



EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II

Manual de asignatura



CUERPO COLEGIADO DE DIRECTORES Y PROFESORES

Abril 2016

Tabla de contenido

1. COMUNICACIÓN VERBAL	4
1.1 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN VERBAL.....	4
1.2 PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN	5
1.2.1 Informar (función representativa)	5
1.2.2 Entretener (función expresiva)	5
1.2.3 Persuadir (función apelativa).....	5
1.2.4 Actuar (función apelativa/directiva)	5
1.3 CUALIDADES DE LA VOZ	5
1.3.1 Tono:	5
1.3.2 Dicción.....	6
1.3.3 Ritmo	6
1.3.4 Expresividad	6
1.3.5 Uso de pausas.....	6
1.3.6 Entonación	6
1.3.7 Interpretación	6
1.3.8 Volumen	6
2. COMUNICACIÓN NO VERBAL	6
2.1 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN NO VERBAL	7
2.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL	7
2.2.1 Comunicación corporal (Kinésica)	7
2.2.2 Comunicación paralingüística.....	8
2.2.3 Comunicación no verbal espacial (Proxémica)	8
2.2.4 Postura y movimientos.....	8
2.2.5 Gestos y expresiones de la cara.....	9
1.2.6 Vestimenta y aspecto	9
2.1. COMUNICACIÓN FORMAL	10
2.1.1 PANEL	10
2.1.2 MESA REDONDA.....	11
2.1.2.1 Estructura	11
2.1.2.2 Elementos.....	12
2.1.3 DISCURSO	13
2.1.3.1 Tipos de discursos	13

2.1.3.2 Características	13
2.1.3.3 Estructura	13
2.1.3.4 Elementos.....	14
2.1.3.5 Discurso de motivación	14
2.1.3.6 Secuencia motivadora	14
2.1.3.7 Lenguaje motivacional.....	15
2.1.4 ASAMBLEA.....	16
2.1.4.1 Estructura	16
2.1.4.2 Elementos.....	16
2.1.5 CONFERENCIA.....	16
2.1.5.1 Estructura	16
2.1.5.2 Elementos.....	17
2.1.5.3 Tipos de conferencia	17
2.2 COMUNICACIÓN INFORMAL	18
2.2.1 CONVERSACIÓN.....	18
2.2.1.1 Estructura	18
2.2.1.2 Elementos.....	19
2.2.2 COLOQUIO.....	19
2.2.2.1 Elementos.....	20
2.2.2.2 Características	20
2.2.3 DIÁLOGO	20
2.2.3.1 Elementos.....	20
2.2.3.2 Características	20
2.2.4 CONFIDENCIA	20
2.2.4.1 Elementos.....	21
2.2.5 RUMOR O CHISME.....	21
2.2.5.1 Elementos.....	21
1: CUALIDADES DE LA REDACCIÓN DE DOCUMENTOS EJECUTIVOS Y TÉCNICOS	21
3.1 DOCUMENTOS EJECUTIVOS	22
3.1.1 CARTA.....	22
3.1.2 MEMORÁNDUM	25
3.1.3 OFICIO	26
3.1.4 CIRCULAR.....	28

3.2 DOCUMENTOS TÉCNICOS.....	30
3.2.1 PROYECTO	30
3.2.2 CURRÍCULUM	33
3.2.3 MANUAL.....	35
3.2.4 REPORTE.....	37
3.2.5 BITÁCORA.....	39
3.2.6 INFORME	40
3.2.7 MINUTA.....	47
3.3. PRESENTACIÓN DE UN TRABAJO	49
3.3.1 LA PROPUESTA INVESTIGATIVA.....	49
3.3.2 PARTES QUE INTEGRAN UN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	49
3.3.2.1 HOJA DE PRESENTACIÓN	50
3.3.2.2 ÍNDICE.....	51
3.3.2.3 RESUMEN O ABSTRACT	51
3.3.2.4 INTRODUCCIÓN	51
3.3.2.5 TEXTO O CUERPO DEL TRABAJO	53
3.3.2.6 CONCLUSIÓN	54
3.3.2.7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
3.3.2.8 ANEXOS	56
4. REFERENCIAS.....	57

EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II

I. UNIDAD I Comunicación verbal y no verbal

1. COMUNICACIÓN VERBAL

Con mucha frecuencia le atribuimos a la comunicación el éxito o el fracaso de nuestra actuación en los diferentes papeles que asumimos en la vida diaria. El trabajo, los negocios, la sociedad, la política, los amigos, la familia y el estudio son algunos de los aspectos que nos obligan a emitir mensajes orales y escritos. El lenguaje es el instrumento que nos permite comunicarnos con los demás al enviar y recibir mensajes. Podemos decir que existen dos tipos de comunicación: la verbal y la no verbal.

Dentro de la primera situamos a la **comunicación oral y a la escrita** y en la segunda, todo lo referente a la **comunicación no verbal**, es decir, el lenguaje corporal, gestual y también el de algunas manifestaciones del arte como la pintura, la escultura, la danza y la arquitectura.

1.1 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN VERBAL

La comunicación verbal también llamada comunicación oral, tiene la capacidad de utilizar la voz para expresar lo que se siente o piensa a través de las palabras; los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante forman parte de aquello que inconscientemente acompaña a nuestras palabras pero que son comunicación no verbal.

Hay comunicación oral donde quiera que se diga algo a través de la palabra hablada. La expresión oral consiste en el empleo de la palabra (hablada) y del pensamiento, en forma correcta elegante y clara.

Las principales características de la comunicación verbal son las siguientes:

- Es espontánea
- Se rectifica
- Utiliza modismos, dichos, etc.
- Hay acción corporal
- Se repiten palabras
- Es casi siempre informal
- Es dinámica
- Se amplía con explicaciones
- Rompe la sintaxis
- Utiliza nuevos significados

De acuerdo con la anterior definición, podemos hablar de 2 tipos de lenguaje: el LENGUAJE VERBAL y el LENGUAJE NO VERBAL.

-**LENGUAJE VERBAL:** corresponde al lenguaje construido por palabras. Los sonidos que emanan de nuestra boca, es decir, este tipo de lenguaje es un sinónimo de comunicación verbal.

- **LENGUAJE ESCRITO:** corresponde a la transcripción gráfica de los sonidos de las palabras, y podría considerarse como una manifestación del lenguaje verbal. Ya que es a partir de éste que aprendemos a dominar el lenguaje escrito, se trata de fijar nuestro pensamiento y palabras en papel.

Cuando hablamos de comunicación o lenguaje, estamos hablando de signos, porque es a través de éstos que se transmite y decodifica la información. Los signos están presentes tanto en la comunicación verbal como no verbal.

1.2 PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN

Los propósitos generales con que debe cumplir cualquier proceso comunicativo son los siguientes. En algunas ocasiones el acto de comunicación puede incluir más de un propósito:

1.2.1 Informar (función representativa)

Utiliza la función representativa del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento.

Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son: instrucciones, informes, demostraciones, explicaciones sobre fundamentos de máquinas, etc.

1.2.2 Entretener (función expresiva)

Usa la función expresiva del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano -origen de la comunicación-, que es precisamente acercarse a otros, compartir alguna idea, sólo para llegar a un entendimiento o identificación. Algunos ejemplos de comunicación oral con este propósito son: una charla de café, el humor característico de un comediante ante una audiencia, las confidencias de dos amigos, la narración de experiencias personales de un jefe a sus empleados durante una reunión, etc.

1.2.3 Persuadir (función apelativa)

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

1.2.4 Actuar (función apelativa/directiva)

Intenta dirigir o llevar al oyente a un grado de motivación que lo impulse a realizar alguna acción. Este propósito se considera también persuasivo, ya que procura influir en las creencias o actitudes de las personas, por medio de argumentos bien estructurados que atiendan las necesidades o expectativas del oyente; el comunicador tratará de “mover” el pensamiento de aquel para que decida actuar. Ejemplos: la cátedra de un maestro que motiva a sus alumnos para que estudien más sus materias; el entrenador que motiva a sus deportistas para que obtengan el triunfo; el jefe que promueve a sus empleados para que sean más productivos, etc.

1.3 CUALIDADES DE LA VOZ

1.3.1 Tono:

Corresponde a los diversos timbres graves como el bajo y agudos que la voz humana produce. Las vibraciones que la voz produce y que son originadas por las cuerdas vocales, deben emitir un tono adecuado al momento de la expresión oral. Escuchar a un orador con tono muy grave o agudo es desagradable al oído. Es conveniente moderar el tono hasta lograr el debido. Esto garantiza la aceptación y hasta el gusto del que escucha. Leer y hacerlo en voz alta afirma tanto a la voz ya su lector como al que escucha.

1.3.2 Dicción

Es pronunciar claramente. Las palabras deben entenderse sin ninguna duda. Cada fonema obliga a articular debidamente; de tal manera que los que escuchan no sean obligados a hacer inútiles esfuerzos para comprender. La falta de una buena dicción entorpecerá la captación de lo que se lea o se diga. La dicción hace clara y entendible la lectura y la expresión oral, permite que el mensaje llegue a los oídos receptivos.

1.3.3 Ritmo

Es la armonía y acentuación grata y cadenciosa del lenguaje que resulta de la combinación y sucesión de voces y cláusulas escogidas convenientemente, diferenciadas por pausas y cortes. Cuanto más cuidado se tenga en la organización de palabras y frases, más armoniosa será la expresión.

1.3.4 Expresividad

Hace referencia a la agitación pasajera que sufre una persona cuando se impresiona con algo, ya sea alegría, sorpresa, medio, etc.

1.3.5 Uso de pausas

Nos ayudan a agrupar las palabras habladas en bloques o unidades que tienen significado en conjunto. Son como los puntos en un escrito. Las pausas permiten respirar, dar variedad a la voz y cambiar el tono y ritmo. Si se hace buen uso de ellas, ayudan a mantener viva la atención de los receptores, propiciando breves cortes para reflexionar o pensar en el mensaje. Las pausas muy prolongadas son consideradas inapropiadas, como las “muletillas”, que son un sonido, una sílaba o una palabra que no tienen sentido en el mensaje pero que se repiten con frecuencia sólo para llenar un espacio entre las ideas que generamos, y tienen que ser expresadas una a una.

1.3.6 Entonación

Corresponde a poner énfasis o dar más fuerza a aquellas palabras o sílabas con las que queremos llamar la atención de los que escuchan. Es aplicar vitalidad a la voz para destacar aquellas frases que llevan lo esencial del mensaje, las ideas principales que deseamos que los escuchas recuerden.

1.3.7 Interpretación

Se refiere al grado en que nos involucramos con la información que estamos expresando que sólo con la voz podemos expresar un sentimiento o sentir de algún personaje, incluso darle vida a un tema. Una buena interpretación se logra teniendo pleno conocimiento del tema que estamos interpretando o haber interiorizado las características y sentir de un personaje en particular.

1.3.8 Volumen

Es la intensidad de la voz al escucharse. Un bajo volumen no permite percibir la voz. Un volumen demasiado fuerte molesta cuando distorsiona las palabras. El volumen adecuado se siente, ya sea al leer en voz alta o al expresarse oralmente, se comprueba por medio de los oídos, los rostros y las actitudes de los que nos escuchan. El volumen debe controlarse aumentarse o disminuirse de acuerdo a la intención que se quiera dar y a la manera como se espera sea recibido.

2. COMUNICACIÓN NO VERBAL

Reconocemos que algunas personas poseen ciertas cualidades naturales sobresalientes que influyen para tener éxito en su comunicación: una constitución física armoniosa, simpatía, una voz sonora, un carácter

firme y honesto, etc. Existen también aptitudes como la entonación de la voz, la fluidez al hablar, la gracia de movimientos corporales, la expresión de los gestos, la dirección de las miradas, etc.; todas estas habilidades pueden ser aprendidas y desarrolladas hasta llegar a convertirse en verdaderos talentos.

2.1 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

La comunicación no verbal se refiere a todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales”.

Estas señas o señales son gestos, movimientos de la cabeza o corporales, postura, expresión facial, la mirada, proximidad o cercanía, tacto o contacto corporal, orientación, tonalidad de voz y otros aspectos vocales, el vestuario y el arreglo personal.

La comunicación no verbal complementa la comunicación verbal para reforzarla, contradecirla, sustituirla, acentuarla y regularla o controlarla.

LENGUAJE NO VERBAL: está compuesto por todos aquellos elementos que acompañan al lenguaje verbal y es una convención social más o menos uniforme y estable. La principal característica de este lenguaje es que los signos que lo conforman corresponden recíprocamente al número de significados, es decir, el número de signos es igual al número de cosas que requieren designarse. No se permite alguna otra interpretación y este lenguaje necesita ser visualizado y únicamente está compuesto por significantes.

2.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Reconocemos que algunas personas poseen ciertas cualidades naturales sobresalientes que influyen para tener éxito en su comunicación: una constitución física armoniosa, simpatía, una voz sonora, un carácter firme y honesto, etc. Existen también aptitudes, como la entonación de la voz, la fluidez al hablar, la gracia de movimientos corporales, la expresión de gestos, la dirección de las miradas, etc.; todas estas habilidades pueden ser aprendidas y desarrolladas hasta llegar a convertirse en verdaderos talentos.

A continuación se enlistan los elementos de la comunicación no verbal que utilizamos como complementos de la comunicación oral al emitir cualquier mensaje:

2.2.1 Comunicación corporal (Kinésica)

La palabra kinésica se deriva del griego kinen que significa “**mover**”. Uno de los objetos de estudio de la kinésica han sido los movimientos y los gestos corporales.

Ciertos gestos, llamados **emblemas**, son sustitutos no verbales para la palabra o las frases específicas, como afirmar o negar algo con el movimiento de la cabeza.

EJEMPLOS DE EMBLEMAS (REALIZA LOS SIGUIENTES MOVIMIENTOS):

PEDIR LA CUENTA
PEDIR RAID
PEDIR SILENCIO

PARAR EL TRÁFICO (UN OFICIAL DE TRÁNSITO)
PEDIR QUE SE DÉ PRISA

2.2.2 Comunicación paralingüística

La **paralingüística** es el “estudio de la expresión de los mensajes no verbales producidos por la voz”.

Todos tendemos a interpretar y hacer juicios con base en las **señales vocales**. Las cuales corresponden a fenómenos acústicos específicos muy variados consistentes en elementos de calidad de voz, vocalizaciones y pausas. Los componentes del paralenguaje son los siguientes:

- ✓ **Cualidades de la voz:** involucran la amplitud y el control del tono, ritmo y articulación, así como la resonancia del labio vocal.

- ✓ **Vocalizaciones:** reír, llorar, gemir, bostezar, eructar, tragar, inhalar o exhalar profundamente, toser, hipar, quejarse, gritar, silbar, atarear, suspirar, carcajearse, sollozar, murmurar, chiflar, carraspear, jadear, susurrar, estornudar, etc. (caracterizaciones vocales).

2.2.3 Comunicación no verbal espacial (Proxémica)

Proxémica. Con esta área de conocimiento se investiga sobre cómo las personas utilizan el espacio para comunicar mensajes. Se refiere al estudio de la manera en que el hombre percibe, estructura, utiliza sus espacios personales y sociales.

Espacio interpersonal. Es la rama de la proxémica que estudia las distancias o espacios entre las personas y cómo éstos definen su relación interpersonal. Es como una burbuja que protege al individuo y que se expande o contrae dependiendo de varios factores, entre ellos, el de la relación que se permite entre la persona y los demás.

El antropólogo Edward T. Hall ha identificado cuatro distancias interpersonales que definen las relaciones entre las personas:

- ✓ **Distancia íntima:** de 0 a 0.5 mts. Permite que las personas se acerquen de manera que llegan a compartir el calor y el olor de los cuerpos; también permite tocarse con las manos o piernas.

- ✓ **Distancia personal:** de 0.5 mts a 1.5 mts. Permite tocar a los demás si extendemos nuestros brazos, se perciben los perfumes, los olores fuertes y los colores. En la fase lejana, una persona todavía puede tocar si las dos extienden sus brazos.

- ✓ **Distancia social:** de 1.5 mts a 3.5 mts. Se usa cuando interactuamos de manera informal con compañeros de clase y amigos en una reunión social. Transacciones de negocios y conversaciones formales entran en esta fase. La mirada mutua es importante y necesaria. Las mesas en un restaurante y en la oficina se mantienen a esta distancia.

- ✓ **Distancia pública:** de 3.5 mts en adelante. No es posible captar los detalles de las caras y los ojos de los demás, pero se puede ver y oír sin esfuerzo. En su etapa lejana hay que hablar más fuerte, hacer gestos más amplios, etc. Esta distancia es necesaria para acomodar a las grandes audiencias que desean escuchar y ver presentaciones teatrales.

2.2.4 Postura y movimientos

Postura: posición física del cuerpo.

La postura siempre influye en la percepción que los otros tengan de nosotros, pues ésta se relaciona con la condición mental o el estado de ánimo y es un reflejo de ellos.

Por ello debemos aprender a pararnos erguidos y movernos con naturalidad. La mala postura y los movimientos inadecuados se consideran malos hábitos que hemos ido adquiriendo en nuestra vida.

Algunas recomendaciones para manejar efectivamente la postura y los movimientos al hablar son:

- **Mantenerse erguido con naturalidad.** Esto refleja seguridad, encorvarse o relajarse demasiado hacen pensar en individuos tímidos o de poca autoestima.
- **No descuidar la parte inferior del cuerpo.** Pararse con las piernas abiertas, muy juntas o entrelazadas no es recomendable. Es mejor mantenerse en una posición ligeramente abierta, con un pie más adelante que el otro, evitando hacer movimientos o balancearse en forma continua.
- **Moverse sin exageración.** Ello imprime dinamismo y vitalidad. Hay que moverse moderadamente, acercarse o alejarse de quienes escuchan. Gesticular sin exageración, pero apoyando con expresividad facial las ideas. Usar movimientos moderados con las manos que refuercen el contenido del mensaje.
- **Usar un estilo propio.** Los movimientos naturales que denoten entusiasmo o espontaneidad pueden ser efectivos para proyectar más de nosotros.
- **Dar significado y congruencia a los movimientos.** Cada movimiento, gesto o desplazamiento debe apoyar el significado específico de cada idea comunicada. El comunicador debe guardar concordancia entre lo que expresa y lo que hace.
- **Observarse.** Vernos en un espejo o grabarnos en video mientras hablamos, puede servirnos para conocer qué comunicamos con el cuerpo.

2.2.5 Gestos y expresiones de la cara

Los movimientos de la cara o gestos son los elementos visuales de mayor impacto, y es en ellos donde el comunicador debe desarrollar más habilidad para apoyar su mensaje efectivamente.

A continuación se describen algunas recomendaciones al respecto:

- **Tener vitalidad, reflejar energía.** Hay que controlar los sentimientos negativos que llevan a gestos desagradables y tratar siempre de mostrar una expresión cordial y alejar los pensamientos que se reflejen en gestos de nerviosismo o intranquilidad.
- **Conocer los gestos nerviosos.** Observar qué gestos acostumbramos hacer cuando nos sentimos intranquilos o nerviosos y tratar de controlarlos.
- **No exagerar.** La exageración de gestos tiene más influencia negativa que positiva, así que seamos moderados cuando queramos ser muy expresivos.
- **Mantener una expresión cordial y sonreír.** Con la seriedad el público puede percibir hostilidad o distanciamiento. En cambio, quienes sonríen y expresan cordialidad tienen ventaja clara en comparación con otros, pues son percibidos como abiertos o amigables y sus ideas son aceptadas con mayor facilidad.
- **No sonreír falsamente.** Debemos evitar actuar falsamente ni demostrar sentimientos que no experimentamos, porque tarde o temprano lo falso se notará y hará disminuir nuestra credibilidad. Una expresión sencilla pero honesta nos ayudará a lograr una identificación; una sonrisa verdadera puede ayudarnos a ganar amigos.

1.2.6 Vestimenta y aspecto

REGLAS PARA EL USO DE ROPA Y ACCESORIOS EN UNA ENTREVISTA DE EMPLEO

Para hombres y mujeres

Para el hombre

Para la mujer

El cabello debe estar limpio y bien arreglado.

Los zapatos tienen que lucir limpios y en buen estado.

No usar joyería de manera llamativa

Algunas personas sufren reacciones alérgicas a los perfumes y polvos aromáticos; hay que evitar su uso excesivo,

Debe evitarse el uso de saco ajustado.

Extender la corbata justo arriba del cinturón.

Los colores más aceptables para un traje de negocios son gris y azul.

Una camisa blanca es preferible,

El cuello de la camisa debe ser amplio como para abrocharse cómodamente y usarse con corbata.

Los colores aceptables son blanco o pasteles.

Evitar el uso de vestidos o trajes inapropiados para el ambiente de trabajo: faldas ajustadas, escotes bajos, blusas transparentes, etc.

Usar maquillaje discreto, evitar los colores vibrantes o fuertes.

Recogerse el cabello o si lo lleva suelto que luzca peinado.

UNIDAD TEMÁTICA II: Tipos de Comunicación

2.1. COMUNICACIÓN FORMAL

La comunicación formal, incluye toda situación comunicativa que se lleve a cabo ante un público, es decir, la comunicación en público.

Este tipo de comunicación es indispensable para el desarrollo de los sistemas, las instituciones y los países democráticos, ya que proporciona el ambiente adecuado para que la gente se exprese con libertad, hable de sus ideas y sus problemas y, en consecuencia, exista pluralidad de opiniones y se formen grupos que actúen para el logro de sus metas o ideales.

El discurso público tradicional ha evolucionado, ha adquirido un estilo de “conversación”, aunque sigue impactando a diferentes tipos de auditorios, manifestándose en grandes salones de conferencias, influyendo en las mentalidades y motivando con elocuencia, por lo cual, nunca dejará de ser vital en las culturas y sociedades. A continuación se desarrolla cada uno de los ejercicios de comunicación formal que existen en la actualidad.

2.1.1 PANEL

PANEL: diálogo deberá ser dirigido por un coordinador, llamado también moderador. Es una forma de discusión en grupo ante un público, empujada frecuentemente en congresos, convenciones o eventos a los que han sido invitados expertos en determinados temas o ramas del saber para hablar de un problema específico.

Es aquel en el que un grupo de discusión conversa sobre un tópico. Se sigue una agenda de temas o preguntas para organizar la discusión. Se asigna un moderador que fomente la participación de todos.

Se utiliza para conducir una discusión de temas más menos estructurada para satisfacer el interés de una audiencia, o aportar puntos de vista y posibles soluciones. Los miembros son responsables de desarrollar sus puntos de vista y de tener parcialmente el control del desarrollo del panel, lo mismo que su secuencia.

2.1.1.1 Estructura

Para hacer más útil el ejercicio, el panel se organiza de la siguiente manera:

1. Se seleccionan de 4 a 5 personas con pleno conocimiento del tema para que lo discutan en beneficio del público.
2. La selección se hace en función de la capacidad de cada uno de los miembros del panel para exponer los hechos en una discusión inteligente, de modo que entre todos representen los puntos de vista actuando como portavoces.
3. Los seleccionados se colocan en un estrado o escenario para que puedan verse y los oigan sin dificultad.
4. Se desarrolla un intercambio recíproco de ideas y puntos de vista, formulándose preguntas como si se tratara de una reunión formativa o de toma de decisiones.
5. No deben limitarse a hablar sus ideas ante el público, sino hacerlo para el público.

En la presentación, el moderador deberá realizar lo siguiente:

Responsabilidades del moderador

- Presentar al panel y el problema de forma concreta.
- Mantener activa la discusión de los panelistas permaneciendo neutral a la información o ideas de los expertos.
- Asignar igual tiempo a todos.
- Controlar el tiempo de discusión.
- Tratar de mantener el equilibrio en las diferentes participaciones.

2.1.1.2 Elementos

- Panelistas (expertos en el tema).
- Moderador (quien regula o controla la participación de los panelistas y las preguntas y/u opiniones del público).
- Público (personas que observan el ejercicio).

2.1.2 MESA REDONDA

MESA REDONDA: Es una discusión pública acerca de un tema determinado, frente a un auditorio; un grupo de personas discute bajo la dirección de un moderador.

Este ejercicio también puede ser usado en la comunicación interna de un grupo, para obtener información con miras a tomar decisiones. En este caso el formato no es abierto a un público.

2.1.2.1 Estructura

Se elige un tema que sea del conocimiento de los participantes. Inicialmente cada uno de ellos tiene la oportunidad de exponer su propio punto de vista sobre el tema en común, después se origina la discusión en la que puede o no participar el público y en algunos casos se llega a un acuerdo general.

El público oye los puntos de vista, la discusión y puede participar; es en sí, el material que se aprovecha en la mesa redonda. A partir de un planteamiento previo, la diversidad de opiniones enriquece la discusión.

La mesa redonda es útil para cumplir diferentes objetivos:

- a) Identificar un problema, explorarlo y comprenderlo.
- b) Poner diferentes hechos y puntos de vista.
- c) Evaluar ventajas y desventajas de un curso de acción.
- d) Motivar a un grupo hacia la acción constructiva.
- e) Llegar a consensos o acuerdos finales.
- f) Obligar a un grupo a enfrentar un tema polémico y estimular a los miembros a resolver ese problema.
- g) Enfrentar un tema muy controvertido que nadie quiere abordar o defender.

El participante o miembro de una mesa redonda deberá cumplir con varias responsabilidades, entre ellas se encuentran las siguientes:

- Responsabilidades del participante
- Preparar material y organizar consideraciones sobre el tema.
- Dar ejemplo de pensamiento claro, prudente, reflexivo, racional.
- Escuchar con atención a los otros y esforzarse por comprender sus puntos de vista.
- Esperar el momento para expresar su punto de vista y hacerlo con energía, claridad y concisión.
- Cambiar sus puntos de vista si la lógica demuestra que está equivocado.
- Hablar sólo del tema que se está tratando.
- Mantener en un tono informal la atmósfera de la discusión y procurar conservarla.

En la presentación, el moderador deberá:

- Reunirse con los integrantes y coordinar el programa.
- Cerciorarse de que la disposición de los participantes sea la mejor.
- Presentar a los integrantes de la mesa redonda al público.
- Presentar el tema al grupo general, asegurarse que despierte interés y preparar el rumbo de la discusión. Explicar el procedimiento que se seguirá.
- Abrir la discusión con una pregunta o manifestación que llame la atención.
- Llevar a los integrantes hacia una discusión informal, a una conversación.
- Intervenir en la discusión para: hacer preguntas aclaratorias, interpretar significados inciertos, llevar la discusión nuevamente al tema central, resumir, dar por finalizado algún punto, hacer preguntas que inicien una nueva etapa e interrumpir a quienes sobrepasen su tiempo.
- Permitir que la participación sea libre y espontánea. Dirigirá las preguntas a toda la mesa, no a un participante específico.
- Presentar una conclusión o resumen que cierre el tema.

La mesa redonda se diferencia del panel en que en éste, las reuniones se desarrollan y cierran en una sola sesión; mientras que en la mesa redonda el proceso comunicativo puede durar varios días. Además, una mesa redonda se realiza con personas que tienen cierto conocimiento sobre el tema o que representan historias de vida relacionadas con el tema, mientras que en el panel sólo pueden participar expertos en el tema.

2.1.2.2 Elementos

- a) Participantes de la mesa redonda.
- b) Moderador (quien regula o controla la participación de los panelistas y las preguntas y/u opiniones del público).
- c) Público (personas que observan el ejercicio).

2.1.3 DISCURSO

DISCURSO: es la facultad intelectual que nos permite dirigirnos a los demás para comunicarles algo de primerísima importancia. La materia noble del discurso es la emoción.

2.1.3.1 Tipos de discursos

1) Discurso de motivación

Es adecuado para un público con actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o hacia el orador, por lo cual se supone que hará la acción que se recomienda. El comunicador formula su propósito de persuadir para motivar la acción. Esta acción puede estar dirigida al interior del individuo, hacia su sentimiento, o hacia sus actos.

2) Discurso de convicción

Es adecuado para el público que tiene actitudes negativas, muy poco favorables hacia el tema o el comunicador, o bien, desconoce el tema. El propósito del orador será persuadir para convencer, para formar, cambiar o reforzar las actitudes del público. Si las actitudes son muy negativas u hostiles, puede suceder que el público rechace el tema o al comunicador; así la persuasión se usará para cambiar dichas actitudes en un contexto de controversia o discusión.

3) Discurso de refutación

Se presenta cuando un comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio, porque este cambio no presenta suficientes ventajas o beneficios como para dejar lo que ya se tiene.

2.1.3.2 Características

- Es la forma de habla masiva más directa.
- Se debe emplear la palabra con verdad y ponerla al servicio del que habla.
- Hay que conocer el auditorio, es decir, el público que recibirá el mensaje.
- Hay que saber con precisión lo que se va a decir, cómo se va a decir, por qué se va a decir y qué acción deberá resultar.
- Tiene tres partes: **introducción, desarrollo y conclusión.**
- El desarrollo o cuerpo se divide en **desarrollo, arenga y clímax.**

2.1.3.3 Estructura

a) Introducción: se inicia con un saludo. En él se identificarán el orador y su público. El orador deberá entrar en terreno despacio, pero con seguridad para captar el interés y la atención del público. Sus palabras deben ir orientadas a ganar la aceptación del auditorio, su confianza, credulidad, certeza. Debe ser breve y con autodominio, firmeza, seguridad, dicción y cuidar ademanes y expresión del rostro.

b) Desarrollo: es abordar el tema o la tesis de manera creciente y con inteligencia. Hay que cuidar, guiar y fortalecer la emoción, ya que esto es básico para el desarrollo del discurso.

c) Arenga: es llevar la emoción al máximo. Aquí hay que decir las palabras clave que en unas cuantas líneas resuman toda la intención del discurso. Es el sacudimiento emocional, es el eje que producirá los efectos previstos.

d) Clímax: en ese momento se ha producido ya la unificación entre el orador y las masas. Aquí deberán seleccionarse las palabras exactas cuyo peso significará movilización, acción y consecuencias. El orador en tono razonado y en calma, deberá precisar lo que aportaron todas sus palabras. Lanzará las consignas necesarias, esto es, aclarará lo que cada uno debe hacer.

e) Acción a seguir: las palabras son hechos. Todo discurso debe producir una acción. Todos sabrán lo que deben hacer. El discurso cumple con esta forma su verdadera función.

El objetivo de un discurso persuasivo es guiar al público a que acepte una recomendación o a que emprenda una acción. Para que se motive a responder de la forma que recomienda el orador, a éste le es indispensable saber cómo piensa su público, cuáles son sus necesidades y deseos, sus creencias, actitudes y valores. De esta manera, podrá tenerlos en cuenta al elaborar su mensaje persuasivo y con ello, aumentará su probabilidad de que el mensaje sea aceptado.

2.1.3.4 Elementos

- Orador (persona que pronuncia el discurso).
- Público observador (individuos que presencian el discurso).
- Discurso (texto que el orador expresa con el objetivo de persuadir al público).

2.1.3.5 Discurso de motivación

Se usa cuando el comunicador quiere que su público actúe en forma determinada, sabiendo previamente que éste se encuentra con una actitud favorable hacia la acción que recomienda, porque sabe que se refiere a la necesidad imperante.

El discurso de motivación puede tener **dos enfoques** de acuerdo con la acción que se recomienda:

1) Hacia una acción interna: mover el espíritu del individuo hacia un sentimiento.

POR EJEMPLO: SER BONDADOSOS, TENER FE EN NOSOTROS MISMOS, DAR AMOR A LOS DEMÁS, SABER PERDONAR, SER PRUDENTE, SER UN BUEN HIJO, NO TENER PREJUICIOS...

2) Hacia una acción externa: mover el comportamiento del individuo hacia conductas favorables o deseables para la sociedad.

POR EJEMPLO: BARRER LAS CALLES, REGISTRARSE EN EL PADRÓN ELECTORAL E IR A VOTAR, ESTUDIAR Y CAPACITARSE, HACER INVESTIGACIONES, MANEJAR CON PRECAUCIÓN...

2.1.3.6 Secuencia motivadora

Cuando el comunicador tiene ya bien determinados los tres pasos fundamentales para la elaboración del discurso de motivación, que son: **1) el propósito de motivar; 2) el motivo para hacerlo; y 3) la forma de satisfacer la necesidad mediante una acción**, entonces ya puede empezar a elaborar el discurso en una secuencia que motivará al público a realizar la acción propuesta por el comunicador, es decir, la **secuencia motivadora**.

Etapas de la secuencia motivadora

1) Atención: El comunicador dice o hace algo que atraiga la atención del público.

2) Necesidad: El comunicador describe una necesidad o un problema existente en su sociedad.

3) Satisfacción: El comunicador propone una forma de satisfacer la necesidad planteada o una solución al problema existente.

4) Visualización: El comunicador hace referencia a los resultados o efectos para el público si éste realizara la acción que se recomienda.

5) Acción: El comunicador pide una acción específica y la aprobación del público.

2.1.3.7 Lenguaje motivacional

Cuando se trata de un discurso persuasivo, se tiene que utilizar el lenguaje motivacional, que se caracteriza por el empleo de imágenes verbales y otras formas lingüísticas que expresan los sentimientos del orador, como son el uso de los modos imperativos, exclamativos e interrogativos. También se logra con imágenes visuales.

EJEMPLO:

PROPÓSITO GENERAL: MOTIVAR A LA ACCIÓN.

LO QUE QUIERO LOGRAR DEL PÚBLICO: QUE EL PÚBLICO UTILICE EFICIENTEMENTE SU TIEMPO.

PROPÓSITO ESPECÍFICO (CÓMO PIENSO LOGRARLO): MOTIVANDO A QUE SONRÍA.

En la presentación del discurso de motivación se deben considerar criterios que puedan ayudar al comunicador a lograr mayor efectividad:
 1) La selección del tema. ¿El tema refleja la necesidad existente? ¿Es adecuado para las actitudes?
 2) La preparación del mensaje y el conocimiento del comunicador. ¿El orador conoce el tema? ¿Sabe de la necesidad existente? ¿Se preparó para explicarla en forma adecuada?

Modelo de estructura de ideas principales del discurso de motivación

Tema: Valora tu vida
Propósito general: Persuadir (motivar a la acción)
Declaración del propósito específico y la idea central del tema:
 Motivar a las personas a que valoren su vida para que la vivan con entusiasmo y con una visión positiva

Introducción:

1. Atención
Llamada de atención: Preguntas retóricas
 I. ¿Alguna vez te has preguntado cómo ves tu vida? ¿La ves con un punto de vista positivo o negativo? ¿Sientes que realmente la disfrutas? ¿La aceptas o estás inconforme con ella? ¿Realmente te sientes satisfecho y agradecido por tenerla? ¿No has aprendido a valorarla?

Justificación del tema:
 A. Creo que muchos de nosotros nos sentimos inconformes con nosotros mismos e insatisfechos por lo que tenemos; no hemos reflexionado en lo valiosa que puede ser nuestra vida.

Enlace con el cuerpo del discurso:
 B. Es por eso que hoy quiero invitarlos a que juntos reflexionemos sobre el valor de nuestra vida.

Cuerpo del discurso:

2. Necesidad o problema
 I. Vemos la vida con amargura y algunas veces nosotros mismos nos amargamos la existencia.
 A. Por criterios equivocados (**apoyos verbales de explicación**).
 B. Por preocupaciones (**apoyos verbales de caso específico y explicación**).
 II. Vemos la vida llena de problemas y nos dejamos atormentar por ellos.
 A. No aceptamos nuestra realidad (**apoyos verbales de explicación**).
 B. Nos volvemos presas, de la codicia (**apoyos verbales de explicación y caso específico**).

3. Satisfacción o solución
 I. Veamos la vida con amor y estemos seguros de que vale la pena vivirla.
 A. Vivimos sólo una vez (**apoyos verbales de explicación y caso específico**).
 B. Pensemos que es un don valioso (**apoyos verbales de explicación y ejemplo**).

4. Visualización
 I. Transformemos con entusiasmo todos los problemas y preocupaciones que nos hacen ver la vida negativa.
 A. Hagamos las cosas con entusiasmo (**apoyos verbales de definición y cita**).
 B. Tengamos una visión optimista (**apoyos de caso específico y explicación**).

Conclusión:

5. Acción: Exhortación a la acción y la cita
 Por eso los invito a sonreír a la vida, pues la vida se hace a base de pequeños triunfos, de cumplir pequeñas metas, de sentirse bien consigo mismo, de aprender a reconocer lo realmente valioso del ser humano. No hay nada más valioso que sentir el fluir de la vida. Tu vida está en tus manos, concédele su importancia, vivea, dale un valor máximo para que al final de tus días puedas decir: "Vida, nada me debes; vida, estamos en paz".

Estructura de un discurso motivador.

3) *La voz y el estilo del comunicador.* ¿Reflejan entusiasmo, espontaneidad y convicción? ¿Se muestra seguro al expresarse? ¿Inspira confianza y credibilidad?

4) *La comunicación no verbal.* ¿Cómo son la imagen física del comunicador, su arreglo personal, su acción corporal, su postura, sus gestos, su contacto visual? ¿Tiene presencia?

5) *La creatividad y originalidad en la presentación del tema.* ¿Cómo lo dice? ¿Qué apoyos verbales utiliza? ¿Qué palabras usa, qué ejemplos, qué citas?

2.1.4 ASAMBLEA

ASAMBLEA es la reunión de individuos que pertenecen a una misma organización que se reúne con la finalidad de tomar alguna decisión de forma conjunta.

2.1.4.1 Estructura

1. Se da la bienvenida a todos los asistentes.
2. Se realiza el pase de lista correspondiente para determinar si existe quórum (la presencia del 50% más 1 de los integrantes del grupo, asociación o gremio que corresponde).
3. Se presentan los temas que serán abordados durante la asamblea.
4. Se inician y desarrollan los temas secuencialmente.
5. Para cada tema se realiza una votación con el objetivo de aprobar o descartar la propuesta de solución a las problemáticas planteadas.
6. Una vez que se tratan todos los temas agendados, se pasa a los asuntos generales (aquellos temas que surjan en el momento y que cualquier participante quiera tratar).
7. Se leen los acuerdos a los que se llegó.
8. Se concluye la reunión y se da gracias a los asistentes por su participación.
9. Si la minuta de reunión se encuentra terminada e impresa al terminar la reunión, los participantes la firman para indicar que se encuentran de acuerdo con lo acordado.

2.1.4.2 Elementos

- Presidente de la asamblea.
- Escrutadores (personas que cuentan los votos).
- Participantes o asambleístas.

2.1.5 CONFERENCIA

La **conferencia** es la comunicación que establece un solo emisor en un tono relativamente formal y de manera continua para exponer un tema ante un considerable número de personas.

2.1.5.1 Estructura

Su estructura básica es: **introducción, cuerpo del discurso y conclusión**. Sin embargo, el cuerpo de la conferencia se divide en dos partes para cumplir mejor su objetivo informativo, quedando estructurada en la siguiente forma:

a) Introducción

El comunicador se presenta. Si no es conocido, debe hacer una breve referencia a su persona, puesto, área de trabajo o investigación. También sirve para elaborar una llamada de atención que despierte el interés del

público hacia el tema o asunto que se va a tratar. Al final de la introducción se dará una breve entrada al tema, o bien, al comenzar la idea principal.

b) Proposición

Se hace una exposición más amplia del asunto o tema, lo precisa el conferencista con más detalle e informa de sus partes y puntos más importantes.

c) Confirmación

El conferencista aquí debe: analizar el tema o asunto; apoyar sus ideas; señalar las opiniones encontradas como adversas o equivocadas; dejar clara su forma de pensar y sus conclusiones y promover la inquietud intelectual y emocional del público.

d) Conclusión

Es la parte final, por lo que se debe hacer una síntesis del conocimiento expuesto y ofrecer un final lógico, como consecuencia del propio mensaje, no un parche o añadido. El resumen de contenido es el tipo de conclusión más utilizado. , también se puede recapitular sobre todo lo expuesto y así prepararse para formular preguntas.

2.1.5.2 Elementos

- Conferencista (persona que prepara y realiza la conferencia).
- Público (individuos que escuchan la conferencia y realizan preguntas al conferencista).

2.1.5.3 Tipos de conferencia

Por otro lado, la conferencia puede ser de varios tipos de acuerdo a la manera en que se prepara y presenta:

a) Conferencia improvisada

Se presenta sin tener un plan previamente estructurado. Si se te presenta esta situación, trata de hablar sobre algo que conozcas. Si el tema es general, selecciona uno de sus aspectos, el que más te interese y conozcas. Se breve y conciso.

b) Conferencia memorizada

Es un arma de doble filo. Previamente planeada y estructurada, aun las palabras y la construcción de las oraciones se memorizan. Su mayor peligro es que tal vez olvides u omitas alguna frase, con lo cual la conferencia perderá su secuencia lógica.

c) Conferencia leída

Se estructura previamente pero el conferenciante la expone recurriendo a la lectura del texto. Hay que repasar previamente el texto para que retengas la organización y uses el tono de voz adecuados.

d) Conferencia preparada con guión o siguiendo un guión

No se memoriza, sino que se lee. El expositor recurre a un guión en el que anota los puntos centrales y complementarios. Practica con anterioridad aunque hay libertad de expresarse de diferente manera, conforme a la situación y reacciones del público.

2.2 COMUNICACIÓN INFORMAL

Todos los días, los seres humanos estamos en contacto con nuestros iguales y de la misma forma en que necesitamos alimentarnos y satisfacer necesidades primarias para nuestra subsistencia, también necesitamos satisfacer otras necesidades psicológicas o sociales que nos permiten interrelacionarnos, socializar, hacer amigos, formar familias, resolver problemas, expresarnos libremente y tomar decisiones.

Para poder satisfacer estas necesidades, necesitamos utilizar formas de comunicación que nos permitan desarrollarnos como seres racionales y sociales. Estas formas de comunicación reciben el nombre de **comunicación informal**.

La **COMUNICACIÓN INFORMAL** es aquella que se establece entre los miembros de un grupo pequeño de individuos o de manera interpersonal.

Este tipo de comunicación es cotidiana, simple y natural. La mayoría de las ocasiones no es preparada con anterioridad, sino más bien espontánea. A continuación se presentan algunas de las formas más comunes de comunicación informal.

2.2.1 CONVERSACIÓN

Conversar: es hablar una o varias personas con otra u otras; es una plática entre dos o más personas, que se establece de manera agradable.

Este tipo de comunicación dista mucho de ser una conversación. La relación estrictamente bilateral pregunta-respuesta destruye la fluidez del estilo cálido y afectivo que debe tener una conversación. Ésta debe ser **una comprensión del diálogo**.

En la conversación no existe ninguna regla específica para precisar cómo debe ser un mensaje en respuesta al de un hablante, pues cada interacción es cambiante, por lo que tratar de imponer un orden preestablecido puede reducir la retroalimentación y afectar todo el proceso de comunicación interpersonal. Pero, también es de gran utilidad estructurar el mensaje para conseguir un mejor resultado del propósito deseado.

2.2.1.1 Estructura

En cada caso la conversación tomará una estructura adecuada a cada receptor. La estructura de la conversación es simple y flexible; consta de cuatro etapas:

1. Inicio

Podemos saludar, hacer una breve presentación de nosotros mismos y permitir al otro que también lo haga. Es usual comenzar con una referencia a algún aspecto físico o una actividad de la persona, o de ambos participantes. Es común también, hacer referencia al contexto en el que se encuentran, ya sea el ambiente o lugar, o el estado psicológico de los participantes.

2. Orientación al tema o el propósito

Se da casi inmediatamente después de la fase de inicio. Los participantes hablan un poco sobre el motivo de la reunión o conversación y sobre el propósito que persiguen. Durante la conversación, los participantes podrán ir observando las reacciones emocionales a través de los gestos, movimientos del cuerpo y el tono de voz adecuados para poner un matiz a la conversación y cumplir el objetivo deseado.

3. Desarrollo verbal de ideas

Sirve para justificar, especificar o concretar mejor las ideas. Su principal función es darle cuerpo a la estructura del mensaje, pues sin el desarrollo verbal los mensajes se convierten sólo en aseveraciones o generalizaciones sin contenido.

Las ideas pueden ser desarrolladas de diferentes formas, según el estilo propio del hablante; pero siempre deben reforzar el mensaje para que éste sea comprendido fácilmente y con claridad por el oyente. Hay nueve formas de apoyo usadas con más frecuencia en las conversaciones:

1. **Ejemplos:** son experiencias similares que se han vivido o que han vivido otros y revelan parte del yo; captan la empatía del oyente.
2. **Explicaciones:** expresan mediante pasos, etapas, fases, partes, etc., la forma en que se realiza, compone o demuestra un proceso, y sirven para hacer comprender a otros la forma detallada en que se realiza algo.
3. **Descripciones:** es cuando hablamos sobre formas, tamaños, colores, texturas, composiciones, dimensiones, etc. Se usan para crear una imagen de las cosas en las personas, pueden ser condiciones físicas y psicológicas.
4. **Hechos:** son las partes de verdad que existen en una realidad y que pueden verificarse posteriormente. Se emplean para subrayar o poner énfasis en la verdad de algunas ideas.
5. **Estadísticas:** son representaciones numéricas de grupos de hechos o ejemplos que han sido condensados en un solo número o porcentaje. Las que más se usan son aquellas que emplean números redondos.
6. **Ilustraciones:** son ejemplos prolongados o hechos narrados con todo detalle, historias de acontecimientos que emplea el comunicador para que el oyente se imagine algo con viveza y colorido.
7. **Opiniones:** a veces la razón por la que una persona expresa algo es tan importante como lo que dice. Cuando usamos la opinión como apoyo, pedimos al oyente que acepte nuestra idea debido a que otros también la han aceptado.
8. **Testimonio:** cuando la persona es más importante que su opinión, lo que dice se convierte en un testimonio. Éste, es un apoyo que se emplea para otorgar credibilidad a nuestro mensaje, ya que si el oyente escucha lo que aseguró alguien que merece respeto y confianza, entonces el mensaje también lo merecerá.
9. **Cita:** es la opinión o expresión de ideas que ha quedado registrada en algún texto, debido a la fama, el estatus, la popularidad o el prestigio de la persona que la externó. Las citas deben decirse específicamente y apoyar la idea con exactitud.

4. Cierre

Es importante para reflexionar sobre el tema tratado y verificar si se cumplió el objetivo de la conversación. Se puede hacer un breve resumen de lo platicado, o recordar el punto esencial que motivó la charla y decir si quedaron satisfechos con la conversación o si se tendrá que efectuar alguna otra en el futuro.

Al terminar, generalmente hay una despedida en donde se desea algo bueno para el otro y se invita a comunicarse de nuevo.

Para ser buenos conversadores debemos tener algo que decir, saber expresarlo y hacerlo de la manera más adecuada y en el momento más oportuno ante determinadas personas. Deben generar interés para que valga la pena pasar el tiempo sin considerar que se malgastó.

2.2.1.2 Elementos

- Individuos que desean conversar.
- Mensaje que se desea transmitir.

2.2.2 COLOQUIO

Reunión de personas para conferenciar, platicar o dialogar de manera informal o familiar sobre un tema académico o científico. //Tipo de reunión o encuentro más o menos formal en el cual las personas que se reúnen lo hacen para hablar o debatir sobre alguna temática específica, probablemente determinada con anterioridad.

El rol que cada participante debe asumir es de ACTOR, jugar a que se enfrenta a dicha situación y debe hallar formas de resolverla o enfrentarla.

2.2.2.1 Elementos

- Participantes.
- Moderador (quien regula o controla la participación de los participantes y las preguntas y/u opiniones del público).
- Público (personas que observan el ejercicio).

2.2.2.2 Características

- Debe ser dinámico, es decir, debe haber participación activa de los integrantes.
- Hay un tiempo estipulado que designa el intermediario.
- Al finalizar el coloquio deben emitir una opinión grupal o personal sobre el tema tratado.
- Es un espacio de comunicación un tanto formal en comparación con otras formas comunicativas como el diálogo en sí.
- Su objetivo principal es la exposición o el debate sobre algo particular y, por lo tanto, no hay espacio para divagar ya que debe tener una estructura.
- Los coloquios pueden estar armados espacialmente de diferente modo: en forma de exposición, en la cual una persona se enfrenta al público o en forma de mesa redonda, en la cual todos exponen al mismo tiempo y debaten sobre lo que se ha pactado.
- Pueden tener diferentes duraciones, pero eso es determinado por cada caso particular.
- Se puede recurrir al uso de materiales de apoyo.

2.2.3 DIÁLOGO

Es un proceso de intercambio de información, a través de la comunicación oral, en una relación cara a cara entre dos personas, que dependerá de la intención y los propósitos de ambos participantes.

2.2.3.1 Elementos

- Individuos que desean dialogar.
- Mensaje que se desea transmitir.
- Facilitador.

2.2.3.2 Características

- Debe ser **natural**: porque huye del rebuscamiento.
- Debe ser **significativo**: porque es psicológicamente revelador, pues nos reproduce el carácter de la persona.
- La persona que habla puede narrar, describir o exponer.
- Cuenta con tres criterios: volumen, número de participaciones y relación con la acción.

2.2.4 CONFIDENCIA

La definición común de confidencia es la de "acción de comunicar algo a alguien reservadamente o en secreto". // Comunicación de una noticia reservada, no destinada a ser publicada.

2.2.4.1 Elementos

- Individuos que se eligen integrar.
- Mensaje que se desea transmitir.
- Facilitador.

2.2.5 RUMOR O CHISME

La comunicación informal suele expresarse en su forma más común a manera de rumor, los rumores suelen tener un promedio más del 70%, estos generan desestabilidad en la organización y conflictos entre las diversas personas de una sociedad, esos se van dando al paso de la información de una persona a otra que pone o quita palabras de ahí se va dando una comunicación informal los cuales son los rumores o chismes ya que no son cosas 100% ciertas.

La conducta del chisme o rumor por efecto de ambos van en detrimento para la convivencia social, tanto en el ámbito individual como grupal. El incremento de tales conductas parece crear, promover y complicar mayores problemas sociales, comunitarios, morales y psicológicos.

2.2.5.1 Elementos

- Mensaje que se desea transmitir.
- Facilitador.

UNIDAD TEMÁTICA III: REDACCIÓN DE DOCUMENTOS EJECUTIVOS Y TÉCNICOS

1: CUALIDADES DE LA REDACCIÓN DE DOCUMENTOS EJECUTIVOS Y TÉCNICOS

El profesional actual, cualquiera que sea su especialidad, está falto de una orientación relativa en lo que es una parte importante de su trabajo diario: escribir documentos diversos como cartas, circulares, memorándums, informes, etc. Por lo que a continuación se presentan y describen todos aquellos documentos que pudieran servir o ser utilizados por cualquier profesional en su campo laboral.

Para facilitar la tarea, los dividiremos en dos grandes bloques: los documentos ejecutivos y los documentos técnicos. Los primeros son de uso cotidiano en cualquier organización y los segundos son propios de la especialidad.

3.1 DOCUMENTOS EJECUTIVOS

3.1.1 CARTA

- Es un **documento que sirve para transmitir mensajes a través del servicio postal**. Es una especie de conversación escrita a distancia.

La carta debe escribirse aplicando las características de claridad, precisión, concisión y sencillez.

Clasificación de las cartas:

- 1) **Cartas privadas:** incluyen las cartas personales o familiares y van dirigidas a los amigos o familiares.
- 2) **Cartas comerciales:** su contenido está relacionado con los negocios: compras, ventas, pedidos, cotizaciones, cobros, remisiones, etc.
- 3) **Cartas oficiales o formales:** tratan asuntos de las dependencias oficiales: oficinas gubernamentales, universidades, escuelas, etc.

a) Carta privada

Elementos de una carta privada:

- a) **Lugar y fecha** donde se remite.
- b) **Vocativo** seguido de dos puntos.
- c) Texto o **cuerpo de la carta**, en él se expone el asunto a tratar.
- d) **Despedida**, es la frase con que se termina la carta y varía de acuerdo con las relaciones que unen al remitente con el destinatario.

EJEMPLO:

Mérida, Yucatán, 13 de agosto de 2009

Querida Mariana:

El lugar donde me encuentro es fabuloso y desde aquí te saludo con mucho agrado con el deseo de compartir contigo las experiencias de este maravilloso viaje.

Hemos conocido gran parte de la Península: visitamos Chichén-Itzá donde mi mamá pescó un resfriado por la humedad del ambiente, estuvo en cama todo un día y nosotros encerrados con ella, pues, como tú sabes no le gusta quedarse sola. Al otro día terminamos el recorrido; los cenotes son fascinantes, aunque me inspiran cierto temor. ¡Es increíble que estemos pisando la misma tierra que los antiguos mayas! Nos falta conocer otras ciudades y ruinas arqueológicas; todo es muy bonito por acá sin embargo, extrañamos nuestra ciudad.

Espero que estés disfrutando tus vacaciones en la casa de tus tíos y te sientas mejor de esa molesta operación. Cuando regrese te mostraré las fotografías que tomamos y te contaré, con detalles, las peripecias de este viaje.

Saludos a tus papás, a tus tíos y hermanos. Recibe un abrazo de tu miga que no te olvida.

Carmen

Sirven para notificar envíos, acusar recibos de lo que sea, comunicar un hecho, presentar reclamaciones, hacer solicitudes, conceder o negar algo que se nos ha pedido, agradecer una atención y tantos otros requisitos obligados en un negocio.

Elementos de una carta comercial:

- a) **Membrete:** contiene el nombre de la empresa o institución, dirección y teléfono. Los datos fundamentales son razón social, domicilio y dirección, lema y logotipo.
- b) **Lugar y fecha:** el nombre del mes siempre se escribe con minúsculas.
- c) **Referencia o asunto:** facilita el manejo de los archivos y agiliza la administración.
- d) **Destinatario:** contiene el nombre del destinatario, su domicilio y destino. Así como el cargo que ocupa en la empresa. El trato puede ser natural (señor, señora, señorita); o académico (Doctor, Licenciado, Ingeniero, Capitán, Mayor, etc.)
- e) **Vocativo:** es el saludo. Los términos más usuales son estimado, apreciado, respetado y distinguido.
- f) **Texto o cuerpo de la carta:** el número ideal de párrafos es tres, el primero para introducir el tema; el segundo para desarrollarlo y el tercero para concluirlo.
- g) **Despedida:** los términos más usados son atentamente, cordialmente, sinceramente, afectuosamente, etc.
- h) **Antefirma:** aparece inmediatamente después de la despedida, se anota la razón social o nombre de la empresa.
- i) **Firma y rúbrica:** la rúbrica se escribe sobre la anotación del nombre del remitente seguido del cargo que ocupa.

LA MEXICANA
Avenida Gardenias 1804 Col. Centro
Guadalajara, Jal. C.P. 94570

Guadalajara, Jal., 29 de marzo de 2009

Supermercado La Cordobesa
Calle 24 Pte. No. 816
Col. Industrial
Puebla, Pue.

Muy señores nuestros:

En contestación a su atenta carta fechada el 19 del presente en la que detallan un pedido de material para la apertura de su nueva tienda, les comunicamos que estamos enviando el pedido completo vía aérea, con el número de embarque A-904857. Asimismo adjuntamos a la presente los nuevos catálogos con los últimos modelos de máquinas, registradoras y básculas.

Esperando reciban la mercancía a entera satisfacción, agradecemos su preferencia y les reiteramos nuestra consideración distinguida.

ATENTAMENTE
LA MEXICANA

L.A.E. MARCO ANTONIO RAMÍREZ VÁZQUEZ
GERENTE DE VENTAS

c) Carta poder

- Es un documento mediante el cual **se otorga poder a una persona para realizar diversas actividades en nombre de otra**; en ella intervienen las personas siguientes: la que otorga el poder, la que lo acepta y los testigos.

Cada uno de ellos debe firmar para ratificar lo indicado en el documento, y algunas veces también lleva la dirección.

Elementos de la carta poder:

- a) **Título:** "Carta-Poder".
- b) **Lugar y fecha** donde se remite.
- c) **Destinatario.**
- d) **P R E S E N T E**
- e) Texto o **cuerpo de la carta**, en él se expone el poder que se otorga con todas sus características, derechos y restricciones.
- f) **Nombre y firma** de quien otorga el poder, de quien lo acepta y de dos testigos.

CARTA-PODER	
México, D.F. 10 de julio de 2009	
Sr. A QUIEN CORRESPONDA P R E S E N T E	
Por la presente doy a usted mi poder amplio, cumplido y bastante para que a mi nombre y representación LA SRITA. MARTHA ELENA GONZÁLEZ CASTILLO REALICE LAS GESTIONES NECESARIAS PARA QUE LE SEA ENTREGADO MI CERTIFICADO QUE ME ACREDITA COMO SECRETARIA BILINGÜE. Y así mismo, para que conteste las demandas y reconvenciones que se entablen en mi contra, oponga excepciones dilatorias y perentorias, rinda toda clase de pruebas, reconozca firmas y documentos, contradiga cualquier falso, presente testigos, apele, interponga el recurso de amparo y me represente en los embargos que contra mí se decreten, pida el remate de los bienes embargados y otorgue recibos y cartas de pago, someta el presente juicio a la decisión de jueces y para que promueva todos los recursos que favorezcan mis derechos así como para que sustituya este poder, ratificando desde hoy todo lo que haga sobre este particular.	
Atentamente	
_____ NORMA ELIZABETH HERNÁNDEZ DUEÑES OTORGANTE	
ACEPTO EL PODER	
_____ MARTHA ELENA GONZÁLEZ CASTILLO	
TESTIGO	TESTIGO
_____ PATRICIA ESPINOZA GARCÍA	_____ PATRICIA ESPINOZA BECERRIL

Recomendaciones para escribir cartas:

- Claridad, propiedad y orden. Es decir, que sea entendible, uso de palabras adecuadas y lógica en la construcción y consecución de las ideas.
- Brevedad. El documento debe tener su justa medida, los textos largos aburren y cansan, que no falte ni sobre nada, no omitir algo importante o repetir mucho.
- Belleza, profundidad, ritmo emocional y fuerza convincentes y persuasiva.
- Fijar los objetivos de antemano y elaborar un borrador en el que se tome en cuenta: el tratamiento que se dará al destinatario, las ideas principales a expresar, así como la ordenación y el encadenamiento de las palabras y oraciones y fijar claramente las conclusiones, ya que el texto debe entenderse al leerlo una vez.
- Conoce el verdadero significado de las palabras que emplees.
- Enfoques positivos. Si tenemos que decir “no” procuremos decirlo con tacto.
- Cuida la correcta ortografía y signos de puntuación, así como los espacios.
- Evita oraciones y párrafos largos, aunque tengan buena construcción.
- Seamos gentiles, pero no sobrecarguemos los escritos con amabilidades.
- No uses abreviaturas o contracciones, la persona puede no saber el significado.
- Releer la carta para hallar cualquier error de contenido, ortográficos y de sintaxis.

3.1.2 MEMORÁNDUM

Es un medio de comunicación que se envía al personal de una misma empresa. En este documento es imprescindible la palabra **Memorándum**.

- El memorándum tiene la finalidad de **transmitir órdenes o informaciones, resumen de datos** para que sean útiles auxiliares en las oficinas.
- Son comunicaciones escritas para uso en los niveles internos de una organización. Su función es servir para que un superior dé a conocer, hacia los niveles interiores: **decisiones, órdenes, innovaciones, comunicar reemplazos, vacaciones o solicitar información**.

Se usa para intercambiar información entre diferentes departamentos de la empresa, con el propósito de dar a conocer alguna **recomendación, indicación, instrucción, disposición, etc.** Su redacción debe ser breve, clara y precisa.

Elementos del memorándum:

- a) El título de **Memorándum**.
- b) **Fecha**.
- c) Las palabras **DE** y **PARA** con espacios suficientes para anotar respectivamente el nombre del remitente y del destinatario respectivamente.
- d) El **asunto**.
- e) La redacción que es motivo del escrito, es decir, el **mensaje**.
- f) **Firma o iniciales** del remitente, así como el cargo que ocupa.

Partes complementarias:

g) **Inclusos o anexos.**

h) **Instrucciones.**

Recomendaciones:

- La palabra memorándum debe escribirse en la parte central superior de la hoja.
- Deben dejarse varios espacios debajo de la palabra memorándum.
- En el texto el espacio simple es preferible y se usa doble espacio para separar un párrafo de otro.

EJEMPLO:

Memorándum: 7021/18.

Villahermosa Tabasco, a 4 de junio del 2013.

Lic. Rodolfo Buenrostro Benavides

Gerente de Almacén.

Quien suscribe Irma Mendoza Fuentes Gerente de Recursos Humanos, hago de su conocimiento que a partir del día 15 de Junio del presente año, comenzarán las pruebas para la implementación del nuevo sistema de control de inventarios. Por lo que le solicito que tanto usted como el personal a su cargo, den todo el apoyo que la empresa que desarrolló dicho sistema requiere para tal efecto.

Sin más por el momento quedo en espera de que le dé seguimiento a mi solicitud.

Cordialmente

Irma Mendoza Fuentes
Gerente de Recursos Humanos.

3.1.3 OFICIO

Es la correspondencia que los particulares envían a las oficinas públicas, con la que establecen relación entre sus intereses y los de la administración pública.

Clasificación según su procedencia y destino:

a) **Exterior:** la correspondencia que procede de cualquiera de las oficinas de gobierno que no pertenezcan al ramo de las destinatarias, así como la que el público envía.

b) **Interior:** la correspondencia que se giran entre sí las oficinas de igual dependencia. Si éstas están instaladas en el mismo edificio se denomina “interior local”; “interior foránea”, cuando las oficinas se ubican en diferentes lugares o edificios.

Elementos de un oficio:

- 1) **Sello oficial:** debajo del sello oficial debe consignarse impreso también el nombre de la secretaría o departamento que gire el oficio.
- 2) **Características:** son los datos que sirven para especificar la oficina que gira el oficio, el número de orden que lleva y el expediente a que corresponde el asunto. Estos datos van en la parte superior derecha de la hoja.
- 3) **Asunto o extracto:** es el resumen o síntesis de lo que se trata en el cuerpo del oficio, indispensable para que el destinatario se entere rápidamente del contenido.
- 4) **Lugar y fecha:** es la indicación del lugar, día, mes y año en que se formula el oficio.
- 5) **Nombre y dirección del destinatario:** dar el tratamiento de “Ciudadano” (C.) antes del título profesional o nombre de la persona, salvo que el escrito sea dirigido a un funcionario público, en este caso, después del la sigla C y sin poner el nombre, se anotará su cargo oficial; por ejemplo: C. Secretario de Asentamientos Humanos y Obras Públicas.
- 6) **Cita de antecedentes:** en todo oficio de respuesta, se deben mencionar las características del que lo originan, o sea, número, fecha, expediente, para que el destinatario pueda localizar con prontitud los antecedentes.
- 7) **Introducción o principio:** son las primeras expresiones contenidas en el cuerpo del oficio y tiene por objeto ligar el asunto con los antecedentes.
- 8) **Cuerpo o medio del oficio:** se expone con claridad y precisión el acuerdo, orden o resolución que ha recaído sobre el asunto que se trata.
- 9) **Fin o conclusión:** son las frases finales que sirven para expresar la ejecución del acuerdo u orden a que haya lugar, lo que generalmente se expresa así: “Lo que comunico a usted para su conocimiento”, “Lo que comunico a usted para los fines a que haya lugar”, “Lo que comunico a usted para su debido cumplimiento”, etc.
- 10) **Frase de cortesía:** en las comunicaciones que dirigen las oficinas públicas a particulares o a personas comunes, se pone como frase de cortesía sólo la palabra “Atentamente”; pero en las que se giran a oficinas de igual o semejante categoría se considera elemental poner las frases “Reitero a usted la seguridad de mi atenta consideración”, “Protesto a usted mi distinguida consideración”, etc.
- 11) **Lema:** es la divisa que emplea el gobierno para significar sus ideales.
- 12) **Antefirma:** es el nombre del que envía el documento más el título o cargo con que el firmante suscribe el oficio.
- 13) **Firma:** debe ser manuscrita.
- 14) **Iniciales:** los jefes colaboradores del firmante, que examinan con anterioridad los oficios, ponen en el margen izquierdo inferior, sus iniciales manuscritas a modo de rúbrica, para acreditar la revisión debida. Es obligación de toda persona que dicta o redacta correspondencia y del empleado encargado de mecanografiarla, poner sus iniciales a máquina en el lado izquierdo inferior.
- 15) **c.c.p.** siglas que significan “Con copia para” y va seguido del nombre de la persona o departamento al que se deberá entregar una copia del documento.

16) **Recomendación marginal:** va impresa en la parte inferior del margen izquierdo del papel, en sentido vertical, la recomendación expresa “Al contestarse este oficio, cítense los datos contenidos en el ángulo superior derecho”, o sea, las características del oficio mismo.

Por ningún motivo se trata más de un asunto en un mismo oficio. Además, se recomienda que al redactar un oficio, debemos tener muy presente: el asunto o extracto, la cita de antecedentes, el cuerpo y la frase de cortesía.

**SELLO
OFICIAL**

Características

Dependencia _____

Núm. de oficio _____

Expediente _____

ASUNTO: _____

Lugar y Fecha _____

Nombre y dirección del destinatario

Cita de antecedentes:

Cuerpo del oficio

Frases de cortesía

Lema

Antefirma

Firma

c. c. p.
Iniciales

3.1.4 CIRCULAR

- Es un escrito que tiene la finalidad de que **un mismo asunto se haga del conocimiento de numerosas personas en forma simultánea.**
- En el campo oficial, se define como la **orden que una autoridad superior dirige a todos o gran parte de su personal.**

Puede tener la estructura de un oficio con todos sus elementos, lo único que cambia es el nombre y dirección del destinatario; además, debe tener la palabra **Circular.**

Con este documento puede anunciarse la constitución, modificación o disolución de una empresa, cambios de domicilio, visitas, la modificación de precios, etc. Normalmente, las circulares no se contestan, pero sí puede hacerse por motivos de cortesía o deseos de iniciar alguna operación comercial.

Clasificación de las circulares por su naturaleza y destino:

1) **Circulares internas.** Circulan en el seno de la organización.



CIRCULAR

A TODO EL PERSONAL DEL
INSTITUTO SONORENSE DE CULTURA
Presente.-

El Instituto Sonorense de Cultura, a través de la Coordinación General Administrativa, informa a todo el personal dependiente de este organismo, que en estricto apego al calendario de días festivos e inhábiles que emite el Gobierno del Estado, se indican los días **lunes 15 y martes 16 de septiembre como días no laborables.**

Cabe aclarar que derivado de movimiento de calendario, únicamente por este año se registra el día 15 de septiembre como NO laborable.

Sin más por el momento, aprovecho la oportunidad para enviarles un cordial y afectuoso saludo.

Atentamente.

CPC. BELEM MARGARITA NORIEGA CASTILLO
Coordinadora General Administrativa

C.c.p. Dr. Fernando Tapia Grijalva.- Director General del I. S. C.,
C.c.p. Profra. Diana Rodríguez Cuellar.- Coordinadora General de Vinculación y Apoyo Institucional,
C.c.p. Coordinadores Generales y de Área del Instituto Sonorense de Cultura,

Archivo/circular 15 y 16 de sep. 2008

"Integración de Voces, Crecimiento de un Pueblo"

C. Director:
C. Jefe del departamento:
Compañero (s):
Asociado (s):
Colegiado (s):
2) Circulares externas.
Circulan hacia afuera de la organización.

Distinguido cliente:
Señor comerciante:
Señora:

Elementos de la circular:

- a) **Membrete:** se menciona el nombre de la empresa o institución. En algunas ocasiones se agregan datos como dirección, teléfono...
- b) **Circular N°:** se coloca debajo del membrete, indica el número asignado a esa circular.
- c) **Materia/Asunto:** debajo de "Circular N°", es una breve referencia sobre lo que trata la circular.
- d) **Lugar, fecha** de emisión.
- e) **De:** Indicación de quien envía la circular.
- f) **A:** Indicación de a quien se envía.
- g) **Cuerpo:** El contenido de la misma.
- h) Frase de **despedida.**
- i) **Nombre y cargo.**

j) **Firma.**

k) **Lema.**

l) **C.c.p.** significa “con copia para”.

3.2 DOCUMENTOS TÉCNICOS

3.2.1 PROYECTO

Un **proyecto** es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. // Es un conjunto de actividades interrelacionadas, con un inicio y una finalización definida, que utiliza **recursos** limitados para lograr un **objetivo** deseado.

La razón de un proyecto es: **alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definidos.**

El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles.

Componentes fundamentales del proyecto:

A) LAS ACTIVIDADES: son las tareas que deben ejecutarse para llegar en conjunto a un fin preestablecido (objetivo deseado); por ejemplo: recopilar información; realizar diagnósticos; confeccionar un diseño global de un procedimiento, programar, escribir manuales de procedimiento, etc.

Un aspecto fundamental en todo proyecto es el orden en el cual se realizan las actividades. Y para determinar la secuencia lógica de las actividades se debe establecer el método, el tiempo y el costo de cada operación.

B) LOS RECURSOS: son los elementos utilizados para poder realizar la ejecución de cada una de las tareas; como por ejemplo: hardware, programas de base (sistemas operativos), programas de aplicación, discos de almacenamiento, energía, servicios, inversiones de capital, personal, información, dinero y tiempo.

C) ADMINISTRADOR DEL PROYECTO: al planificar las actividades, debe tener presente que los mejores esfuerzos constituyen un elemento esencial. Los administradores eficaces de proyectos, son los que logran que el trabajo se ejecute a tiempo, dentro del presupuesto, y conforme a las normas de calidad especificadas.

Características de un proyecto según el PMI:

De acuerdo con el Project Management Institute (PMI) las características de un proyecto son:³

- **Temporal:** significa que cada proyecto tiene un comienzo y un final definidos. El final se alcanza cuando se han logrado los objetivos del proyecto, cuando queda claro que los objetivos no serán o no podrán ser alcanzados, o cuando la necesidad del proyecto ya no exista y sea cancelado. Temporal no significa de corta duración; muchos proyectos duran varios años. La duración de un proyecto es limitada.

- **Productos, servicios o resultados únicos:** un proyecto crea productos entregables únicos. Productos entregables son productos, servicios o resultados. Los proyectos pueden crear:
 - Un producto o artículo, que es cuantificable, y que puede ser un elemento terminado o un componente.
 - La capacidad de prestar un servicio como, por ejemplo, las funciones del negocio que respaldan la producción o la distribución.
 - Un resultado como, por ejemplo, salidas o documentos. Por ejemplo, se obtienen conocimientos que pueden usarse para determinar si existe o no una tendencia o si un nuevo proceso beneficiará a la sociedad.

La **singularidad** es una característica importante de los productos entregables de un proyecto. Por ejemplo, se han construido edificios de oficinas, pero cada edificio individual es único: diferente propietario, diseño, ubicación, contratista, etc. La presencia de elementos repetitivos no cambia la condición de único del trabajo de un proyecto.

- **Elaboración gradual:** significa desarrollar en pasos e ir avanzando mediante incrementos. Por ejemplo, el alcance de un proyecto se define de forma general al comienzo del proyecto, y se hace más explícito y detallado a medida que el equipo desarrolla un mejor y más completo entendimiento de los objetivos y de los productos entregables.

Otras características de un proyecto en general son:

- Tener un principio y un fin.
- Tener un calendario definido de ejecución.
- Plantearse de una sola vez.
- Constar de una sucesión de actividades o de fases.
- Agrupar personas en función de las necesidades específicas de cada actividad.
- Contar con los recursos necesarios para desenvolver las actividades.

Tipos de proyectos:

- **Proyecto productivo:** buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.
- **Proyecto público o social:** buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

Otras formas de realizar la clasificación de los proyectos son las siguientes:

Basándose en el contenido del proyecto

- Proyectos de construcción
- Proyectos de Informática
- Proyectos empresariales

- Proyectos de desarrollo de productos

Basándose en la organización participante

- Proyectos Internos
- Proyectos de departamento
- Proyectos de unidades cruzadas
- Proyectos externos (de imagen corporativa)

Basándose en la complejidad

- Proyectos simples
- Proyectos complejos
- Proyectos técnicos
- Programas
- Mega proyectos
- Proyectos de vida
- Proyectos escolares.

Etapas de un proyecto:

- **LA IDEA DE PROYECTO:** consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. Puede iniciarse debido a alguna de las siguientes razones:
 - Porque existen necesidades insatisfechas actuales o se prevé que existirán en el futuro si no se toma medidas al respecto.
 - Porque existen potencialidades o recursos sub-aprovechados que pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales.
 - Porque es necesario complementar o reforzar otras actividades o proyectos que se producen en el mismo lugar y con los mismos involucrados.
- **DISEÑO:** aquí se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir teniendo como indicador principal el objetivo a lograr. En esta etapa se produce la **aprobación** del proyecto, que se suele hacer luego de la revisión del **perfil de proyecto** y/o de los **estudios de pre-factibilidad**, o incluso de **factibilidad**. Una vez dada la aprobación, se realiza la **planificación operativa**, un proceso relevante que consiste en prever los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo establece la asignación o requerimiento de personal respectivo.
- **EJECUCIÓN:** consiste en poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.
- **EVALUACIÓN:** etapa final de un proyecto en la que éste es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados.

Elementos de un proyecto:

- 1) Importancia
- 2) Informe técnico del proyecto
 - 2.1 Plan estructurado del proyecto (Marco Lógico)
 - 2.2 Plan de control de personal

- 2.3 Otros planes
- 2.4 Manejo de recursos

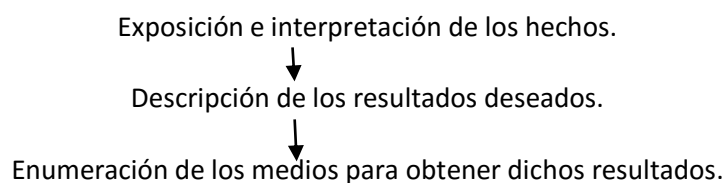
3) Informe administrativo

- 3.1 Plan organizacional del proyecto
- 3.2 Plan de gastos / plazos
- 3.3 Plan de actividades del personal
- 3.4 Plan de gestión de riesgos
- 3.5 Otros planes

4) Manuales de un proyecto

- 4.1 Manual técnico
- 4.2 Manual de usuario
- 4.3 Manual administrativo

MODELO NORMATIVO: PARA PROYECTOS, PLANES DE TRABAJO



3.2.2 CURRÍCULUM

Este documento consta del conjunto de datos que identifican a una persona, describiendo su historial académico y su vida profesional, e informan acerca de sus capacidades y habilidades para desarrollar un empleo.

Es la relación de títulos, honores, cargos, trabajos realizados, datos biográficos, etc., que califican a una persona para determinada pretensión, esto es, su historial personal.

La presentación del currículum debe ser impecable; por lo tanto, ha de elaborarse con detenimiento, sin errores ortográficos ni mecanográficos. Como se visitarán empresas distintas, es conveniente que el documento se fotocopie y engargole. Debe ser veraz y ordenado, sin tachaduras ni enmendaduras, puesto que a través de dicho documento, el interesado podrá descubrir rasgos de la personalidad del que lo suscribe.

Elementos del currículum vitae:

- Título del documento.
- **Nombre y profesión** de quien lo presenta.
- **Fotografía reciente** (impresa por lo regular al principio del currículum al lado de tu nombre completo).

- **Datos personales:** nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, edad, nacionalidad, lugar de nacimiento, estado civil, registro federal de contribuyentes, CURP, registro del IMSS, licencia y datos de pasaporte (si lo tiene), además de número de cédula profesional.
- **Escolaridad:** a partir de la primaria, en forma cronológica desde el último grado escolar hacia atrás, nombre de la escuela, dirección, años de estudio y documentos recibidos en cada uno de ellos.
- **Experiencia profesional:** si has trabajado con anterioridad, anota el nombre de la compañía, dirección, teléfono, nombre del jefe inmediato y la descripción de las labores que desempeñaste; si fuiste promovido a otros puestos de mayor jerarquía, fecha de inicio de labores y término; motivo de separación de la empresa, y así sucesivamente en cada lugar donde hayas trabajado, sin olvidar que deberás mencionar primero tu último empleo y seguir en orden cronológico.
- **Otros idiomas:** en caso de haber estudiado otro idioma escribirlo en porcentaje hablado y escrito.
- **Cursos especiales:** para obtener alguna especialización o actualización del área.
- **Habilidades y conocimientos:** el manejo de máquinas como procesador de palabras, computadora, fax, copiadora, escáner, conmutador.
- **Anexos:** copias del acta de nacimiento, registro federal de contribuyentes, afiliación al IMSS o ISSSTE, certificados, diplomas o algún otro documento que acredite algún estudio, cartas de recomendación.

Beneficios del currículum vitae:

- Es una útil herramienta en la búsqueda de empleo, especialmente para la persona que encuentra difícil hablar de sí misma en una entrevista.
- Este compendio bien organizado, te ayudará y destacará tus puntos fuertes.
- Es algo que puede dejar recordatorio quién eres y lo que ofreces a la empresa.
- Si elaboras tu currículum correctamente, es más probable que atraiga la atención del patrón y lo ayude a tener una impresión rápida y favorable de ti.

Sugerencias para hacer un buen currículum vitae:

- Comienza con tu identificación: nombre completo, dirección para recibir correo y número telefónico. Estos deben sobresalir en la parte superior de la página. Incluye detalles pertinentes sobre tu entrenamiento, preparación académica, experiencia, medio ambiente personal y referencias. Arréglalo de modo que el patrón pueda revisar de una ojeada los datos importantes sobre ti y tu preparación para el trabajo. Estos datos deben ser enlistados en columnas, no explicados en oraciones y párrafos. Agrúpalos bajo encabezados claros y concisos, con todo lo relacionado con la materia bajo un mismo encabezado.
- El currículum debe ser un informe de datos, no de opiniones ni interpretaciones. Limita tu currículum a la descripción de ti mismo, de tus capacidades y tu entrenamiento. Trata de usar un estilo telegráfico. Ejemplo: “Responsable de organización y mantenimiento de sistemas de archivo central para oficina regional”. No es necesario escribir “Yo estuve a cargo de ...”
- Haz tu currículum atractivo, pulcro y correcto. Usa papel blanco tamaño carta.
- Deja suficiente espacio alrededor y entre las columnas para que toda la información destaque y sea fácil de leer.
- Centra todos los encabezamientos o escríbelos al margen. Distribuye todos los datos en una página, si puedes hacerlo sin afectar su estética. Si necesitas incluir más información, puedes usar dos páginas.

- Revisalo cuidadosamente antes de imprimirlo. Revisa errores ortográficos, palabras mal escritas y detalles ambiguos o inexactos.

3.2.3 MANUAL

El manual es un folleto, libro, carpeta, etc., en los que de una manera fácil de manejar se concentran en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto: orientar y uniformar la conducta que se presenta entre cada grupo humano en la empresa (A. Reyes Ponce).

El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas.

Es un registro escrito de información e instrucciones que conciernen al empleado y pueden ser utilizados para orientar sus esfuerzos en una empresa (Terry G. R.).

Un manual contiene, en forma ordenada y sistemática, información y/o instrucciones sobre historia, organización, política y procedimiento de una empresa, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo (Duhalt Kraus Miguel A.).

Objetivos de los manuales:

- a) **Instruir al personal**, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.
- b) **Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa** para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
- c) **Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores** asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- d) Servir como **medio de integración y orientación** al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
- e) Proporcionar información básica para la **planeación e implementación de reformas** administrativas.

Posibilidades de los manuales

- a) Es una fuente permanente de información sobre el trabajo a ejecutar.
- b) Ayudan a institucionalizar y hacer efectivo los objetivos, las políticas, los procedimientos, las funciones, las normas, etc.
- c) Evitan discusiones y mal entendidos, de las operaciones.
- d) Aseguran continuidad y coherencia en los procedimientos y normas a través del tiempo.
- e) Son instrumentos útiles en la capacitación del personal.
- f) Incrementan la coordinación en la realización del trabajo.
- g) Posibilitan una delegación efectiva, ya que al existir instrucciones escritas, el seguimiento del supervisor se puede circunscribir al control por excepción.

Limitaciones de los manuales

- a) Su deficiente elaboración provoca serios inconvenientes en el desarrollo de las operaciones.
- b) El costo de producción y actualización puede ser alto.

- c) Si no se actualiza periódicamente, pierde efectividad.
- d) Incluye solo aspectos formales de la organización, dejando de lado los informales, cuya vigencia e importancia es notorio para la misma.
- e) Muy sintética carece de utilidad: muy detallada los convierte en complicados.

Clasificación de los manuales:

POR SU CONTENIDO

- De historia del organismo
- De organización
- De políticas
- De procedimientos
- De contenido múltiple (contienen información de varios de los otros manuales)
- De adiestramiento o instructivo
- Técnicos

POR SU FUNCIÓN ESPECÍFICA

- De producción
- De compras
- De ventas
- De finanzas
- De contabilidad
- De crédito y cobranza
- De personal
- Generales (los que ocupan dos o más funciones operacionales).

Elaboración de manuales:

a) RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN: métodos para recolectar información: INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL, OBSERVACIÓN, CUESTIONARIO Y ENTREVISTA.

b) PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: análisis y depuración de la información para facilitar el manejo y ordenamiento de la que debe incluirse en el manual.

c) REDACCIÓN: hay que definir los objetivos y la materia que va a tratar el manual. También se debe tomar en cuenta a qué personas se dirigirán los manuales para usar un lenguaje claro, sencillo, preciso y comprensible.

d) ELABORACIÓN DE GRÁFICAS: las técnicas visuales que se usan con mayor frecuencia son: organigramas, diagramas de flujo, cuadros de distribución de actividades, distribución de espacio, formas, etc.

e) FORMATO Y COMPOSICIÓN: numeración de páginas por sectores (ejemplo: 10-1, página 10 de la Sección 1); numeración de páginas por segmento (se enumera individualmente cada política, procedimiento o puesto. Ejemplo: si una política financiera 40-45 tiene dos páginas, se enumera 1,2).

COMPOSICIÓN: usa los espacios con eficacia, deja márgenes amplios, no sangrar los párrafos, usar el sangrado en bloque en todos los niveles del texto.

ENCABEZADOS: son textos que se insertan en una zona especialmente demarcada en la parte superior de cada página con información básica y permite al usuario hacer consultas rápidas.

f) REVISIÓN Y APROBACIÓN: revisar el material de manera justa y objetiva. Indicar lo que está bien y lo que necesita correcciones. Revisar con detalle y hacer todos los cambios. Una vez terminada la revisión y conseguida la aprobación se puede comenzar a reproducirlo y a distribuirlo. En la práctica esta aprobación se inserta en el manual de dos maneras: en la parte inferior de cada hoja o en una sola hoja al principio del manual, después de la identificación (hoja de aprobación).

Elementos que debe contener un manual:

- **Identificación:** corresponde al logotipo de la organización, nombre oficial, denominación y extensión, lugar y fecha de elaboración, número de revisión, unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización, clave de la forma (siglas de la organización y siglas de la unidad administrativa, además del número de la forma).
- **Índice:** relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.
- **Prólogo y/o introducción:** exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas.
- **Objetivo:** explicación del propósito que se pretende cumplir con el manual.
- **Áreas de aplicación y/o alcance:** esfera de acción que cubre el manual.
- **Responsables:** unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases o contenido general del manual.
- **Políticas o normas de operación:** se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las instancias que participan en los procesos mencionados.
- **Glosario de términos:** lista de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y técnicas de elaboración de los manuales de procedimientos, que sirven de apoyo para su uso o consulta.

3.2.4 REPORTE

El reporte es aquel documento que se utilizará cuando se quiera informar o dar noticia acerca de una determinada cuestión.

Puede emplearse internamente dentro de una empresa, por ejemplo, entre jefes de área con destino al gerente general para darle una idea del funcionamiento de cada sector; pero también puede ser usado en un establecimiento educativo, por los profesores, para dar cuenta de cómo se llevó a cabo una

determinada cuestión, es decir, que en muchos ámbitos suele usarse para informar sobre los diferentes asuntos de interés.

Aunque básicamente y tal como mencionamos más arriba su objetivo será el de informar, los reportes también podrán incluir algunos elementos persuasivos, como ser recomendaciones o sugerencias y también algunas conclusiones a través de las cuales se le indique al lector del mismo alguna acción o conducta a adoptar en el futuro.

Tipos de reportes:

a) Esquemático: que se ajusta a una forma elaborada de antemano con los datos básicos. Cumple diferentes funciones: verificar asistencia del personal, existencia de mercancía, entradas y salidas de productos o producción diaria, entre muchas otras.

b) Informes cortos: en ellos se ordenan los datos de un hecho, un viaje o actividades de acuerdo con su importancia. En algunos laboratorios académicos (física o química...) también se emplean los reportes.

c) Entre los tipos de reportes más comunes podemos encontrarnos con reportes: escritos, científicos, de presupuesto, de recomendación, de calidad, noticiero, anual, de intervención, ambiental, de inmigración, de viaje, médico, académico, analíticos, de policía, de error, entre otros.

Obviamente y de acuerdo a la complicación del tema, el público al cual se destina y los propósitos que tenga, un reporte, puede ir desde lo más simple y sencillo, con títulos que designan el tema que se abordará o bien añadirle además de eso, **diagramas, gráficos, tablas, apéndices, notas al pie de página, hipervínculos.**

En tanto, entre los datos que deben figurar se cuenta: **título, fecha de realización y nombre de su autor o autores.**

Aspectos a considerar en la elaboración de reportes:

1) **Definición del reporte**, momento en que el autor define los datos y la manera de presentación de éstos. En esta etapa normalmente hay que definir conexiones a los distintos orígenes de datos para ver de dónde obtener los resultados que debe reflejar el reporte.

2) **Administración del reporte**, está referido al hecho que en las organizaciones actuales tenemos distintas categorías de usuarios como por ejemplo los gerentes, los usuarios de servicio al cliente, etc. Por lo tanto, es importante definir quiénes serán los usuarios del reporte, para ello hay que publicar los reportes.

3) **Entrega del reporte**, es muy común en las organizaciones que muchos reportes sean requeridos de manera periódica, por ejemplo el reporte de ventas diarias debe estar en la oficina del Gerente de Ventas todas las tardes a las 5 pm., o un reporte de inventario todos los fines de semana, podríamos entonces aprovechar distintos servicios como el de mensajería para que estos reportes lleguen a los usuarios requeridos.

3.2.5 BITÁCORA

Es un registro escrito de las acciones que se llevaron a cabo en cierto trabajo o tarea.

Éste incluye todos los sucesos que tuvieron lugar durante la realización de dicha tarea, las fallas que se produjeron, los cambios que se introdujeron y los costos que ocasionaron.

El Cuaderno o bitácora de trabajo como concepto sencillo es un cuaderno en el cual estudiantes, diseñadores y trabajadores de empresas en general, entre otros, desarrollan su trabajo, anotan cualquier información que consideren que puede resultar útil para su trabajo. Esto no se aplica solamente a asuntos laborales.

Elementos de la bitácora:

Así que no hay un formato específico para elaborar y llenar una bitácora, pero los datos que se incluyan deben ser los más relevantes e importantes para el objetivo que deba cumplir dicho documento. Pero entre los datos que no deben faltar son:

- a) Nombre de la institución u organización, así como el departamento o área a la que pertenece el documento.
- b) Datos institucionales: dirección, teléfono, etc.
- c) El nombre de la actividad
- d) Descripción de la actividad
- e) El individuo responsable
- f) La fecha en que se llevó a cabo tal acción



I CONCURSO JUVENIL DE VIDEO AMBIENTAL

"ALLENTE POR EL AMBIENTE"



Bitácora de trabajo

Fecha	Hora	Lugar	Actividad	Responsable	Firma del responsable
16/9/09	8:00 am	Plaza de la Cultura San José	Se filmo el parque y la basura que tiene, para la escena 1	Alan Jiménez	Alan (firmar)
19/9/09	5:00 pm	Ganadería los higuitos	Se filmo el proceso de recolección de los desechos del ganado, para la escena 2	Alan Jiménez Patricia Hernández Miguel Cisneros	Alan Patricia Miguel
23/9/09	5:30 pm	Parque de Moravia	Se filmo el atardecer, para la escena 5	Andrés Bosco Patricia Hernández	Andrés Patricia
25/9/09	2:00 pm	Relleno sanitario Los Pinos	Se filmo el relleno, la basura y los camiones recolectores, para la escena 3	Alan Jiménez Patricia Hernández Andrés Bosco Miguel Cisneros	Alan Patricia Miguel Andrés

Lo primero a escribir en una bitácora de trabajo, son los datos de identificación de la misma. Ya sea en la cubierta o en la primera página, debe plasmarse claramente el nombre del propietario de la bitácora, la disciplina, tema o materia para la que se ha designado, así como la información sobre la adscripción –nombre del laboratorio o lugar de trabajo, domicilio y teléfono institucionales y/o particulares. Esto último es fundamental para evitar el riesgo de pérdida o extravío.

3.2.6 INFORME

Un informe es el texto a través del cual se da cuenta de los avances realizados en un proyecto en particular. Por lo general, va dirigido a quienes se ocupan de financiar el proyecto o lo dirigen, de este modo, es posible que se le realicen correcciones y modificaciones antes de que éste lleve a su etapa final.

Es un tipo de comunicación escrita que se emplea actualmente en las empresas e instituciones públicas y privadas con distintos fines prácticos: manejo de información, análisis o exposición de hechos, resumen de actividades, previsión de situaciones y solución de problemas, entre otros importantes.

En toda organización pública o privada, el informe es el instrumento básico, pues por razón de su contenido, derivado de la observación o de la investigación, es posible corregir errores, trazar planes, definir políticas, modificar directrices, tomar decisiones, etc.

Características de los informes:

- Un informe necesita ser claro y preciso, además debe contar con la cantidad de detalles suficientes como para que cualquier persona que lo lea por primera vez pueda comprender a cabalidad aquello que se trata a través del proyecto y el estado de avance que este ha alcanzado.
- Debido a que todo informe hace alusión a un proyecto en particular y va dirigido a las más diversas personas o entidades, es usual que cada uno posea requerimientos específicos.
- Un buen informe debe contar con ciertos elementos básicos: una página titular, un abstracto o resumen, un índice o tabla de contenidos, introducción, metodología, resultados, conclusiones, bibliografía y anexos.
- Las tablas de datos, fotos y diagramas son una herramienta muy efectiva para explicar con mayor claridad los contenidos.
- Algo fundamental es la redacción, la cual debe ser limpia y ordenada a fin de lograr que cualquier persona que lea el informe lo pueda comprender; del mismo modo, la ortografía es fundamental, por lo que es necesario que antes de entregarlo lo revise algún experto en esta materia.
- Es recomendable incluir toda aquella información negativa, ya que es a partir de dichos datos que pueden surgir nuevas propuestas e interrogantes en torno al tema que permitan a otras personas comenzar otros proyectos o investigaciones.

Cómo se hace un informe:

1) Definir el contenido. La primera parte del informe se integra con cuatro apartados, que se desarrollan con el propósito de ubicar a quien lee el informe en:

- Tipo de trabajo que se hizo.
- Razones y motivos para hacerlo.
- Forma en que se realizó.
- Resultados: cuáles son, qué tan significativos, valiosos y útiles son.

En esta primera parte, se presenta la **información de manera objetiva**, es decir sin comentarios ni valoraciones. Se presenta la síntesis de la información obtenida (el resumen realizado con las ideas principales).

2) Análisis crítico de la información para discriminarla. Este análisis se realiza para establecer:

- Qué resultados importantes hubo.
- Qué hallazgos o descubrimientos permite establecer la información encontrada.
- Qué tan objetiva, honesta, recta y válida resulta la información o qué tan subjetiva, manipulada, desviada o distorsionada, no- significativa y poco pertinente.
- Qué tan actual y vigente o qué tan poco actualizada.

3) Comentarios o juicios críticos de la información obtenida en relación con lo que se pretendía lograr con ella (satisfacción de una necesidad, solución de un problema, logro del objetivo).

- Qué tan completa o incompleta, suficiente o insuficiente, objetiva o manipulada, resultó la información para lograr el objetivo.
- Qué tan útil fue para resolver el problema o para satisfacer la necesidad.
- Por qué es útil o por qué no lo es.

4) Conclusiones. Afirmaciones categóricas y breves derivadas de los hallazgos o resultados esperados y no esperados, establecidos en el análisis y en los comentarios críticos.

Al elaborarlo por sus peculiaridades se define su **formato y estructura**.

Tipos de informes:

A) Informe técnico

El informe técnico (la tesis, la tesina) es el elemento comunicacional a través del cual, el investigador pone en manos del público los resultados de su investigación.

Su misión es dar a conocer, con la menor cantidad de recursos, el método, los hallazgos, las explicaciones y las conclusiones que se lograron durante el tiempo que duró la investigación.

Estructura general de un informe	
Partes principales	
Presentación	Capítulos secundarios (contenidos)
	Portada
	Contraportada
	Dedicatoria
	Agradecimiento
	Índice
	Prólogo o prefacio (si lo hubiera)
Introducción	El autor
	La motivación o justificación
	Importancia del tema
	El problema y los métodos

	El estatus de las explicaciones existentes
	Los objetivos
	La contribución o aportes
	Alcance y limitaciones
Cuerpo	El problema de la investigación
	El marco teórico, incluyendo hipótesis y variables
	La metodología de la investigación
	Las mediaciones, análisis y comprobaciones
Conclusiones	Conclusiones generales y particulares
Complementos	Apéndice(s) y nomenclatura(s)
	Anexo(s) y glosario
	Bibliografía
	Otros índices si los hubiera

Descripción de algunas partes del informe:

INTRODUCCIÓN. Este capítulo introduce al lector en el ámbito del problema. Al leer una introducción el lector sabrá acerca de qué trata el trabajo, que de interesante tiene y que método utilizó para ello. Una introducción informa:

- Sobre la preparación del autor para llevar a cabo ese trabajo.
- El origen o la motivación que condujo a realizarlo.
- La importancia científica del tema.
- El problema tratado, las explicaciones existentes alrededor del tema.
- Los objetivos generales y particulares perseguidos por el investigador.
- Los aspectos novedosos y contributivos de su trabajo.
- El contexto de la investigación.
- El alcance y limitaciones de las conclusiones.
- El agradecimiento sincero a quienes colaboraron de una u otra manera a realizar el trabajo.

Es importante recordar que la introducción se hace después que se ha terminado el trabajo, por lo tanto se redacta predominantemente en tiempo presente o pasado y en forma impersonal.

EL CUERPO DEL INFORME. Está compuesto por los principales elementos informativos y analíticos del trabajo: el problema, el marco teórico y la metodología.

Después de la introducción, se puede comenzar bien por el Planteamiento del problema como por la metodología. Es más común comenzar por el primero, se exponen los elementos constitutivos y contextuales que conforman el área problemática, plantear las interrogantes y luego redactar el método empleado para lograr las respuestas (los resultados). Ambos tienen que ser exhaustivos en cuanto al "qué", "el dónde", "el cómo", "el cuándo", "el cuánto", etc. Las brechas que se dejan abiertas en estos puntos debilitan la consistencia de los argumentos y por ende la calidad del trabajo.

Tips. Trata siempre de reforzar tus opiniones u observaciones con referencias a otros autores.

MARCO TEÓRICO. Corresponde a la parte analítica de la investigación. Contiene las respuestas a la formulación del problema, por lo tanto, está compuesto por un conjunto de argumentaciones o razonamientos que pretenden demostrar que las ideas que contiene son verdaderas. Esto nos obliga a un desarrollo compositivo de nuestros razonamientos de una forma ordenada, lógica y sistemática.

Forman parte del marco teórico, los antecedentes de otras investigaciones similares a las nuestras. Aportes y "lagunas" pendientes por rellenar dejadas por ellas. La terminología particular y básica que maneja la investigación. El argumento explicativo o la teoría propiamente dicha. También **las hipótesis, las variables y los indicadores** de éstas.

Tips. Trata siempre de reforzar tus argumentos con referencias a otros autores.

HIPÓTESIS. Éstas concentran el pensamiento del investigador la mayoría de las veces, en términos de causa y efecto. La claridad y precisión en su redacción es la diferencia entre ser correctas o incorrectas. Una hipótesis mal redactada destruye una investigación. Por lo dicho, es innecesario remarcar lo importante del tema.

CONCLUSIONES. Resumen las demostraciones que se realizaron durante el análisis de los datos, es decir, todo lo que quedó en claro y demostrado en el cuerpo del trabajo investigativo. Por lo tanto, son informativas tanto en su forma como en el fondo. Las conclusiones deben satisfacer los objetivos de la investigación planteados en la introducción.

B) Informe demostrativo

Es aquel en el que se parte de una tesis y se busca durante todo el documento la comprobación de ésta a partir de argumentos bien definidos.

El emisor maneja información concreta para un determinado receptor. Su intención es llegar a un conocimiento exacto de la realidad.

Elementos de un informe demostrativo:

- **Portada:** incluye el nombre de la institución o empresa, título del estudio, subtítulo, nombre del autor, a quién se presenta, así como lugar y fecha.
- **Abstract (extracto):** es un texto breve, objetivo y específico donde se resumen las ideas esenciales de un trabajo. Se coloca una página después de la portada. Equivale a un 5 por ciento del contenido total. No se deben incluir citas, gráficas o evidencias.
 - **Abstract temático:** es como una tabla de contenido objetivo; expresa en forma breve de qué trata el informe.
 - **Abstract informativo:** comprende tanto información de contenido como opiniones sobre el mismo.

- **Índice:** es la organización de temas y subtemas en forma jerárquica y dependiente. Metodológicamente se recomienda utilizar el sistema decimal, el de números romanos o el de letras, con las subdivisiones correspondientes.

Índice	Pág.
Abstract I	
Introducción III	
1. _____	1
1.1 _____	2
1.2 _____	3
1.3 _____	4
2. _____	5
2.1 _____	6
2.2 _____	7
2.1.1 _____	9
2.1.2 _____	10
3. _____	11
Conclusiones, recomendaciones y sugerencias	14
Apéndices y nomenclaturas	15
Notas o referencias	16
Biografía	17

- **Introducción:** Se explican **Objetivos, Método, El por qué del contenido, Metas** y otros aspectos de importancia en la elaboración. Se recomienda escribirlo cuando se haya concluido la redacción final, ya que durante el desarrollo ocurren hechos o cambios que necesitan incluirse y explicarse en este apartado.
- **Cuerpo del trabajo (desarrollo):** es necesario revisar los esquemas de la estructura del párrafo, ideas principales y el de la estructura de un escrito, con el fin de darle un orden adecuado a la información que se maneje.
 - **INTRODUCCIÓN:** Expone claramente la idea que se quiere transmitir.
 - **DESARROLLO:** Argumenta, ejemplifica, ilustra y refuerza.
 - **CONCLUSIÓN:** Concluye asertivamente.
- **Conclusiones, recomendaciones y sugerencias:** se pueden redactar de dos maneras:
 - a) **Globalmente:** se integran los aspectos de más importancia en un texto que resume las ideas básicas. Estilo claro, conciso, fluido, con frases cortas y tono asertivo.
 - b) **Con base en incisos:** se revisan los contenidos del informe y se resume lo de mayor trascendencia en cada uno de ellos. Se retoman las ideas clave de cada parte y se ordenan por incisos de acuerdo como fueron surgiendo.
- **Apéndices y nomenclaturas:** los apéndices son documentos adicionales que complementan el informe. Se incluyen para apoyar el contenido del mismo cuando el o los receptores lo requieren. Las nomenclaturas se agregan para aclarar el significado de símbolos y abreviaturas.

- **Notas o referencia:** también conocidas como citas, deben trabajarse de acuerdo con la metodología para la investigación. Hay que entrecomillar las citas textuales. Cuando se parafrasean ideas o fragmentos sólo hay que hacer las referencias o incluir las fuentes en la bibliografía.
- **Bibliografía:** también debe apegarse a la metodología para la investigación para aclarar cómo se citan libros, revistas, artículos, periódicos, etc.

Recomendaciones en la técnica, estilo y presentación del informe:

- Usa frases cortas, lenguaje directo.
- Revisa la ortografía y la puntuación: consulta las dudas en diccionarios especializados.
- Evita ambigüedades.
- Sé objetivo, cuida el tono.
- Conserva un orden lógico en los párrafos, destaca las ideas principales.
- Fundamenta tus opiniones: argumenta.
- Incluye los datos necesarios.
- Cuando el informe sea muy extenso, divídelo en partes.
- No falsees o equivoques datos y términos.
- Evita las contradicciones.
- No dejes datos incompletos.
- Evita repeticiones.
- Sé pulcro.
- Cuida la tipografía y la disposición de las partes.

C) Informe simple

Es el informe que sirve para responder a una solicitud, que generalmente, requiere una cierta investigación y reunión de datos para informar a alguien sobre los resultados de la misma.

Para redactar un documento de este tipo se puede responder al siguiente esquema de preguntas:

- a. ¿Qué es lo que se investiga exactamente?
- b. ¿Por qué?
- c. ¿Según qué método?
- d. ¿Cuáles son los resultados?
- e. ¿Cuáles son las conclusiones?

De éstas resultan en una estructura básica fija para un informe de investigación:

- **Introducción** (entre otras la delimitación del objeto de investigación)
- **Descripción del problema**
- **Manera de trabajo**
- **Resultados**

○ **Conclusión**

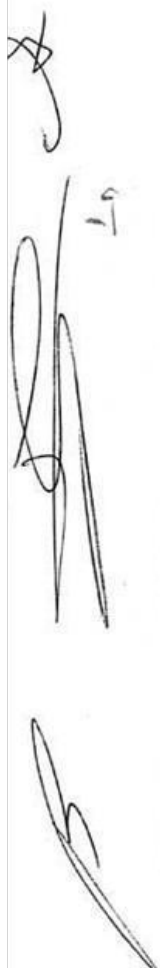
Los informes, generalmente son confidenciales. Tienen carácter formal, objetivo y claro, para que el lector pueda comprenderlos, especialmente si son informes de tipo técnico. Si también incluye anexos, éstos deben ir al final del informe, excepto cuando deben ilustrar lo que se está diciendo, como por ejemplo, una tabla de estadísticas.


Todas las personas físicas o morales tienen, en determinados momentos, la necesidad de rendir informe del cumplimiento de algún trámite, comisión u otro tipo de plan laboral. Es posible que el documento tenga la forma de un oficio con la diferencia de que la palabra informe queda como título, o bien, escrita en el mismo lugar del asunto.


Hay Informes Simples e Informes Compuestos. Los primeros se identifican con la presentación de ideas distribuidas con la sencillez de un oficio; los segundos pueden ser con párrafos clasificados, inserción de texto, tener más de una firma, etc.

Elementos del informe simple:

- a) **Sello oficial:** debajo del sello oficial debe consignarse también el nombre de la secretaría que gire el informe.
- b) **Datos de la organización:** incluye nombre, departamento o área a la que pertenece el informe, dirección, teléfono, e-mail, etc.
- c) **Cita de antecedentes:** se deben mencionar las características del documento que origina el reporte: número, fecha, expediente, para que el destinatario pueda localizar los antecedentes.
- d) **Lugar y fecha:** es la indicación del lugar, día, mes y año en que se formula el oficio.
- e) **Título del informe:** sobre qué se trata la información presentada.
- f) **Introducción o principio:** son las primeras expresiones contenidas en el cuerpo de la



 MINISTERIO DEL INTERIOR

 DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICÍA
COMISARÍA GENERAL DE POLICÍA CIENTÍFICA
Servicio de Análisis Científicos
Laboratorio Químico-Toxicológico

N/Ref.: 48-Q3-05
S/Ref.: Comisaría General de Información- Secretaría General.
R.S. 6684 de 14-3-05.

INFORME PERICIAL SOBRE DIVERSAS MUESTRAS

ANTECEDENTES

Procedente de la Secretaría General de la Comisaría General de Información, se han recibido en el Laboratorio Químico-Toxicológico, del Servicio Central de Análisis Científicos, de la Comisaría General de Policía Científica, las siguientes muestras:

- Muestra nº 1.- Una bolsa de plástico transparente, conteniendo en su interior polvo de color blanco, con un peso total de 101,5 gramos.
- Muestra nº 2.- Idem a muestra 1, con un peso total de 37,1 gramos.
- Muestra nº 3.- Idem a muestra 1, con un peso total de 100,3 gramos.
- Muestra nº 4.- Idem a muestra 1, con un peso total de 1001,3 gramos.
- Muestra nº 5.- Idem a muestra 1, con un peso total de 86,3 gramos.

Todo ello relacionado con Oficio de la U.CI. E., Brigada I de Terrorismo Internacional, Sección I, Grupo III, de 14-3-2.005, por Diligencia de Entrada y Registro practicada en el domicilio del detenido Hassan EL HASKI, sito en calle Papagayo, 9, letra D, de Playa Blanca-Yaiza (Lanzarote), por cuyo hecho se instruyen diligencias 38.366 de 16-12-2004 y Sumario 20/04 del Juzgado Central de Instrucción número 6 de la Audiencia Nacional.

Se solicita: Estudio, análisis e Informe Pericial.

DETERMINACIONES EFECTUADAS

De lo recibido se hicieron cargo los Facultativos del Cuerpo Nacional de Policía con Carné Profesional 9 y 11, Licenciados en Farmacia y CC. Químicas, respectivamente, y el Técnico del C.N.P. nº 155, Licenciado en CC. Químicas, quienes procedieron a utilizar las siguientes técnicas analíticas:

- 1 -

C/ Julián González Segador s/n
28043 - MADRID
TELÉFONO- 91 502 24 51
FAX- 91 552 25 41

circular y tiene por objeto ligar el asunto con los antecedentes.

g) **Cuerpo:** se expone con claridad y precisión el acuerdo, orden o resolución que ha recaído sobre el asunto que se trata, es decir, se detalla el contenido del informe.

h) **Fin o conclusión:** son las frases finales que sirven para expresar la ejecución del acuerdo u orden a que haya lugar o aquello que se esté solicitando o informando.

i) **Frase de cortesía:** en las comunicaciones que dirigen las oficinas públicas a particulares o a personas comunes, se pone como frase de cortesía sólo la palabra “Atentamente”.

j) **Lema:** es la divisa que emplea el gobierno para significar sus ideales.

k) **Antefirma:** es el nombre del que envía el documento más el título o cargo con que el firmante suscribe el oficio.

l) **Firma:** debe ser manuscrita.

m) **c.c.p.** siglas que significan “Con copia para” y va seguido del nombre de la persona o departamento al que se deberá entregar una copia del documento.

3.2.7 MINUTA

El termino Minuta de Reunión viene a reemplazar el de Acta de Reunión.

Oficialmente, en el mundo gubernamental, las minutas son el expediente escrito de una reunión o audiencia.

Proporcionan una descripción de la estructura de la reunión. Son elaboradas a menudo en el momento de la audiencia por un mecanógrafo o secretario, que puede registrar la reunión en taquigrafía, y posteriormente la mecanografía y la distribuye a los participantes.

Las minutas de ciertas entidades, tales como una junta directiva corporativa, se deben guardar y son documentos jurídicos importantes. Las palabras de participantes se registran con precisión, o con ligeras modificaciones, de modo que los comentarios de cada uno quedan incluidos.

Elementos de una minuta:

- **Nombre de la organización**
- **Título de la minuta**
- **Lugar y fecha:** se describe la hora, fecha y el lugar en el que se llevó a cabo la reunión.
- **Lista de los presentes**
- **Orden del día**
- **Acuerdos a los que se llegaron y/o puntos tratados**
- **Nombre y firma de los asistentes**

Las minutas entonces registran lo que sucede en una reunión, en el orden que los eventos suceden, sin prestar atención a si la reunión sigue o no la agenda preestablecida.

Función de las Minutas:

Su función primaria es la de registrar las decisiones tomadas sin distinción de su importancia. Si las decisiones se toman a través de mociones y votaciones, todas las proposiciones, acciones de secunda y el conteo de los votos deben ser registrados.

Es muy usual incluir en las minutas ciertos aspectos que pudieran ser catalogados de irrelevantes, por ejemplo: informes financieros que fueron presentados, una cuestión legal que fue discutida, que una persona llegó tarde (o se fue temprano) o tuvo una participación parcial. Muchas minutas terminan con una nota de la hora en que la reunión fue cerrada y la fecha de la próxima reunión si es que la va a haber.

Si los miembros del comité o del grupo convienen que la minuta escrita refleja lo que sucedió en la reunión, entonces ésta queda aprobada. Si hay errores u omisiones, estos pueden ser corregidos o aumentados posteriormente.



República Bolivariana de Venezuela
Comisión Presidencial para la Transformación de la
Administración Pública Nacional en Instrumento para la
Consolidación del Nuevo Estado Venezolano
Reuniones Previas a la Instalación Formal de la Comisión

MINUTA DE REUNION

Reunión N° 04
Fecha 10/09/02
Lugar Sala de Reuniones del piso 22, MPD
Minuta N° 004

Participantes:	
Nombre y Apellido	Institución
Nelson Méndez	Ministerio de Ciencia y Tecnología
Clodoaldo Rusián	Contraloría General de la República
Damaris Van Der Dijk	Vicepresidencia Ejecutiva de la República
Yadira Córdova	Ministerio de Ciencia y Tecnología
Jorge Berrizbeitia	Ministerio de Ciencia y Tecnología- CNTI
Rubén Ruisosco	Ministerio de Ciencia y Tecnología
Victor López	Ministerio de Finanzas
Enrique Soteldo	Ministerio de Finanzas - ONAFPE
Nancy García Rosales	Ministerio del Trabajo
Jorge Baralt	Ministerio de Planificación y Desarrollo
Antonio Quintín	Ministerio de Planificación y Desarrollo
Marnedy Ramos	Ministerio de Planificación y Desarrollo
Carlos Dávila	Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales
Yadira Espinoza	Contraloría General de la República
José Hernández	Contraloría General de la República
Gisela García	Tribunal Supremo de Justicia
María Navarro	Procuraduría General de la República
Rafael Chávez	Defensoría del Pueblo
Edgar Rojas	Banco Central de Venezuela
Miguelina F...	
Marcos Bar	
Héctor Ca	
Morelia Fe	
Nancy Ló	
Mariana de	
Karina de	
Carmen S	
Biliana Tri	
Per Kuruv	
Julio Fern	

del juego complementarias que regulen el proceso.

- Se propuso que frente a recursos escasos para la implementación de los Consejos tanto estatales como locales, el gobierno central podía estimular el proceso llamando a los gobernadores y alcaldes, explicando las ventajas del sistema y ofreciéndoles financiamiento, por ejemplo, a los 30 primeros que instalen los Consejos.
- Se resaltó el hecho de que la creación de los Consejos Locales implican un cambio en la concepción tradicional del proceso de planificación, por cuanto el mismo ahora va de "abajo" hacia "arriba", es decir, ahora es el ciudadano el que fija la agenda de prioridades para su comunidad.
- En cuanto al plazo establecido por la Ley para la instalación de los Consejos Locales, se señaló que reiteradamente se ha incurrido en el error de fijar plazos en las leyes que posteriormente no pueden cumplirse; sin embargo, más que hacer énfasis en los aspectos de índole normativo, es imprescindible el diseño e implantación de estrategias que permitan articular el sistema de planificación en todos los niveles.
- Dada la importancia de este proyecto, el mismo recibirá todo el apoyo por parte del MPD y de la Comisión Presidencial.

Agenda:
1.- Ponencia Central: Los Consejos Locales de Planificación Pública. Ponente: Ing. Miguel de Gregorio.
2.- Intercambio de Opinión.
3.- Conclusiones y cierre.

Puntos Tratados:
1.- El Ing. Miguel de Gregorio realizó una presentación sobre los Consejos Locales de Planificación Pública, abordando aspectos vinculados a su conformación y funcionamiento de acuerdo a la Ley. Informó que hasta los momentos se han dictado 52 micro-talleres a nivel nacional, con la intención de difundir y sensibilizar a las comunidades en relación al tema de los Consejos Locales de Planificación Pública. Por otra parte, indicó que la ley da las herramientas a los ciudadanos para canalizar sus necesidades e iniciativas, entre ellas, la "Sala Técnica". Preciso que existe avidez de participación por parte de los ciudadanos y que la misma no puede ser relegada bajo ningún pretexto, en tanto que es un mandato constitucional. Hizo énfasis en la necesidad de que se cumpla con el lapso de tiempo establecido en la Ley para la instalación del los Consejos Locales.
2.- Intercambio de Opinión: <ul style="list-style-type: none"> - En el marco de la exposición, se señaló que existen obstáculos a ser superados para garantizar una real participación ciudadana, citándose como ejemplo concreto, el hecho de que "legalidad" de las Asociaciones de Vecinos es decidida por las Cámaras Municipales, siendo el proceso de legitimación en muchas oportunidades de carácter político. - Se destacó el hecho de que no siempre el marco legal y la realidad coinciden. En términos jurídicos se ha avanzado, en tanto que las disposiciones constitucionales se han desarrollado mediante tres leyes que tratan de articular el sistema nacional de planificación; sin embargo, aun no se ha definido la "estrategia" que permitirá concretar el contenido de ese marco jurídico en la realidad. Se indicó que la "estrategia" de implantación debe tomar en consideración la naturaleza de las comunidades. En síntesis, es necesario definir cómo hacer para que la implantación atienda a la naturaleza de las comunidades y no que se imponga a la misma. - Parte de la estrategia debe considerar la necesidad de fortalecer y educar a las comunidades para que puedan insertarse de manera adecuada en el proceso de planificación local. - Se sugirió que el esquema de presentación del funcionamiento de los Consejos Locales de Planificación Pública debe ser simple, ello con la finalidad de que los ciudadanos puedan comprenderlo fácilmente y sean incentivados a participar. - Se recordó que las experiencias de participación ciudadana anteriores a la aprobación de la nueva Ley no han sido del todo positivas, por cuanto fueron muchos los casos en que los proyectos presentados por el ciudadano o las comunidades fueron plagiados por los alcaldes. Es necesario el diseño de reglas

Agenda Próxima Reunión:
El Ministerio de Ciencia y Tecnología hará una presentación sobre el proyecto "Alcaldía Digital".

3.3. PRESENTACIÓN DE UN TRABAJO

En el siguiente apartado se presentan algunas recomendaciones sobre cómo preparar e informar un trabajo de investigación. Cada institución educativa o universidad tiene sus reglas para la presentación escrita de este tipo de trabajo, así que este escrito es más bien una guía moldeable para realizar un trabajo de investigación.

El trabajo de investigación es un **trabajo individual o inédito (un estudio, una tesis) por medio del cual el estudiante o la persona interesada intenta aplicar, probar o profundizar los conocimientos adquiridos de una materia en particular.**

Sirve para desarrollar sus habilidades investigativas, ampliar los conocimientos adquiridos, o más importante aún, hacer que se desarrolle en él un espíritu crítico y una actitud positiva para enfrentarse a los problemas con disciplina científica y tomar decisiones correctas.

3.3.1 LA PROPUESTA INVESTIGATIVA

Una vez que el estudiante selecciona el tema sobre el cual debe girar su trabajo investigativo, debe someter un documento (propuesta) preliminar donde demuestre que conoce el tema seleccionado, tiene una noción clara del problema que intenta resolver, que está bien informado sobre el mismo, y tiene una idea de la importancia y aplicación (justificación) que tendrá su trabajo después de realizado. Basándose en la propuesta de investigación, los interesados en la misma decidirán si se autoriza al estudiante a desarrollar el mismo.

Qué debe incluir la propuesta investigativa:

- Lo que se va a estudiar (definición del problema).
- Qué se intenta conseguir con el estudio o trabajo (metas y objetivos).
- Qué se sabe actualmente sobre el tema elegido (antecedentes, revisión literaria).
- Qué provecho práctico se le puede sacar a su trabajo (justificación).
- Qué conocimientos teóricos se requiere para sustentar el mismo (marco teórico).
- Qué materiales y estrategias se seguirán para desarrollar su trabajo (metodología).
- Qué calendario de actividades (planes) se llevará a cabo para realizar el proyecto.
- Qué no será cubierto en el trabajo (límites).
- Qué se obtendrá al finalizar el trabajo (resultados).

3.3.2 PARTES QUE INTEGRAN UN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Al concluirse una investigación, el investigador debe presentar sus resultados de una forma que puedan ser usados por otros. La manera más común es el reporte. Muchos reportes de investigación siguen un conjunto de reglas de formato y estilo.

- El **formato** se refiere al patrón general de organización y arreglo del reporte.
- El **estilo** se refiere a las reglas de gramática, uso de mayúsculas, puntuación, referencias y el tipo de letra utilizado en el reporte.

El formato depende de la naturaleza de la publicación. Es conveniente conocer la información específica concerniente al formato usado en la universidad o publicación donde se pretende escribir. Hay que verificar aspectos como el tamaño de la hoja, el ancho de los márgenes y el tamaño y estilo de los tipos de letra. Si no hay una limitación particular en cuanto a formato y estilo, se recomienda seguir el manual de **APA** o los formatos usados por la **IEEE**.

Esqueleto del trabajo de investigación:

Este es un ejemplo esquelético de cómo debe quedar el escrito de un trabajo de investigación o tesis. Si tienes un buen procesador de palabras como Word o WordPerfect realiza cada división como se muestra en el contenido. Consulta al maestro para averiguar qué secciones desea él que incluyas. Secciones:

CONTENIDO					
<i>Presentación</i>	<i>Información previa</i>	<i>Introducción</i>	<i>Desarrollo</i>	<i>Conclusión</i>	<i>Información de complemento</i>
-Hoja de presentación	-Dedicatoria Agradecimiento -Índice -Lista de tablas - Lista de figuras -Lista de anexos -Resumen o abstract	-Planteamiento del problema -Revisión de la literatura - Objetivos - Hipótesis -Justificación -Alcance	-Marco teórico -Metodología -Resultados -Discusión de resultados	-Conclusiones Recomendaciones	-Bibliografía -Apéndice

Cómo escribir un reporte de investigación:

- ¿Cuál es el problema? (Introducción)
- ¿Cómo fue resuelto el problema? (Métodos)
- ¿Qué es lo que se encontró? (Resultados)
- ¿Qué significan los resultados? (Discusión)
- ¿Cómo pueden resumirse los resultados? (Sumario o conclusiones)
- ¿Qué es lo que debería hacerse? (Recomendaciones)

3.3.2.1 HOJA DE PRESENTACIÓN

Incluye el título de la investigación, el nombre del autor o de los autores y su afiliación institucional, o el nombre de la organización que patrocina el estudio, así como la fecha en que se presenta el reporte. El orden es el siguiente:

- **Nombre de la institución y logotipo**
- **Nombre del departamento o área que involucra el estudio**
- **Título de la investigación**

- Nombre (s) de quien (es) presenta (n)
- Nombre del asesor, director o coordinador del proyecto.
- Fecha

El **título** de la investigación a realizar, debe ser claro, preciso y completo. Está destinado a indicar **dónde, qué, cómo y cuándo**, en forma clara y sucinta indica el lugar a que se refieren los datos, el fenómeno que se presenta, las variables que se interrelacionan, y la fecha a que se refiere la información.

3.3.2.2 ÍNDICE

Incluye los títulos de apartados y sub-apartados y su ubicación relativa en el cuerpo del informe.

Las páginas preliminares establecen la organización del reporte e indican donde se encuentra cada componente, tabla y figura. El material ilustrativo que aparece en el reporte se indica de dos maneras: **una lista de tablas y una lista de figuras.**

INDICE	
INTRODUCCIÓN	1
I. MARCO TEORICO	2
1.- ESTRUCTURA DEL SISTEMA EDUCATIVO ESPAÑOL	2
2.- EL MODELO 3P DE APRENDIZAJE.	3
3.- LOS ENFOQUES DE APRENDIZAJE	5
3.1.- LA MOTIVACIÓN EN EL APRENDIZAJE.	8
3.1.1.- MOTIVACIÓN INTRÍNSECA.	11
3.1.2.- MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA.	11
3.1.2.1. CLASIFICACIÓN DE LOS REFUERZOS:	12
3.2.- ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE.	13
3.2.1.- CLASIFICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	14
3.3.- CONSISTENCIA ENTRE MOTIVOS Y ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	16
3.4.- CLASIFICACIÓN DE LOS ENFOQUES DE APRENDIZAJE.	18
3.4.1.- EL ENFOQUE SUPERFICIAL (SA)	18
3.4.2.- EL ENFOQUE PROFUNDO (DA)	20
3.4.3.- EL ENFOQUE ALTO RENDIMIENTO (AA)	22
4.- EL RENDIMIENTO ESCOLAR	25

- Una **TABLA** es generalmente un arreglo de palabras, números y signos, o combinación de estos en columnas paralelas con el propósito de mostrar cierta información de manera compacta y comprensiva.

- Por otra parte, una **FIGURA** es una ilustración gráfica diferente a una tabla: una gráfica, una fotografía, un diagrama, un diagrama a bloques, un dibujo, un bosquejo u otra representación gráfica para comunicar y complementar las palabras.

- La página de **AGRADECIMIENTO** remite expresar la apreciación a las personas que han contribuido significativamente en la elaboración del reporte.

3.3.2.3 RESUMEN O ABSTRACT

Constituye una versión concisa del planteamiento del problema, objetivos, método, resultados más importantes y las conclusiones más relevantes. Su extensión máxima puede variar, de acuerdo a la extensión del trabajo, entre 120 a 320 palabras.

3.3.2.4 INTRODUCCIÓN

La sección de introducción de un reporte de investigación se encuentra ya escrita si el investigador cuidadosamente desarrolló un plan de trabajo previo al inicio de la investigación.

Esta sección incluye una **descripción del problema, una revisión de la literatura relacionada, el establecimiento de objetivos y de una hipótesis, así como la definición de términos y la justificación y limitaciones del trabajo.**

- La **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA** significa formular un problema, caracterizarlo, definirlo, enmarcarlo teóricamente, sugerir propuestas de solución para ser demostradas, establecer unas fuentes de información y unos métodos para recoger y procesar dicha información. Se debe por lo tanto, sintetizar la cuestión proyectada para investigar, generalmente a través de un interrogante.

- La **REVISIÓN DE LA LITERATURA** significa darle a los lectores una **comprensión de las contribuciones relevantes previas al problema** de forma que se pueda ubicar mejor el por qué el presente proyecto de investigación fue tomado. Es importante, identificar los textos y autores utilizados en el proceso de la investigación. Se debe dar referencias de los autores consultados, definir cómo se pueden agrupar; las opciones para agruparlos son muchas, lo importante es ordenar el material de consulta. También es conveniente definir los textos o medios utilizados como por ejemplo Internet, entrevistas, qué tipo de libros se consultaron, qué repercusión tuvieron en el mundo intelectual, en qué momento aparecieron, etc.

- El apartado de **OBJETIVOS** presupone el logro esperado para las respuestas expresadas en la hipótesis. **Es el propósito de la investigación.** Responde a la pregunta: ¿PARA QUÉ?, ¿QUÉ SE BUSCA CON LA INVESTIGACIÓN? Un objetivo debe redactarse con verbos en infinitivo que se puedan evaluar, verificar, refutar en un momento dado. Puede redactarse un **objetivo general** acompañado de varios **objetivos específicos**. Es importante tener presente que se deben plantear únicamente aquellos objetivos que se puedan cumplir, estos deben ser explícitos y deben retomarse para ser analizados en la conclusión. Los objetivos han de prepararse de manera ordenada, sistemática y profunda.

- La (o las) **HIPÓTESIS** lógicamente deben seguir a la revisión de la literatura o estar basadas en las implicaciones de investigaciones previas.

- La introducción incluye también una definición operacional de **TÉRMINOS USADOS** en el estudio, los cuales no tienen un significado común conocido. Aunque algunas instituciones requieren la definición de términos en una sección de la introducción, es una práctica común definir cada término la primera vez que aparezca en el reporte.

- El apartado de **JUSTIFICACIÓN** responde a la preguntas ¿por qué se eligió realizar la investigación o proyecto?, ¿cuál es la importancia real del mismo para una población o grupo social?, ¿qué problemática está contribuyendo a solucionar?, ¿por qué es necesario el trabajo. Se puede responder en términos profesionales o personales. Lo esencial es validar el trabajo, demostrar que lo que se investiga constituirá un aporte enriquecedor tanto para el investigador como para la materia que es objeto de estudio.

- El término **ALCANCES** se refiere a la magnitud del proyecto, es decir, hasta dónde puede contribuir la solución, alternativa o estudio que se lleva a cabo. El alcance puede tratarse de: número de personas, tiempo, lugar o espacio, características demográficas y psicológicas, etc. Incluye hasta dónde pretende llegar la investigación. Un trabajo no necesariamente debe arribar a conclusiones absolutas, bien puede plantear problemas o brindar un marco claro de ideas sobre el asunto tratado.

3.3.2.5 TEXTO O CUERPO DEL TRABAJO

La sección de **MARCO TEÓRICO O REVISIÓN DE LA LITERATURA** debe ser una búsqueda detallada y concreta donde el tema y la temática del objeto a investigar tenga un soporte teórico, que se pueda debatir, ampliar, conceptualizar y concluir. Ninguna investigación debe privarse de un fundamento o marco teórico o de referencia. Incluye los siguientes aspectos:

- **Fundamentos teóricos:** planteamientos escritos sobre el tema que va tratar en su objeto de investigación.

- **Antecedentes del problema:** son las investigaciones que se han hecho sobre el objeto de investigación y que pueden servir para ampliar o continuar su objeto de investigación.

- **Elaboración de hipótesis:** es una proposición de carácter afirmativo enunciada para responder tentativamente a un problema. Se plantea con el fin de explicar hechos o fenómenos que caracterizan o identifican al objeto de conocimiento.

➤ La sección del **MÉTODO** debe incluir un informe ordenado y detallado de lo que se hizo. Debe incluir una descripción de la técnica analítica, numérica o simulación, diseño de investigación, procedimiento, suposiciones y limitaciones.

- En un estudio **teórico**, las técnicas analíticas o numéricas usadas, las razones para incluirlas, y sus limitaciones deben ser presentadas.

- En un estudio **experimental**, la descripción de los instrumentos debe identificar y describir todas las instrucciones usadas para recolectar los datos pertinentes al estudio, sean éstos pruebas, gráficas o fotografías.

- La descripción del diseño es especialmente importante en un estudio experimental. Los métodos deben ser lo suficientemente claros de manera que alguien pueda seguir el informe y repetir el trabajo.

Aspectos a considerar en la metodología:

- **Diseño de técnicas de recolección de información:** qué parámetros se van a utilizar, si se apoya en datos estadísticos o cualitativos, a partir de qué herramientas se va a buscar la información.

- **Población y muestra:** cualquier conjunto de unidades o elementos como personas, fincas, municipios, empresas, etc., claramente definidos para el que se calculan las estimaciones o se busca la información. Deben estar definidas las unidades, su contenido y extensión.

- **Técnicas de análisis**

- **Guía de trabajo de campo**

- **Procedimientos:** resumen de cada paso en el desarrollo de la investigación. Cuando se emplean métodos o procedimientos ya descritos en la literatura, se deben citar las referencias correspondientes.

➤ La sección de **RESULTADOS** debe incluir **lo que se encontró - los hechos- sin interpretación**. Por esta razón, los resultados y los métodos son generalmente las partes más fáciles de escribir en el reporte. Deben usarse tablas y figuras para complementar y clarificar el informe.

- Las **tablas** presentan datos numéricos en renglones y columnas, mientras que las figuras son generalmente presentaciones gráficas de los datos.

- Las tablas y las figuras bien hechas deben ser organizadas y auto-explicativas; es mejor usar dos tablas (o figuras) que una sola en la que los datos se amontonan.
- Deben ser consistentes por sí solas, esto es, que se puedan entender sin recurrir a un texto adicional. Deben acompañarse por subtítulos que sean auto-explicativos.

➤ La sección de **DISCUSIÓN** habla de **lo que significa el trabajo, de cómo los resultados pueden ser interpretados a la luz de los objetivos establecidos.**

- La discusión debe presentar principios, relaciones, y generalizaciones que salgan del trabajo. Esta es la parte más creativa del reporte.
- Aquí es donde se puede especular acerca del significado de los resultados de la investigación y tejer un cuadro interpretativo. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las interpretaciones son subjetivas y que los lectores pueden o no estar de acuerdo.
- Hay que mostrar cómo los resultados y las interpretaciones concuerdan o contrastan con trabajos previamente publicados.
- Hay que discutir las implicaciones teóricas y prácticas del trabajo. Es de primordial importancia reiterar en las limitaciones de los estudios.

3.3.2.6 CONCLUSIÓN

Los requisitos para las conclusiones, ya sea un **sumario o recomendaciones**, depende de las preferencias de la institución o del director de investigación. Un resumen y un sumario son similares, por lo que raramente se encuentran ambos en el mismo reporte. Cada uno de éstos revisa los puntos principales del reporte desde el principio hasta el fin y deben ser completos por sí mismos.

Dado que mucha gente lee el sumario o el resumen para determinar la relevancia del estudio en sus necesidades particulares, éste debe describir los aspectos más importantes del estudio. El lector debe ser capaz de decir a partir del sumario de que trata exactamente el estudio y lo que se encontró. Un sumario no debe abarcar más de un párrafo o dos.

- Las **CONCLUSIONES** solamente **deben reiterar los descubrimientos principales**. Y deben ser soportados por argumentos claros provenientes de los resultados experimentales. Aquí se deben retomar los objetivos que se plantearon en la introducción, si alguno no se cumplió, se deben dar las razones que justifiquen por qué no fue posible llevarlo a cabo. Es importante consignar los problemas que se afrontaron a lo largo de la investigación.
- Las **RECOMENDACIONES** son una lista de propuestas de acción a seguir de acuerdo a la conclusión a la que se han llegado. Deben formular preguntas como: **¿qué hacer a partir de aquí? Esto es, ¿qué posibles caminos de investigación futuros pueden explorarse?** Si el trabajo es teórico, se tiene la libertad de sugerir verificaciones experimentales del trabajo o cualquier posible revisión o adición a la teoría existente. Si se tienen ideas o referencias de como las recomendaciones se pueden llevar a cabo hay que indicarlas en esta sección.

3.3.2.7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Constituye las referencias empleadas por el investigador para la elaboración del marco teórico y el análisis de los resultados. La forma de organizar la literatura o referencias empleadas varía de acuerdo con

la rama de la ciencia y exigencias de cada grupo científico; sin embargo, se organizan al final del cuerpo y en orden de aparición.

La sección de referencias (o bibliografía) enlista todas las **fuentes actualmente citadas en el reporte y otras que sean significativas.**

- ✓ Una lista de **REFERENCIAS** cita **trabajos que específicamente soportan el trabajo tratado en el reporte.** Las referencias se enumeran en el orden en que aparecen en el reporte. A veces es mejor combinar numeración y orden alfabético.
- ✓ En contraste, una **BIBLIOGRAFÍA** cita **trabajos de apoyo o para lectura posterior.** Aquí es primordial listar las referencias en orden alfabético.

Las referencias (o la bibliografía) deben ser exactas y completas, pues cualquier error u omisión la hace inútil.

Cómo construir una referencia bibliográfica:

A. La forma apropiada para citar un **libro** es la siguiente:

APELLIDO DEL AUTOR, Iniciales de su nombre. Año. *Título*. Editorial. Edición. Nº de páginas

Por ejemplo:

DE LA FUENTE, J.A. 1994. *Zoología de Artrópodos*. Ed. McGraw-Hill. 1ª ed. 805pp

B. Si se trata de **un artículo de una revista** se hará del siguiente modo:

APELLIDO DEL AUTOR, Iniciales de su nombre. Año. Título del artículo. Nombre de la Revista. Volumen de la revista: páginas donde se encuentra el artículo.

Por ejemplo:

GONZÁLEZ, M. 2001. Filogenia de los cetáceos. *Naturaleza viva*. 25: 101-105

C. En el caso de **páginas web:**

APELLIDO DEL AUTOR, Iniciales de su nombre. Año. Título de la página. <dirección de la página> [Con acceso el: fecha de la última vez que se visitó dicha página]

Por ejemplo:

DOMÈNECH, J.L. 2002. Los tres periodos de la historia de Roma.

<<http://www.ciudadfutura.com/misteriosincas/romant04.htm>> [Con acceso el 20 de mayo de 2002]

En caso de faltar el autor se pondrá en su lugar la dirección de Internet (con lo cual ésta última ya no se pondrá más adelante). En caso de faltar la fecha se pondrá: fecha desconocida.

Hay que dudar de las webs que no llevan el nombre de su autor. En estos casos se recomienda buscar la misma información en otras cuyo autor sea evidente.

3.3.2.8 ANEXOS

Aquí se coloca **aquel material que debe estar en el trabajo de investigación pero que interrumpe el libre flujo de la lectura** del mismo. Estos pueden ser dibujos, diagramas, gráficas, tablas, etc.

- El **APÉNDICE** contiene aquellos materiales que son muy largos y que impedirían el flujo de la presentación si son incluidas en el cuerpo principal del reporte. En los apéndices se puede poner los **datos, mapas, programas de computadora, derivaciones muy extensas, tablas, figuras y cualquier otro detalle de métodos y resultados** que de alguna otra manera desordenarían indebidamente el cuerpo principal del reporte.
- También se puede incluir un **GLOSARIO DE TÉRMINOS** en el cual se colocan por orden alfabético aquellas palabras que por su naturaleza técnica o especializada pudiesen causar confusión en su entendimiento para cualquier lector del trabajo. Por lo cual, el glosario es una especie de diccionario especializado sobre el contenido de la investigación.

4. REFERENCIAS

Bibliografía

- Fonseca Yerena, Socorro (2005). Comunicación oral. Fundamentos y práctica estratégica. México: Pearson Educación.

- Rangel, Mónica (2003). Comunicación oral. Octava reimpresión. México: Trillas.

Páginas web

- Hernández Ríos, Angela 2014. Tipos de comunicación
< licangelahdez.files.wordpress.com/2014/01/unidad-ii-tipos-de-comunicacion-oeii.pdf> [Con acceso el 24 de febrero 2016]
- Hernández Ríos, Angela 2014. Redacción de documentos ejecutivos y técnicos
< licangelahdez.files.wordpress.com/2014/01/unidad-iii-redaccic3b3n-de-documentos-ejecutivos-y-tc3a9cnicos.pdf> [Con acceso el 24 de febrero 2016]
- Salinas. O. 2012. Comunicación informal
< olguissalinas.blogspot.mx/2012/03/comunicacion-informal.html> [Con acceso el 23 de febrero de 2016].