integral de los estudiantes de segundo semestre de UNITEC”, autores: Félix Germán Fajardo Prieto, Warlen Alveiro González Cardona y Eduardo Jaira Páez, de UNITEC: Programa de Electrónica y telecomunicaciones, dirigida por Pedro Nel Zapata, en la que se aportaron elementos para pensar la

¹http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2006/campos_m/html/index-frames.html

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

formación integral de los jóvenes además de crear una estrategia para disminuir la brecha entre teoría y práctica.

El interés del grupo por investigar el juego en la Universidad aumentó al conocer el grupo de Investigación GEIO de la Universidad Tecnológica de Pereira: “El Grupo en la Enseñanza de la Investigación de Operaciones (GEIO) nació a partir de la necesidad de implementar nuevas formas de enseñanza en el aula de clase, basándose en la metodología constructivista que le permita al estudiante vivir el conocimiento por medio de la simulación de ambientes reales logrando que este involucre capacidades como el raciocinio, la percepción, la emoción, la memoria, la imaginación y la voluntad construyendo así su propio conocimiento”².

7. DISEÑO METODOLÓGICO

Las etapas contempladas para el desarrollo de la lúdica se mencionan a continuación.

- Exposición del caso a resolver.
- División de equipos por área.
- Exposición por área de acuerdo a la necesidad.
- Consolidación mesas de negociación
- Explicación puntos y formatos
- Ejemplo primera ronda
- Ejecución de la lúdica.
- Concientización y conclusiones.
- Feedback.

7.1 Exposición del caso a resolver

Cuando el grupo se haya completado, se expondrá la siguiente situación.

PICADITOS S.A.S. es una empresa colombiana dedicada a la producción y comercialización de pasabocas, tiene diez años en el mercado, y de una manera sorprendente ha logrado posicionar a su producto “yuquitas” dentro de los mejores aperitivos en la ciudad de Barranquilla. El secreto de su éxito, nace en su enfoque a la innovación y el desarrollo, pues fue gracias a esto que lograron la colosal tarea de producir un pasabocas en forma del emblemático “sombbrero volteado”, a base de yuca

² Universidad Tecnológica de Pereira: <http://industrial.utp.edu.co/laboratorios/investigacion-operaciones/introduccion.html>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

y papa, son buenos resultados, que por consecuencia la dispersión de los departamentos estuvo presentando grandes pérdidas de casi cien millones de pesos anuales.

En el mes anterior, se aprobó una inversión de mil millones de pesos para un prometedor producto que se espera tenga acogida nacional y retorne el 60% de la inversión en tan solo cinco años. Este producto es un aperitivo hecho de plátano maduro con el rostro de los jugadores de la selección Colombiana de futbol profesional, porque fue este equipo, el campeón mundial de futbol en la anterior cita mundialista. El gerente de la compañía cita a una reunión a los departamentos y dice: es importante llevar a cabo este proyecto, el cual llevara a los héroes nacionales empaquetados a millones de consumidores, lo cual implica extender nuestro alcance más allá de barranquilla, y seremos potencia en el sector de snack's, pero más importante que eso, es resolver las discrepancias internas, y entender lo siguiente: somos una empresa arraigada. Dada esa pequeña premisa, ¿quiero saber qué áreas obtendrán la inversión?

A continuación se dividen las personas en cuatro departamentos: Producción, calidad, logística y ventas.

Posterior a la distribución se reunirá a cada departamento y se les expondrá sus necesidades inherentes.

Producción

- Es necesario mejorar la maquinaria.
- No se cuenta con el personal operativo.
- La infraestructura es insuficiente.

Calidad

- No se cuenta con el laboratorio.
- No se cuenta con los equipos de control.
- No se cuenta con la red de servicio al cliente a nivel nacional.

Logística

- El centro de distribución es insuficiente.
- Es la oportunidad de mejorar las operaciones adquiriendo montacargas y vehículos nuevos.
- Es más económico el flete de estados unidos a puerto que, de barranquilla a Bogotá.

Ventas

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

- Necesidad de Pautas televisivas y radiales.
- Contratación de personajes famosos.
- No se cuenta con vendedores tienda a tienda a nivel nacional.

Posterior a la contextualización se procede con la lúdica.

7.2 Ejecución de la lúdica

El objetivo del juego es obtener la mayor cantidad de puntos posibles, aquellos que lo logren recibirán la inversión. El juego consiste en que cada participante pertenece a una de las áreas mencionadas y cuentan con dos fichas didácticas con una decisión “X” y una decisión “Y”. Se formaran grupos de cuatro personas, compuestos por un representante de cada departamento con el fin de que cada participante elija una decisión posterior a la negociación en la mesa en la que se encuentren. Al final de cada sesión podrá tener las siguientes combinaciones, dependiendo la decisión que cada participante haya tomado:

	Decisión	X	Y
1	X X X X	+1	0
2	X X X Y	-3	+5
3	X X Y Y	-1	+3
4	X Y Y Y	-5	+3
5	Y Y Y Y	0	-5

Tabla 1: Distribución y puntuación X y Y

Al inicio de la lúdica se realizará una prueba con una mesa para que la metodología quede clara. Se procederá formalmente con las sesiones, y a medida que se avanza se cambiara aleatoriamente a los representantes, sin importar que en un grupo queden dos o tres del mismo equipo.

Luego de haber asignado nuevos grupos, se dará un lapso de cinco minutos en cada sesión para que cada grupo defina porque decisión se inclinara, es decir, cuando el líder de la lúdica diga “YA” cada persona sacara X o Y, con base a esa decisión resultado se cotejara con la tabla 1 y se enlistaran los puntos obtenidos en la siguiente tabla 2:

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Sesión	Puntaje
1	
2	
3	
4 (puntos*2)	
5	
6	
7(puntos*3)	
8	
9	
10(puntos *5)	

Tabla 2: Registro de puntos para los participantes

Al finalizar las diez sesiones, se contarán los puntos por departamento y se procederá a la siguiente etapa.

7.3 Concientización y conclusiones

El juego puede terminar de tres formas: obteniendo un departamento con mayor puntuación, todos empatados o todos perdiendo. Si se haya un equipo con mayor puntuación que los demás, quiere decir que este acudió en gran medida a elegir la letra Y, sé entenderá que ha deducido que sus necesidades priman sobre las necesidades de las demás áreas. Si todos pierden, se entenderá que su búsqueda de poder los ha llevado a traicionarse y se han Cegado con sus propias necesidades. Si todos empatan quiere decir que han entendido el mensaje del gerente y se han convertido en un cuerpo, han entendido a la perfección el mensaje de la lúdica, << se gana obteniendo la mayor cantidad de puntos posibles, aquellos que lo logren recibirán la inversión>>

El ideal de los proyectos dentro de la compañía es involucrar los esfuerzos y capacidades de todos los departamentos. El formar una integración solida va más allá de adquirir software o equipos de comunicación, las empresas son unidades productivas, un sistema imperfecto que ostenta necesidades en cada uno de sus componentes, los cuales deben ser priorizados para que en su solución contribuya a la planeación estratégica.

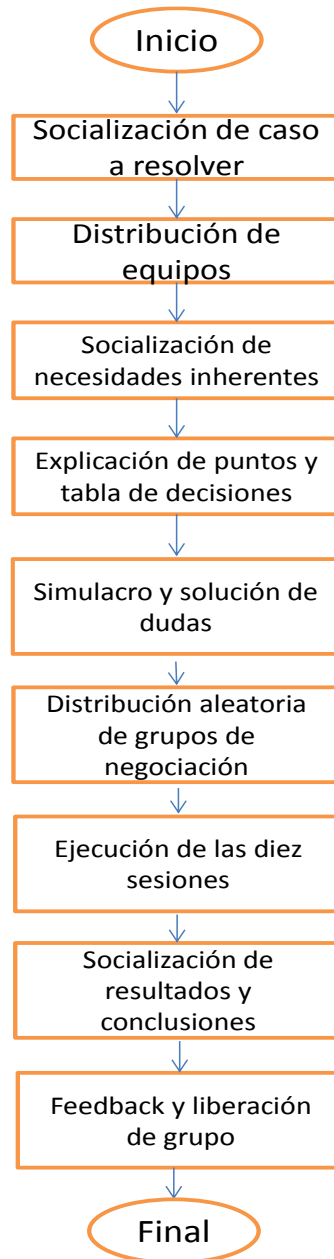
El tiempo estimado 90 minutos

7.4 Feedback

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Posterior a las conclusiones se realizará una retroalimentación con los participantes de la lúdica, escuchando sus opiniones y sugerencias, para después diligenciar una encuesta de satisfacción véase Anexo1.

Diagrama de flujo



	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8. FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

8.1 FUENTES PRIMARIAS

Estas fuentes son históricos y referencias del inicio de la lúdica y el patrón que se toma para partir de una idea y desarrollarla en un contexto diferente, tomados de tesis y trabajos de investigación.

8.2 FUENTES SECUNDARIAS

Se consultan definiciones y significado de términos de apoyo de acuerdo al tema relacionado utilizando buscadores tales como diccionarios o google.

9. Recursos

9.1 Recursos Materiales para el desarrollo de la lúdica

Descripción	Material	Q
Decisión "X"	Media ficha bibliográfica laminadas	45 Und
Decisión "Y"	Media ficha bibliográfica laminadas	45 Und
Tablas de puntuación	Media ficha bibliográfica	200 Und
Marcadores	Marcadores borrables	6 Und

Tabla 3: material de la lúdica para los participantes

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.2 Recursos materiales por los organizadores.

Descripción	Q
Tablero acrílico	1 Und
Sillas	40 Und
Mesas	10 Und
Video beam	1 Und
Borrador de tablero	1 Und

Tabla 4: Recursos para el desarrollo de la lúdica

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.3 Recursos humanos para la lúdica

Rol	Q
Coordinador de la lúdica	1
Orientadores de lúdica	2
Dpto. Producción	Mín:2 Máx: 10
Dpto. Calidad	Mín: 2 Máx: 10
Dpto. Logística	Min:2 Máx:10
Dpto. Ventas	Mín:2 Máx:10
**Total participantes	Mín: 8 Máx: 40
Total organizadores	3

Tabla 5: Cantidad de Participantes

** La cantidad de participantes debe ser múltiplo de cuatro, de lo contrario habría personas sin participar.

9.4 Recurso espacial

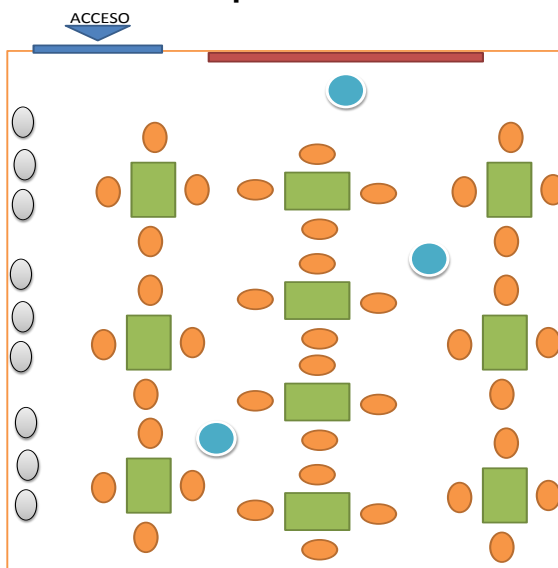



Figura 1. Distribución

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Esfera Plata: Observadores/Sillas
 Estera Naranja: Participantes/Sillas
 Cuadros Verdes: Mesas
 Esferas Azules: Coordinadores de lúdica
 Cuadro Rojo: Tablero

Espacio Requerido 38 Metros cuadrados

10. CRONOGRAMA

	Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	A cargo
1	información lúdica patrón									Tatiana Correal
2	Lluvia de ideas									Tatiana Correal
3	documentación lúdica									Tatiana Correal
4	Ejecución de la lúdica									Semillero
5	Corrección de lúdica									Tatiana Correal
6	Ejecución de la lúdica									Semillero
7	Corrección de lúdica									Tatiana Correal
8	Ejecución de la lúdica									Semillero
9	Edición documento al formato de la ECCI									Tatiana Correal, Luis Felipe Chaparro

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN (SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN)		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

11. REFERENCIAS (BIBLIOGRAFÍA)

- Admin. (25 de Junio de 2015). *Valores eticos*. Obtenido de <http://quesonlosvaloreseticos.com/>
- Borrell, F. (2014). En *Cómo trabajar en equipo y crear relaciones de calidad con jefes y compañeros* (pág. 66).
- *Definiciones ABC*. (2007). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/cliente.php>
- Frigo, E. (2011). *Foro de seguridad*. Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Marti, C. (8 de Febrero de 2007). *Slidshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/cmarti/caractersticas-clave-de-grupo-de-trabajo-y-equipo>
- ROCHA, M. C. (2006). *Repositorio. Universidad de Chile*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2006/campos_m/sources/campos_m.pdf
- S.A, E. D. (1999). *Harvard Business Review*.
- Sanchez, R. A. (2008). *Banco de medios, Manual de procesos y procedimientos*. Obtenido de [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/a6719%20-%20elaboraci%C3%B3n%20del%20manual%20de%20procesos%20y%20procedimientos%20para%20la%20gerencia%20financiera%20de%20la%20alcaldia%20municipal%20de%20cajic%C3%A1%20\(p%C3%A1g%20152%20-%206.355%20k](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/a6719%20-%20elaboraci%C3%B3n%20del%20manual%20de%20procesos%20y%20procedimientos%20para%20la%20gerencia%20financiera%20de%20la%20alcaldia%20municipal%20de%20cajic%C3%A1%20(p%C3%A1g%20152%20-%206.355%20k)
- Talavera Pleguezuelos, *Calidad Total en la Administración Pública*. (1999). *Aiteco*. Obtenido de <http://www.aiteco.com/el-cliente-interno/>
- vallejo, t. (16 de Agosto de 2012). *Blogspot*. Obtenido de <http://gtalentohumanohaydee.blogspot.com/2012/08/introduccion-gestion-de-talento-humano.html>