



E-LEARNING

Nivel 3



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

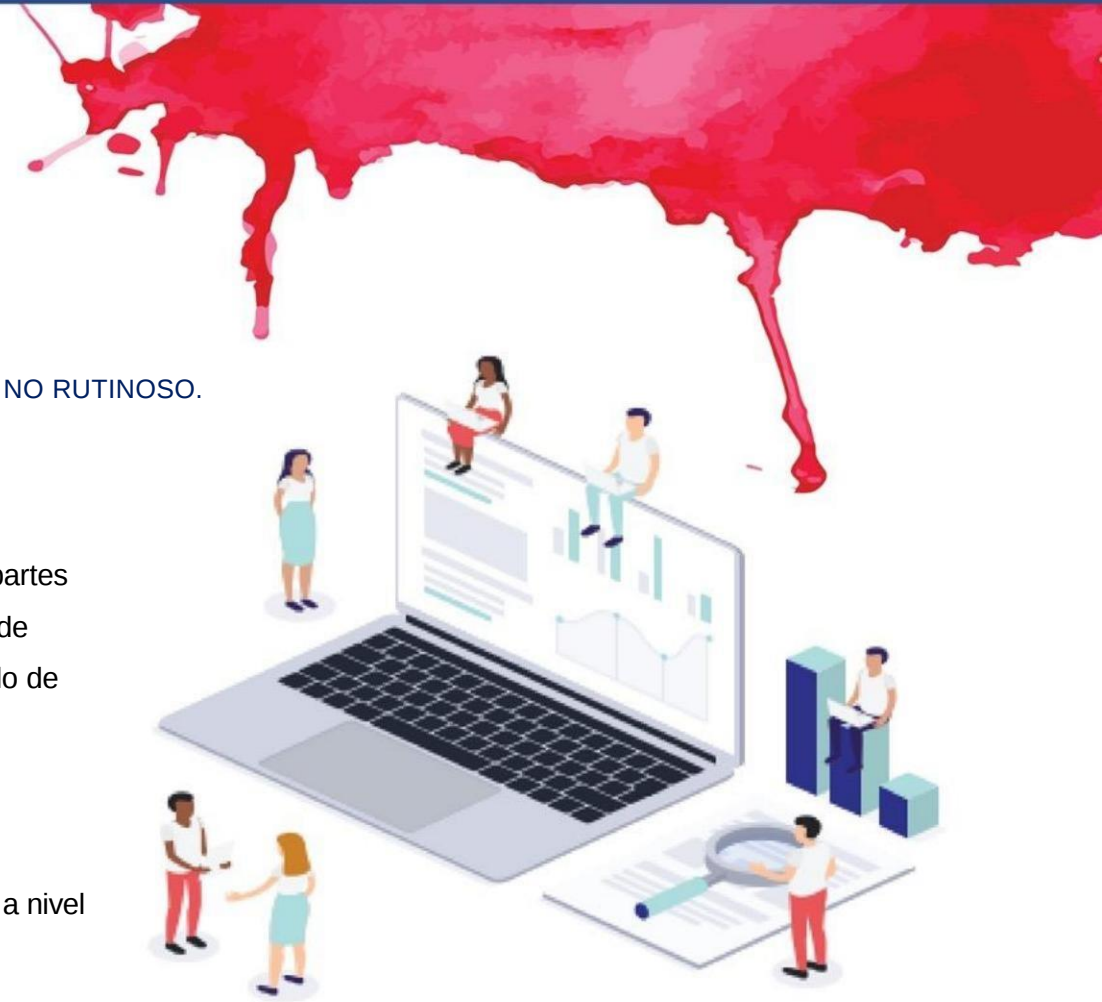
WA2: Comunicación y Marketing

3.4 UTILIZAR LAS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN ESCRITA PARA PRODUCIR TEXTO RUTINOSO Y NO RUTINOSO.

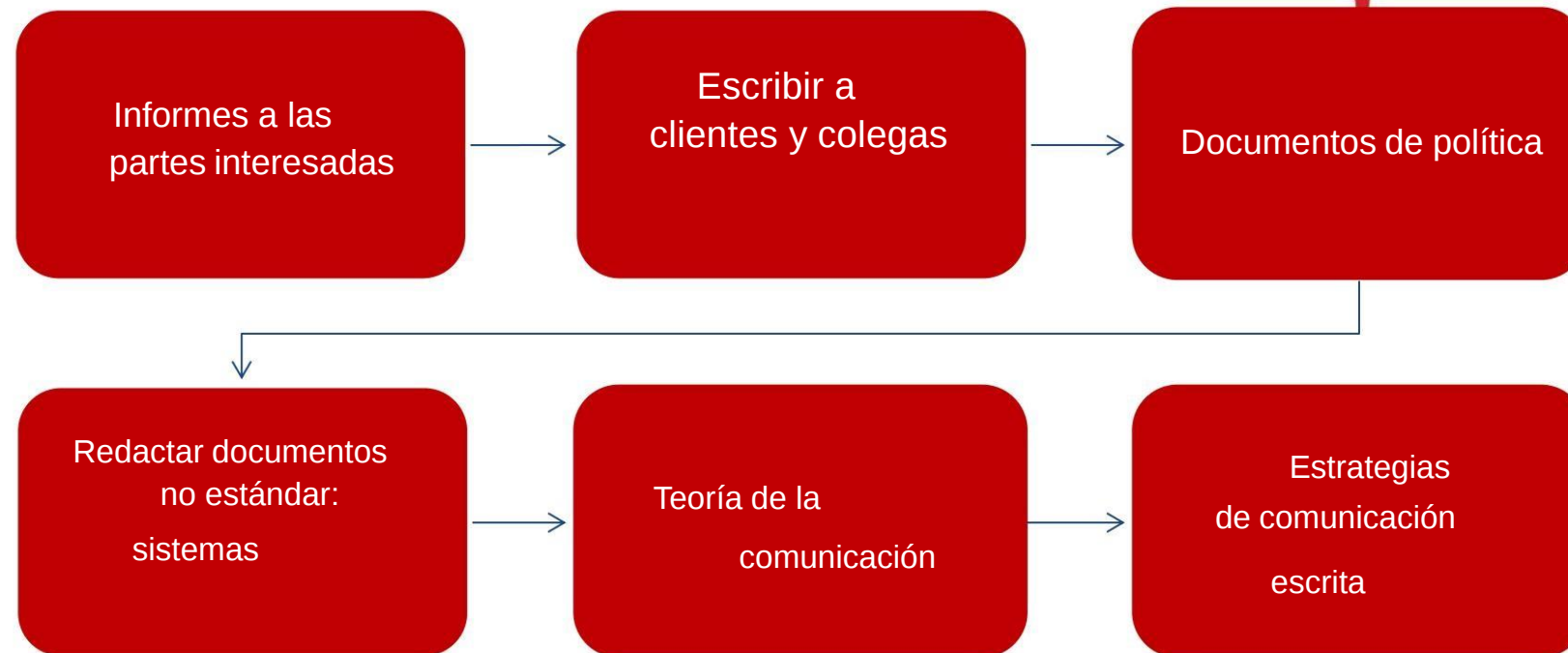
DOCUMENTOS DE RUTINA – REDACCIÓN DE INFORMES: PARTE C

LO3.22: Demostrar la capacidad de evaluar los requisitos de información escrita de colegas, clientes y partes interesadas; abarcando información cualitativa y cuantitativa, conocimiento tácito y explícito, documentos de política y opinión tanto oficiales como no oficiales. Responder a estas necesidades mediante el desarrollo de una comunicación escrita adecuada.

LO3.23: Mejorar y potenciar los sistemas de comunicación escrita como parte de un enfoque coherente a nivel de toda la organización para mejorar la calidad de la comunicación empresarial.



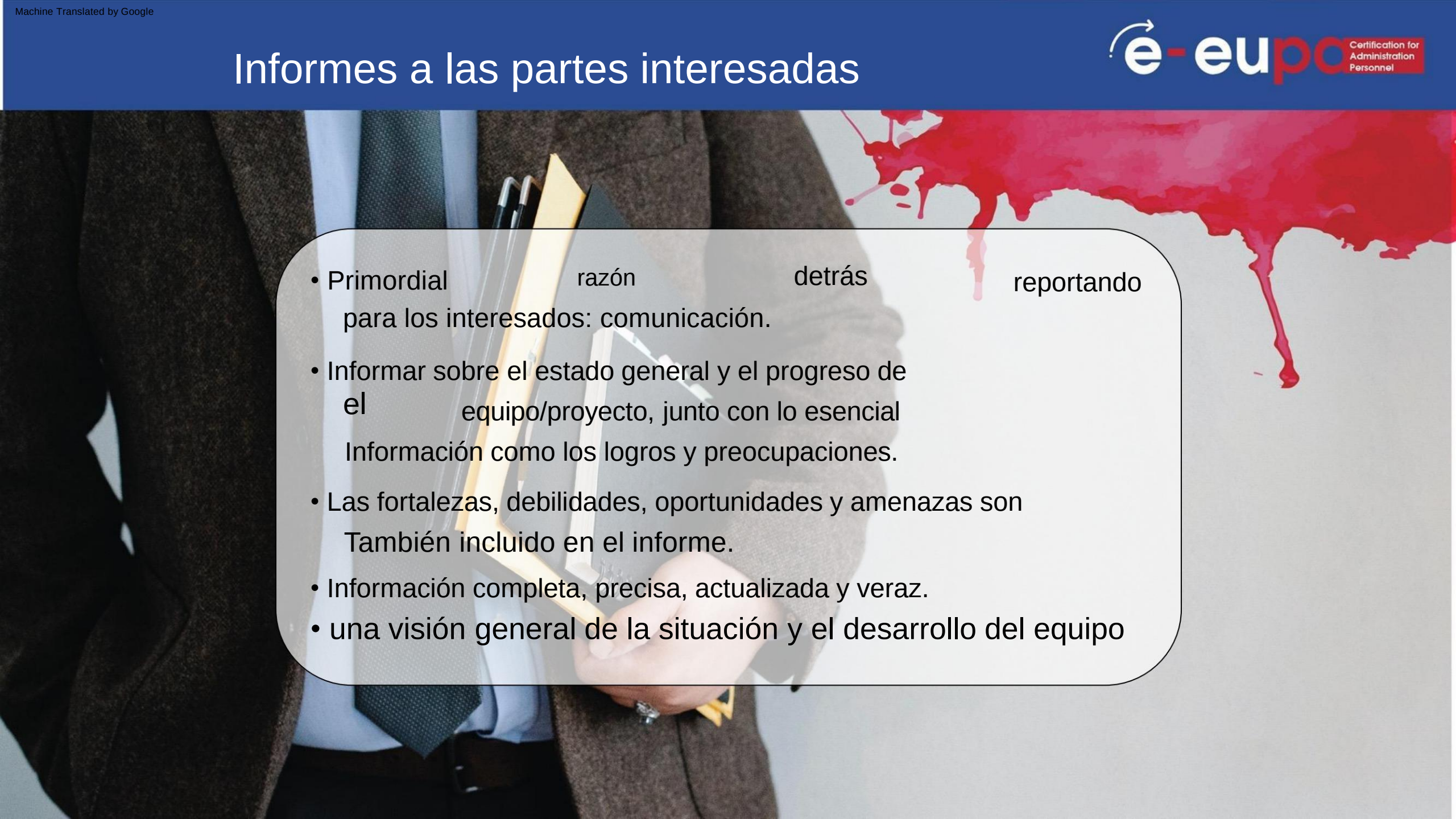
Mapa de ruta



Informes a las partes interesadas

- Parte interesada: una persona, un grupo o una organización que está interesada o involucrada en una organización.
- Pueden ser contadores, acreedores, empleados, directores, accionistas, agencias, sindicatos y proveedores, de los cuales la organización obtiene sus recursos.
- Los miembros y líderes de un equipo informan a las partes interesadas para proporcionar información sobre lo que está sucediendo en el grupo u organización.
- Un secretario de equipo está delegado en la compilación y preparación del informe final de los miembros del equipo.
- Los líderes de equipo también pueden crear su informe.

Informes a las partes interesadas

- 
- Primordial razón detrás reportando para los interesados: comunicación.
 - Informar sobre el estado general y el progreso de el equipo/proyecto, junto con lo esencial Información como los logros y preocupaciones.
 - Las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas son También incluido en el informe.
 - Información completa, precisa, actualizada y veraz.
 - una visión general de la situación y el desarrollo del equipo

Herramientas para informar a las partes interesadas

Evaluar los requisitos de la información escrita a través de:

- Encuestas/cuestionarios •
- Grupos focales •
- Entrevistas individuales •
- Discusiones informales •
- Comunicación escrita (por ejemplo, correos electrónicos)

Informes a las partes interesadas

- Proporcionar detalles importantes sobre las tareas, rutinas, estado y progreso.
- Incluir los detalles generales sobre el estado y el progreso de el equipo y el proyecto en sí.
 - desempeño diario, • logros • problemas.
 - Incluir acciones pendientes y priorización, así como acciones anteriores

Informes a las partes interesadas

Los informes pueden incluir datos tanto cualitativos como cuantitativos.

- Los datos cualitativos son de naturaleza más descriptiva y pueden expresarse mediante palabras, oraciones y párrafos.
- La información cuantitativa incluye números y cifras, que pueden expresarse eficazmente utilizando herramientas de presentación de datos como tablas, gráficos, cuadros y diagramas.

El lenguaje utilizado debe ser comprendido por todo tipo de lectores: se deben limitar las jergas y los acrónimos.

Puede incluir una parte del glosario

Informes a las partes interesadas

Utilice viñetas para enumerar información importante en el informe.

Utilice títulos y subtítulos como guía

Elementos importantes: •

Integridad • Exactitud

de los datos • Actualidad

• Veracidad

Requisitos: Información cuantitativa

Colegas

Diversos métodos de recopilación de datos cuantitativos para realizar un seguimiento de la productividad. Los datos se

pueden utilizar:

- Para clasificar a los empleados y las unidades de trabajo, y para otorgar aumentos o promociones.
- Para justificar el despido o la sanción de los trabajadores con un rendimiento deficiente .

Requisitos: Información cualitativa

Datos cualitativos

Los informes cualitativos contienen observaciones humanas.

- Observar a los trabajadores y registrar información sobre sus comportamientos, hábitos de trabajo y los tipos de obstáculos que los trabajadores deben superar para realizar sus trabajos de manera eficaz.
- Al recopilar dichos datos, debe minimizar las interacciones con los sujetos de sus observaciones.
- Solicite a cada supervisor departamental que compile informes de datos cualitativos.

Requisitos: compañeros

En algunos casos, los informes cualitativos pueden contradecir la información contenida en los informes cuantitativos.

- **Consideraciones**

La producción de informes cuantitativos y cualitativos puede resultar una tarea costosa y que requiere mucho tiempo.

Documentos de opinión

- Analizan la “minería de opiniones” •
Extraen las opiniones de las personas sobre las características de un servicio, producto u organización.

Ejemplo

- o La frase “Me encanta la función GPS del móvil XXXX” expresa una opinión positiva sobre la “función GPS” del teléfono.
- o “Función GPS” es la característica.

Documentos de opinión

- Puede basarse en información cualitativa, cuantitativa o ambas, dependiendo del tamaño de los datos y del tema.
- Suelen ser **SUBJETIVOS**

Escribir a clientes o colegas

- 
- Debemos dejar claro qué queremos que hagan.
 - En las acciones que se deben realizar, debe quedar claro cuáles de ellas son necesarias y cuáles son relativamente opcionales.
 - Los verbos may/can y should son los más adecuados para distinguir los casos de acción que esperas de aquellos a los que estás escribiendo.

Escribir a clientes o colegas

CUÁNDO USAR 'MUST'

DEBE



Una forma de expresar
requisitos que tienen
una necesidad definida.



Escribir a clientes o colegas

CUÁNDO USAR 'PUEDE'

PUEDE O PUEDE



Una forma de expresar
requisitos en los que hay un cierto
grado de elección involucrado



Escribir a clientes o colegas

CUÁNDO USAR 'SHOULD'

DEBERÍA



Una forma de expresar
una fuerte preferencia
por una acción particular.



Herramienta metodológica I



¿Debe, puede o debería?
E-EUPA_LO_3.22_M_001

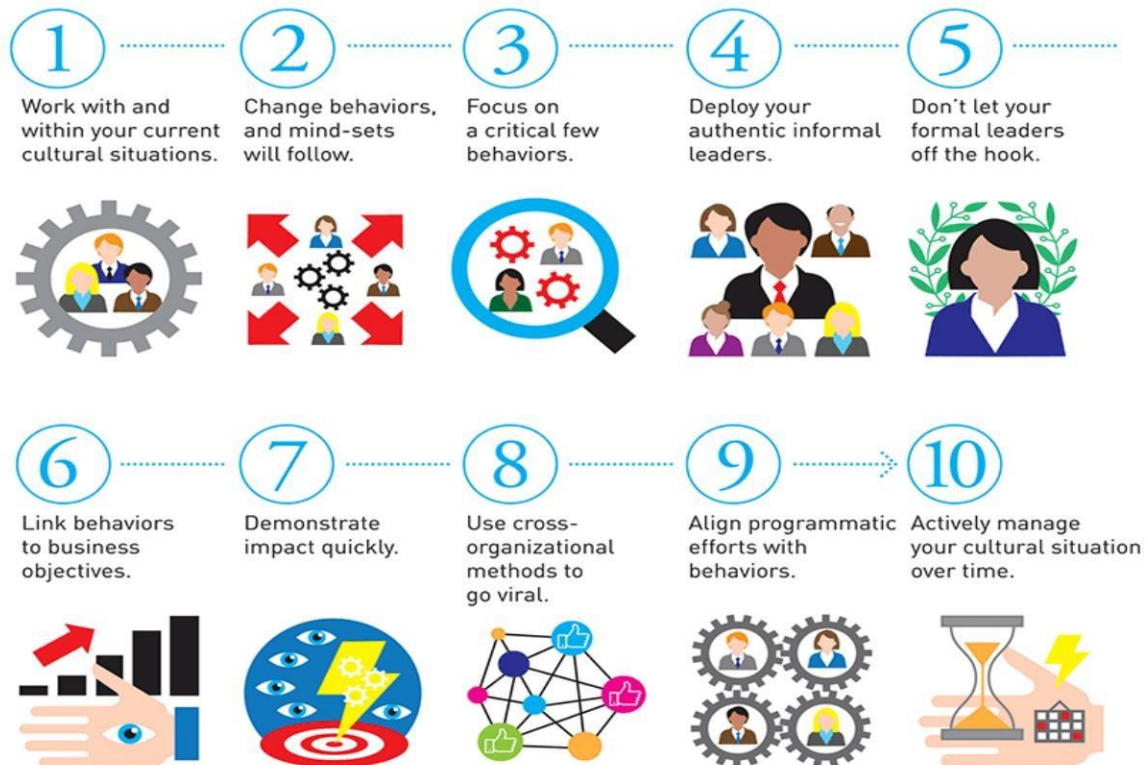
Documentos de política

Un documento de política eficaz debe incluir:

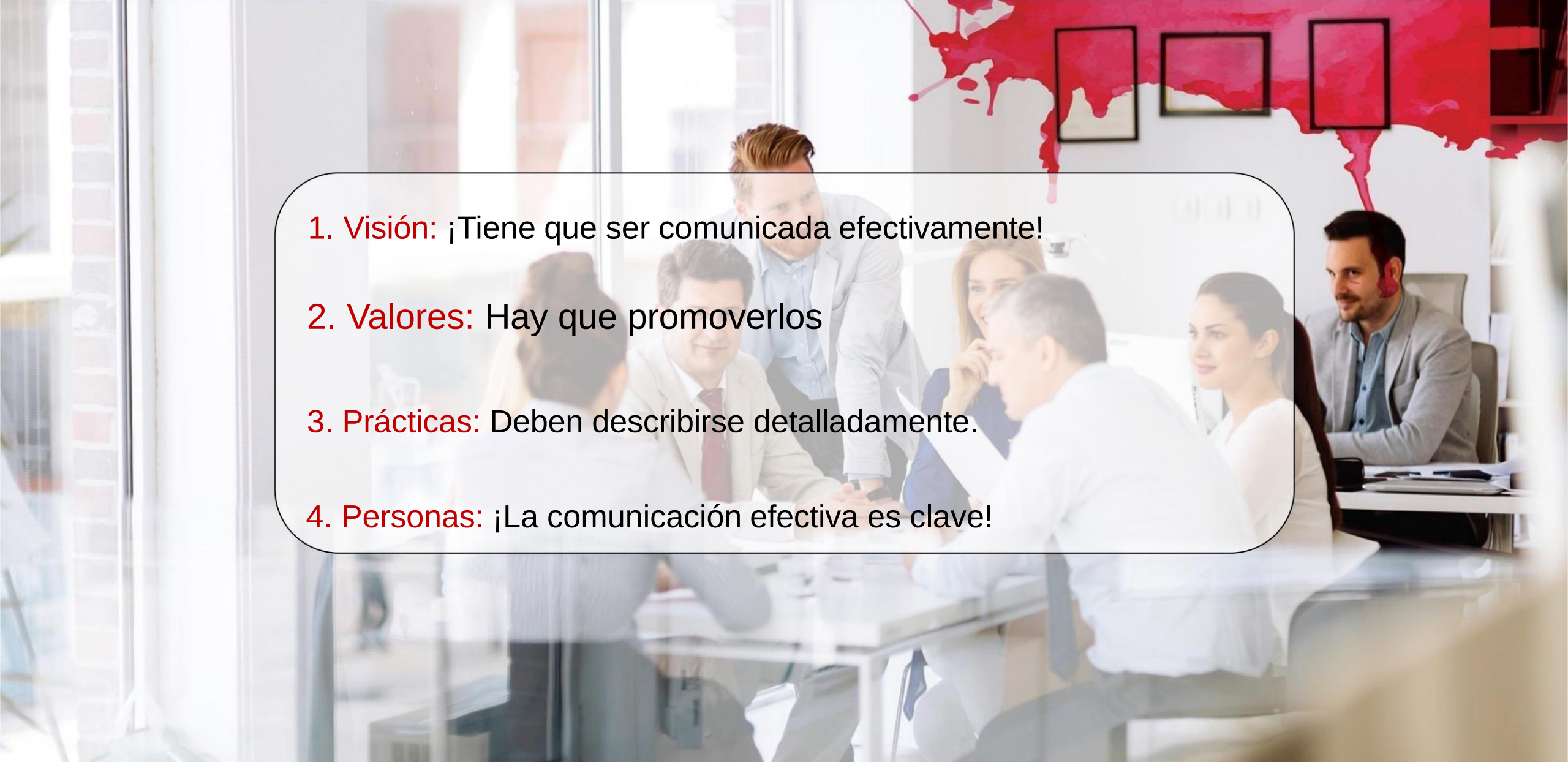
- Descripciones claras de deberes y responsabilidades, así como lo siguiente:
- 1. prohibiciones de actividades ilegales,
- 2. fumar y beber,
- 3. lenguaje grosero,
- 4. discriminación y acoso,
- 5. expectativas de confidencialidad,
- 6. procedimientos para llamar para avisar que se está enfermo,
- 7. vestimenta y apariencia esperadas ,
- 8. procedimientos de informe para situaciones de emergencia.

Principios de la cultura corporativa

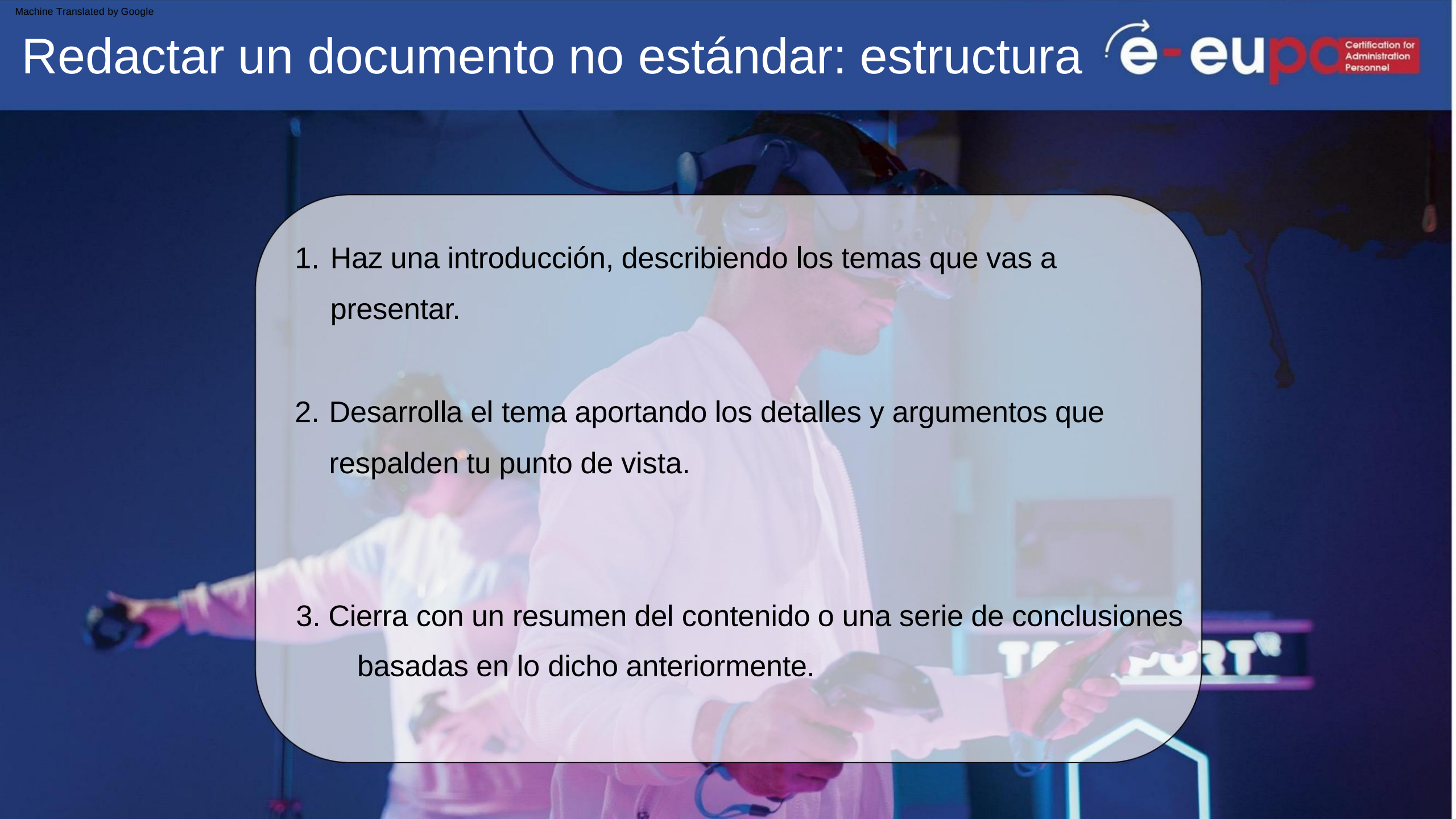
10 Principles for Mobilizing Your Organizational Culture



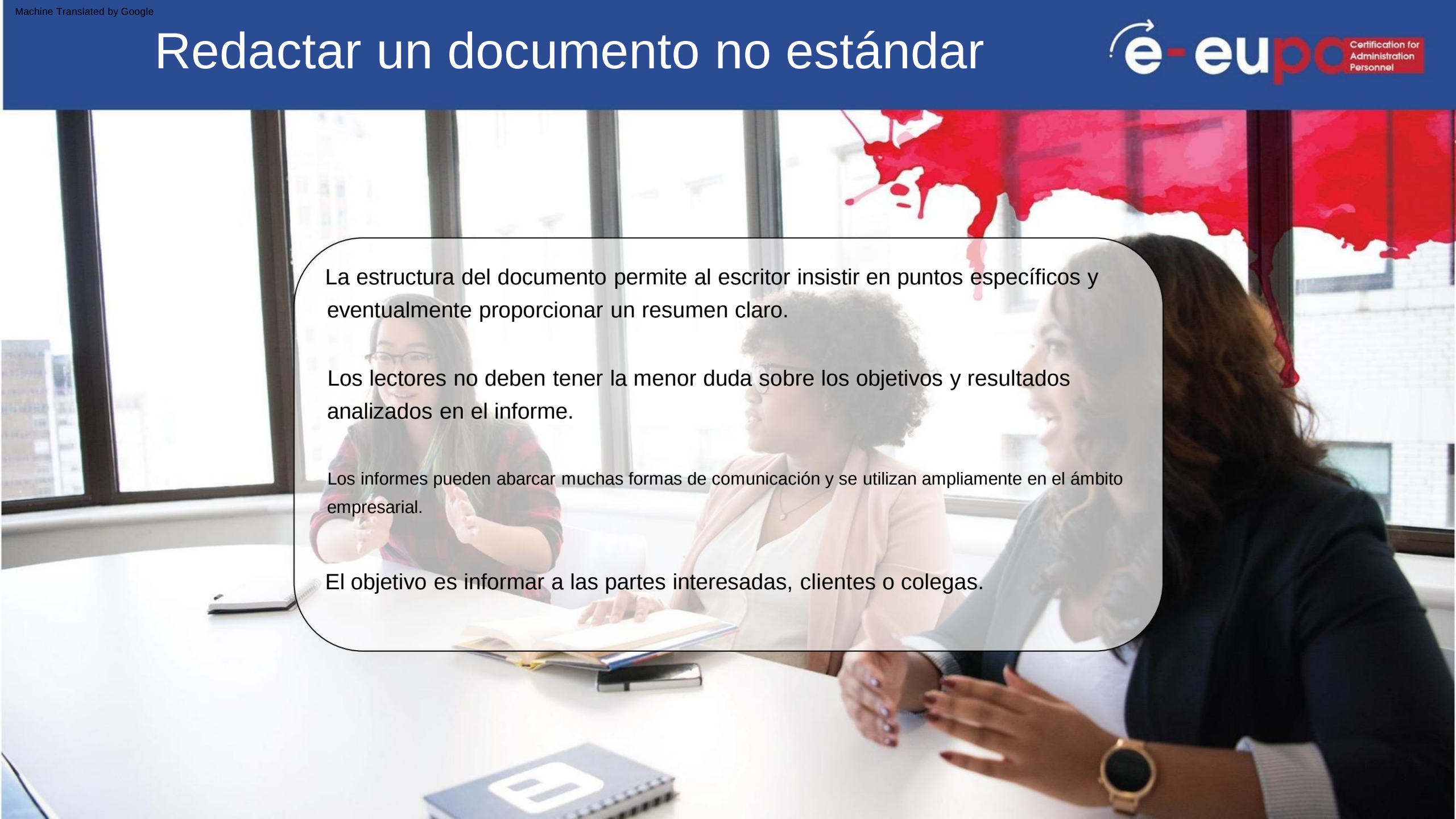
¡Los 4 componentes de una gran cultura corporativa dependen en gran medida de la comunicación!

- 
1. **Visión:** ¡Tiene que ser comunicada efectivamente!
 2. **Valores:** Hay que promoverlos
 3. **Prácticas:** Deben describirse detalladamente.
 4. **Personas:** ¡La comunicación efectiva es clave!

Redactar un documento no estándar: estructura

- 
1. Haz una introducción, describiendo los temas que vas a presentar.
 2. Desarrolla el tema aportando los detalles y argumentos que respalden tu punto de vista.
 3. Cierra con un resumen del contenido o una serie de conclusiones basadas en lo dicho anteriormente.

Redactar un documento no estándar

A background image showing three women in a modern office setting, sitting around a white table and engaged in a discussion. Large windows in the background provide natural light. A semi-transparent rounded rectangle is overlaid on the image, containing text.

La estructura del documento permite al escritor insistir en puntos específicos y eventualmente proporcionar un resumen claro.

Los lectores no deben tener la menor duda sobre los objetivos y resultados analizados en el informe.

Los informes pueden abarcar muchas formas de comunicación y se utilizan ampliamente en el ámbito empresarial.

El objetivo es informar a las partes interesadas, clientes o colegas.

- Útil para proporcionar información en un documento a través de Preguntas Frecuentes.
- Particularmente informativo • Muy útil cuando se desea informar sobre un tema, al público en general, a los clientes o cuando se pretende desviar mucha información.

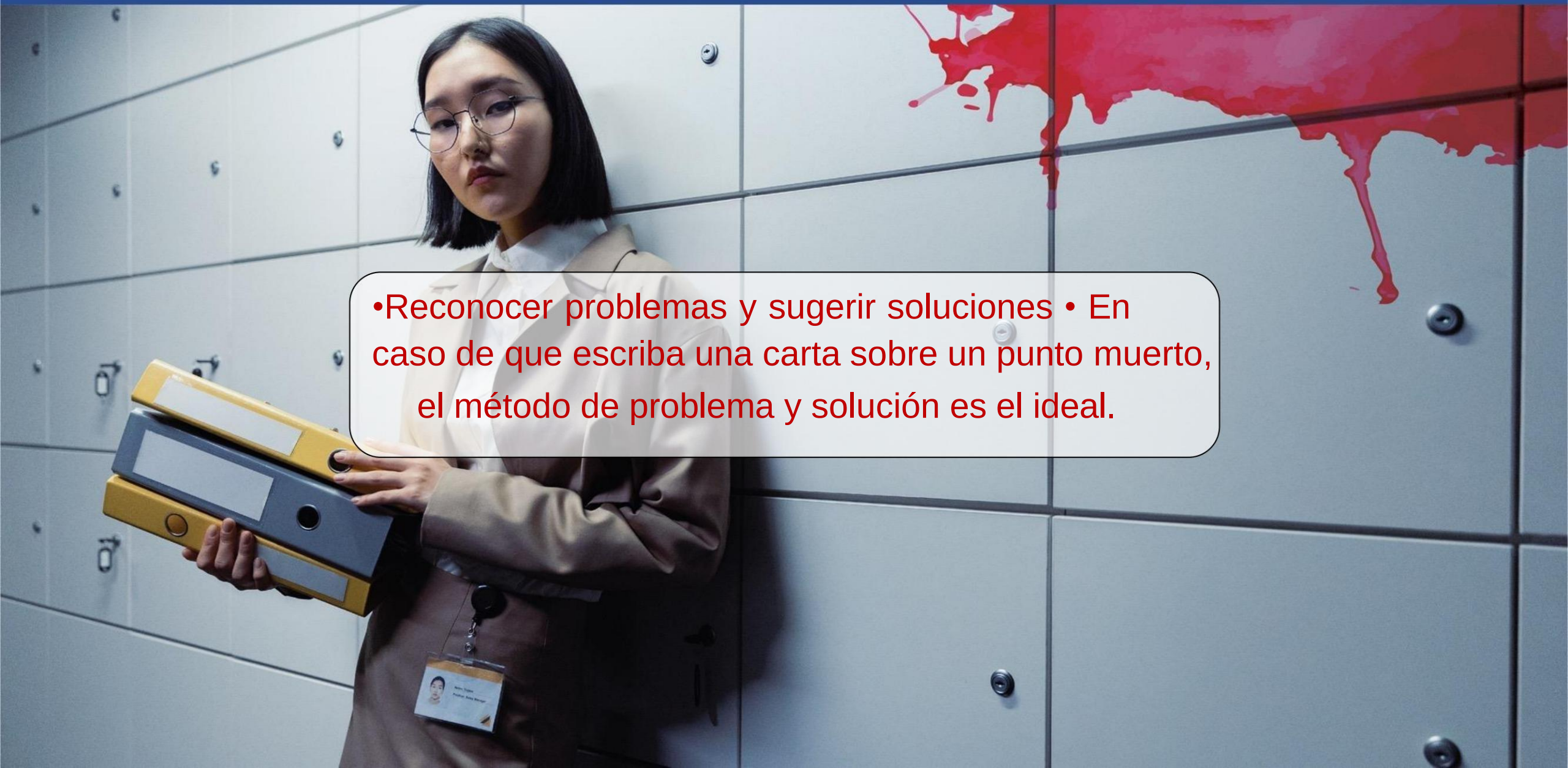
Por ejemplo, el funcionamiento y uso de un dispositivo, la finalización de una aplicación o una lista de instrucciones.

Los lectores pueden recopilar fácilmente la información que necesitan

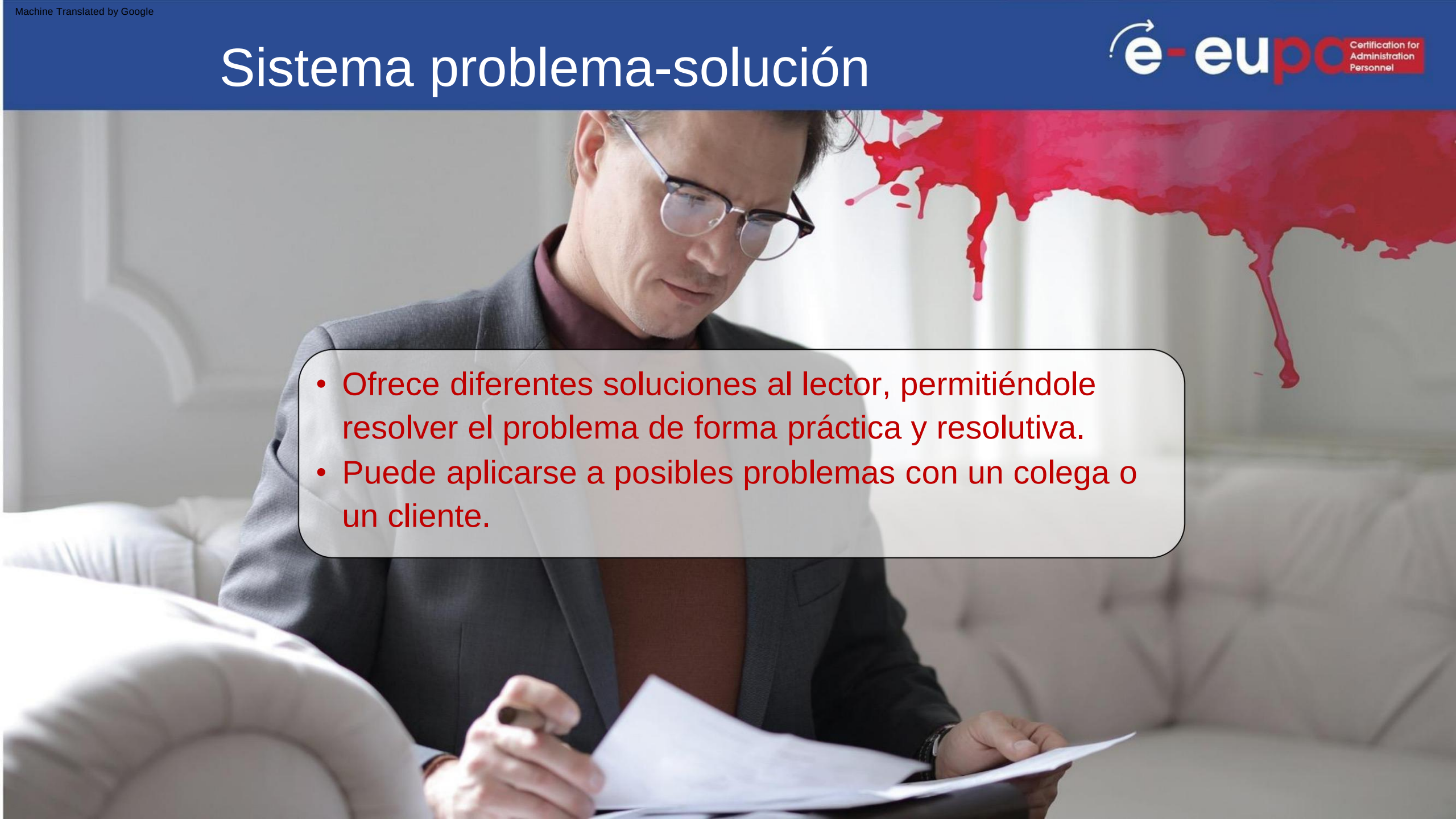
Sistema de preguntas y respuestas: paso a paso

1. Especificar las preguntas
2. Discuta en detalle con sus colegas en un
Esfuerzo para registrar muchas preguntas que como
un lector pudiera tener.
3. Seleccione sólo los más comunes
Problemas y consultas.
4. Registro Las preguntas que se utilizan
Sencillo, comprensible y cotidiano.
idioma.
5. Dar las respuestas correspondientes en
de manera sencilla.

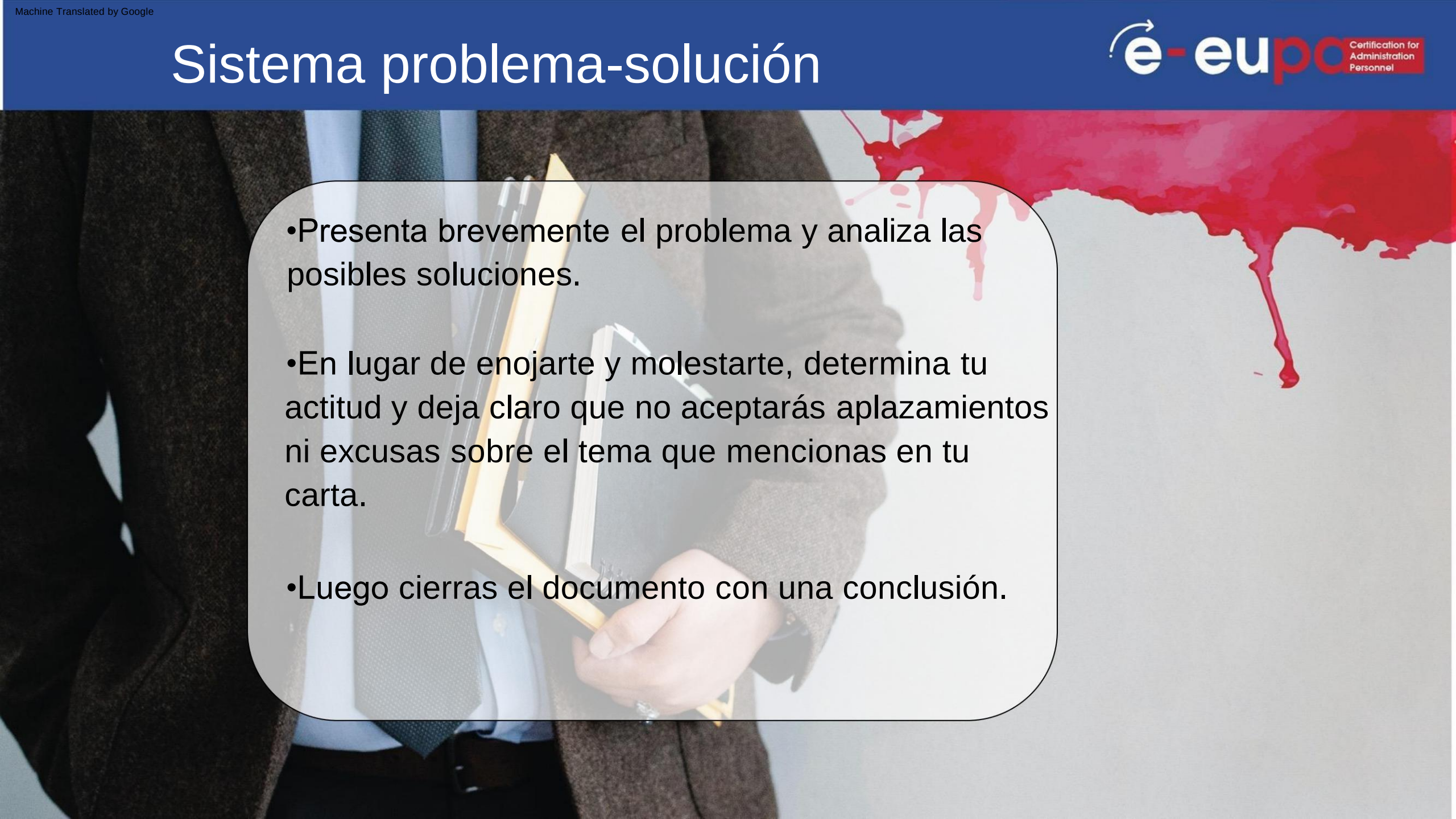
Sistema problema-solución

- 
- Reconocer problemas y sugerir soluciones • En caso de que escriba una carta sobre un punto muerto, el método de problema y solución es el ideal.

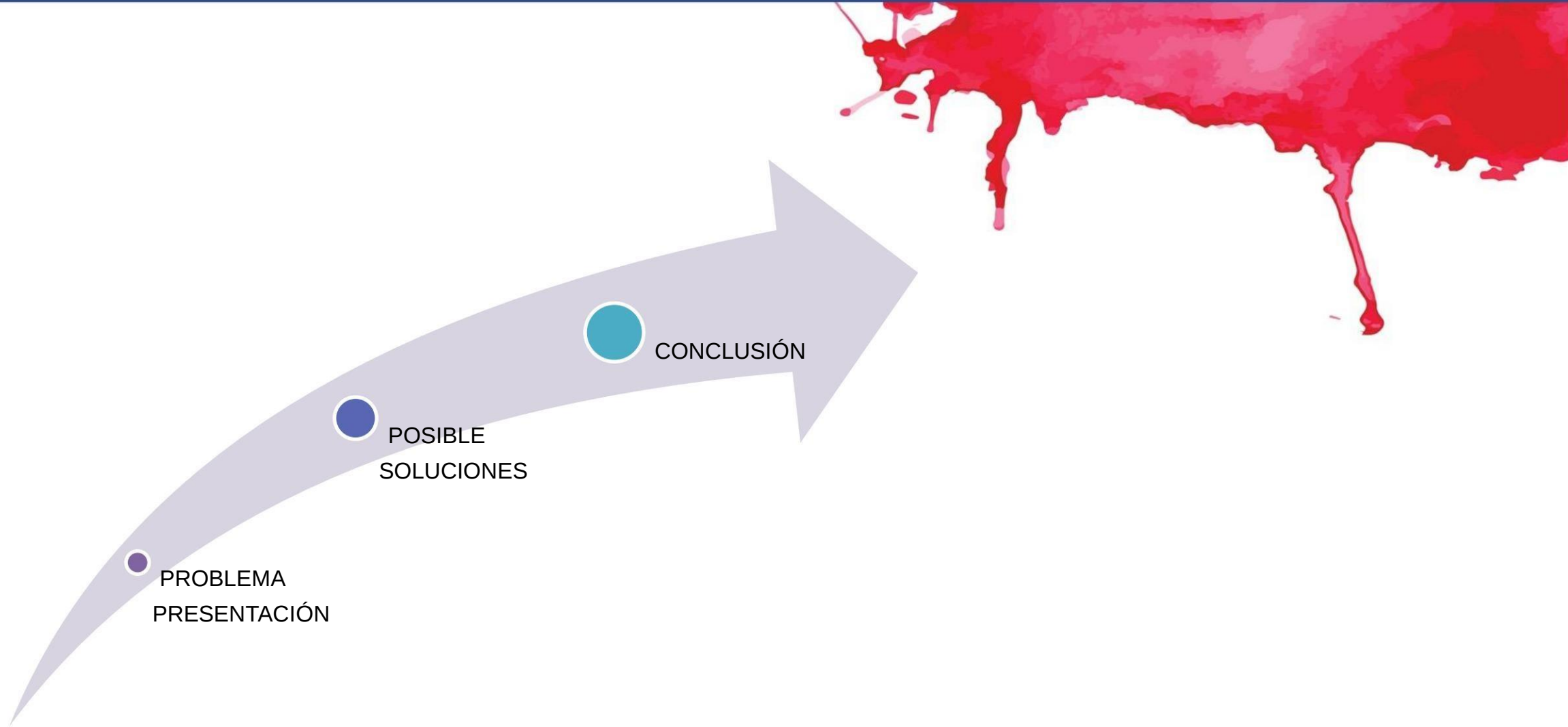
Sistema problema-solución

- 
- Ofrece diferentes soluciones al lector, permitiéndole resolver el problema de forma práctica y resolutiva.
 - Puede aplicarse a posibles problemas con un colega o un cliente.

Sistema problema-solución

- 
- Presenta brevemente el problema y analiza las posibles soluciones.
 - En lugar de enojarte y molestarte, determina tu actitud y deja claro que no aceptarás aplazamientos ni excusas sobre el tema que mencionas en tu carta.
 - Luego cierras el documento con una conclusión.

Sistema problema-solución



Herramienta metodológica II

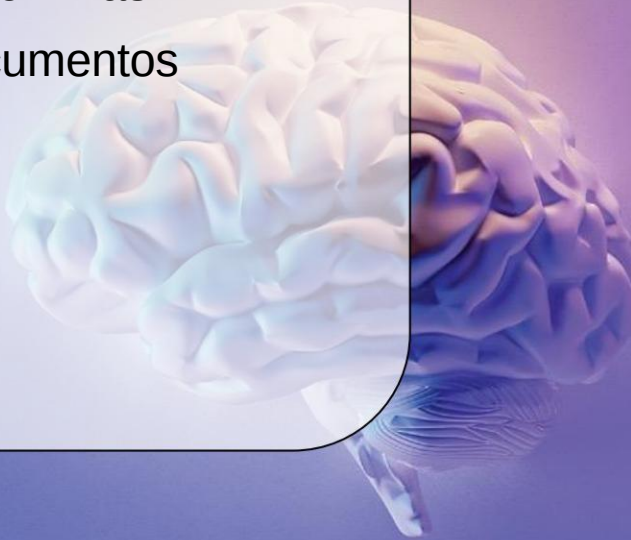


Estudio de caso: ¡Aplice la estrategia de
solución de problemas!

E-EUPA_LO_3.23_M_001

El sistema de la pirámide invertida

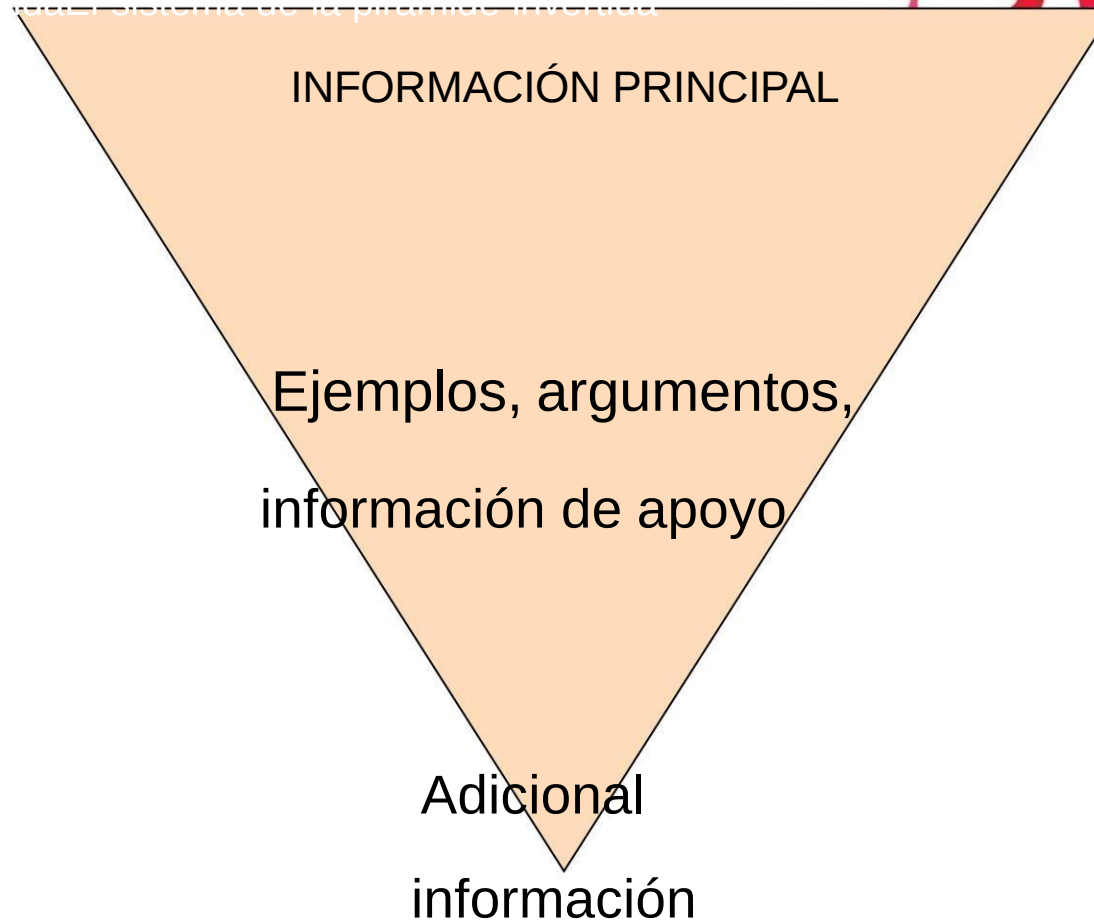
- La pirámide invertida proporciona una estructura lógica para escribir el texto.
- Permite escribir el texto en serie según la información más importante.
- Es la más utilizada en documentos comerciales.



El sistema de la pirámide invertida

- Ideal para redactar documentos comerciales de contenido general y anuncios, invitaciones a un evento, reuniones informativas para empleados, etc.
- Ideal también para producir informes y resúmenes ejecutivos y otros documentos comerciales que requieran la recopilación de información en un formato de referencia, comprensible para todos.
- Los periodistas a menudo utilizan esta técnica para escribir noticias, Artículos e informes.

El sistema de la pirámide invertida



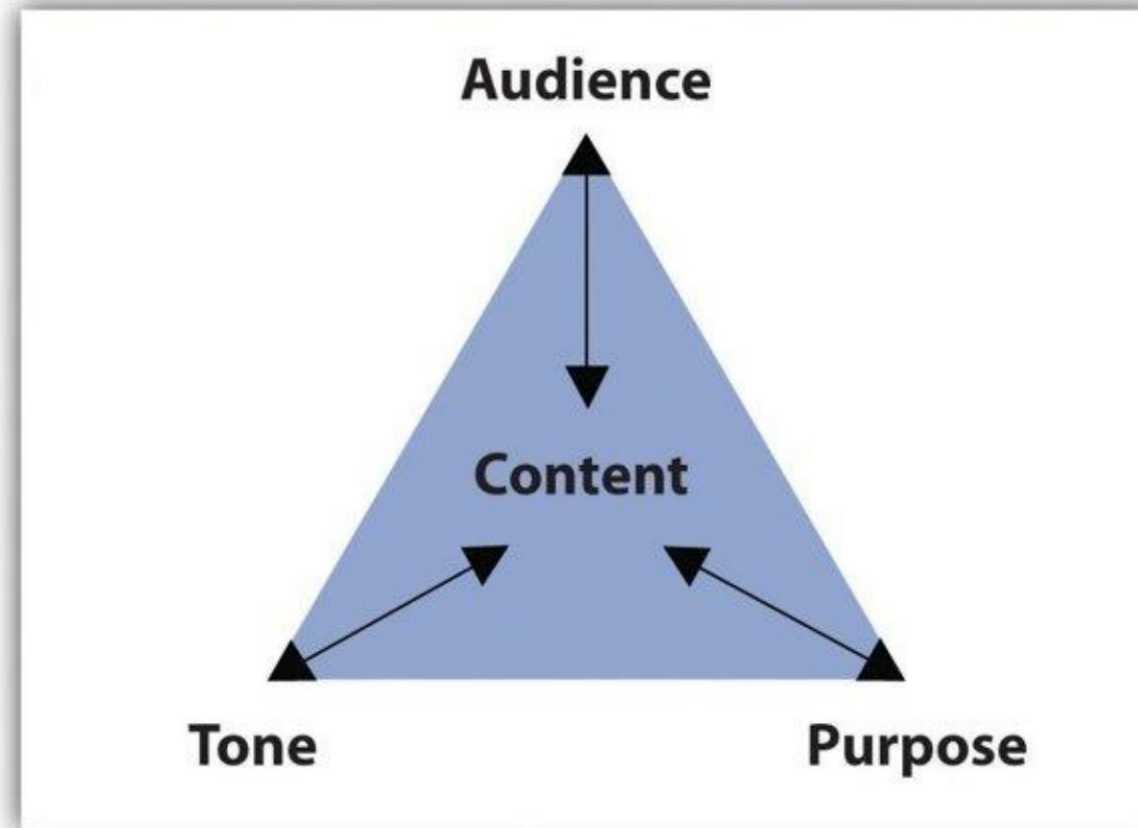
Teoría de la comunicación

- Un campo de la teoría de la información y las matemáticas que estudia el proceso técnico de la información y el proceso de comunicación humana.
- Propuesto por SF Scudder en el año 1980.
- Afirma que todos los seres vivos existentes en el planeta se comunican aunque la forma de comunicación es diferente.

Teoría de la comunicación, puntos de vista

- Mecanicista: la comunicación es simplemente la transmisión de información del emisor al receptor.
- Psicológica: la comunicación son los pensamientos y sentimientos del emisor. También incluye las reacciones y sentimientos del receptor después de decodificar la información.
- Social: la comunicación como resultado de la interacción entre el emisor y el receptor.
- Sistémica: la comunicación es un mensaje nuevo y diferente que se crea cuando varios individuos lo interpretan a su manera.
- Crítica: la comunicación es simplemente una forma con la que un individuo expresa poder y autoridad.

Estrategias de comunicación escrita



Estrategias de comunicación escrita

- Propósito = La razón por la que el escritor compone el texto.
- Para comprender a su audiencia identificada, comience por Recopilación de datos demográficos y psicográficos información.

	Demografía	Psicografía
Definición	Datos estadísticos relativos a la población	El estudio y clasificación de las personas según sus intereses, actividades y opiniones.
Ejemplos	edad nivel educativo género nivel de ingresos región geográfica cultural o étnico Antecedentes	Actitudes creencias valores lealtades nivel de conocimiento estilo de vida

Estrategias de comunicación escrita

Comprender a su audiencia y el contexto social/cultural mediante la investigación

Elegir el canal adecuado en función de la demografía y la psicografía de su audiencia

Por

ejemplo , si su audiencia está compuesta por personas mayores, ¿ utilizará las redes sociales para promocionar un servicio o canales más tradicionales, como el correo? (Demografía) • Si su audiencia tiene una actitud negativa hacia la formalidad (generalmente gente joven), ¿qué lenguaje utilizará? Probablemente no muy formal, pero profesional (psicografía)

Preguntas de repaso

Pregunta 1

Explicar las herramientas que se pueden utilizar para evaluar los requisitos de información escrita y el conocimiento de colegas, clientes y partes interesadas.

Pregunta 2

¿Puedes nombrar y explicar los diferentes sistemas de redacción de un informe/carta?

Puntos clave

Punto clave 1

SISTEMAS

- Preguntas y respuestas • Solución – problema • Pirámide invertida

Punto clave 2

Elementos importantes para la presentación de

- informes: • Completitud • Precisión de los datos • Frescura

- Veracidad

Punto clave 3

Componentes de la cultura corporativa relacionados con la comunicación

- Visión: ¡Tiene que ser comunicada eficazmente!

- Valores: Tienen que ser promovidos • Prácticas: Tienen que ser descritas en detalle • Personas: ¡La comunicación eficaz es clave!

¡BIEN HECHO!



Has completado la Unidad 3.4 - Parte C



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

