# Escribiendo el TFG

Adaptado de: Prfs. Carrero, Fabra y Valor

## Índice de la sesión

1. Partes del TFG
2. Otros elementos formales

## 1. Partes del TFG

- Título y autor
- Índices
- Resumen y *abstract*, palabras clave y *keywords*
- Introducción: debe incluir:
  - Objetivos
  - Metodología
  - Estado de la cuestión
  - Partes principales del TFG
- Revisión de la literatura o marco teórico
- Estudio de campo (si procede)
- Resultados
- Conclusiones
- Bibliografía
- Anexos

## Título, autor e índice

- Todo trabajo debe identificar claramente a sus autores. **Usar la carátula de portada del TFG obligatoria para COMILLAS** (ver portal de recursos o intranet de la universidad: "Manual de Identidad Corporativa")
- Título y subtítulo (si es necesario)
- Contener un **índice de temas** o epígrafes y **uno de tablas o gráficos**
- En algunos casos, puede ser recomendable incluir **índice de abreviaturas** e incluso **un glosario de términos** (éste generalmente al final del TFG)

4

## Resumen

- En trabajos de investigación se suele hacer un resumen y un *abstract* (en inglés). Además se añaden palabras clave (*keywords*).
- En el resumen se presentan los objetivos del trabajo, una breve referencia a la metodología utilizada (si es aplicable) y sus principales resultados o tesis.

5

## Resumen

- El resumen presenta las **ideas clave del artículo**. Debe escribirse cuando ya se ha terminado el TFG.
- El resumen debe **permitir a otro investigador hacerse una idea** bastante aproximada del contenido del trabajo, antes de proceder a su lectura.
- El resumen debe contener una **justificación** de la importancia del tema, una descripción clara del **objetivo**, una referencia a la **metodología**, principales **resultados** y principales **conclusiones** o utilidad del trabajo.
- **No puede haber referencias bibliográficas** en el resumen. Si se menciona un modelo teórico (por ejemplo, "este artículo aplica el modelo de Laughlin…") no es necesario poner la cita bibliográfica correspondiente.

6

## Resumen

- Las **palabras clave** deben permitir que otro investigador encuentre el trabajo. Deben ser claras, específicas y ligadas a los términos que se suelen utilizar en el ámbito académico específico.
- Se traducen a inglés (*keywords*).
- Ver ejemplo de resumen y keywords en la diapositiva siguiente

7

**RESUMEN**
Este artículo analiza la legitimidad de las iniciativas multi-stakeholders desde la perspectiva de los beneficiarios. Tras el análisis de casos de estudio se concluye que la participación de las organizaciones del Sur es muy limitada. Además, se observa que la misma definición del problema está estrechamente vinculada a los intereses de las ONG del Norte, en detrimento de los stakeholders del Sur y, sobre todo, de los potenciales beneficiarios. El artículo concluye que es preciso introducir en la agenda pública los problemas de la rendición de cuentas y la democratización de las iniciativas multi-stakeholders. Como contribución a este necesario debate, se ofrece un marco teórico denominado "democracia de los stakeholders".
**Palabras clave: democracia de los stakeholders, iniciativas multi-stakeholder, responsabilidad social de la empresa, cooperación al desarrollo, partenariado.**
**ABSTRACT**
This paper analyses the legitimacy of multi-stakeholders initiatives from the perspectives of the intended recipients. After conducting several case-studies, the authors conclude that the participation of Southern organisations in the process is very limited. In particular, the paper demonstrates how the way in which the problems and solutions are defined serves the commercial interests of Northern participants, to the detriment of Southern stakeholders and intended beneficiaries. Ultimately, the current enthusiasm for stakeholder participation and partnership needs to evolve towards a closer consideration of accountability and democracy. 'Stakeholder democracy' is offered as a conceptual framework to help in.
**Key words: stakeholders democracy, multi-stakeholders initiatives, Corporate Social Responsibility, Development Aid, partnerships**

8

## Introducción

- La **introducción debe incluir:**
  - **Objetivos** (explicar el valor que se pretende aportar)
  - **Metodología utilizada** (explicar cómo se generará este valor)
  - **Estado de la cuestión** (para enmarcar el tema y demostrar que hay necesidad de la investigación que se propone en el TFG)
  - Indicar las **distintas partes del trabajo** (cómo se estructura del trabajo)
- Normalmente se utilizan entre uno y cinco párrafos para cubrir cada uno de estos objetivos.

9

## Introducción

- La introducción es siempre lo último que se escribe del trabajo, pero ten presente que es lo primero que se lee.
- Expón el tema de la forma tan simple como puedas. Tú sabes mucho sobre él, pero tu lector quizás no sepa tanto. Sobre todo en este apartado, no sobrestimes la familiaridad del lector con su tema de tesis.
- Escribe de manera que consigas interesar vivamente al lector a continuar leyendo el TFG.
- La introducción puede requerir varios borradores para lograr que se lea bien y lógicamente, mientras se mantenga breve. Es una buena idea preguntar a alguien que no es un especialista, sobre lo que opina sobre tu trabajo después de leerla.

10

## Introducción

- Ejemplos de **OBJETIVOS**

El trabajo de investigación que presentamos se centra en analizar la formación de estrategias de selección de mercados exteriores dentro del proceso de internacionalización de las empresas. En concreto, a través de estas páginas intentaremos determinar el carácter estratégico del proceso seguido por las empresas a la hora de seleccionar, de entre los mercados o localizaciones posibles, aquéllos en los que van a desarrollar sus actividades internacionales.

El presente trabajo de investigación académica está orientado a tratar dos aspectos de singular importancia, para el desarrollo social de los países que son miembros de la organización de Estados Americanos; revisten especial interés porque son temas de actualidad, que incluso deben formar parte de las planificaciones estratégicas de cada uno de los países miembros; ya que son asuntos básicos para el desarrollo de los mismos.

11

## Introducción

El trabajo de investigación que presentamos se centra en analizar la formación de estrategias de selección de mercados exteriores dentro del proceso de internacionalización de las empresas. En concreto, a través de estas páginas intentaremos determinar el carácter estratégico del proceso seguido por las empresas a la hora de seleccionar, de entre los mercados o localizaciones posibles, aquéllos en los que van a desarrollar sus actividades internacionales.

El presente trabajo de investigación académica está orientado a tratar dos aspectos de singular importancia, para el desarrollo social de los países que son miembros de la organización de Estados Americanos; revisten especial interés porque son temas de actualidad, que incluso deben formar parte de las planificaciones estratégicas de cada uno de los países miembros; ya que son asuntos básicos para el desarrollo de los mismos.

12

## Introducción

Sobre la **METODOLOGÍA**

- Debe haber una coherencia con los objetivos.

- En este epígrafe se debe dejar claro:

a) **Enfoque general de la investigación** (por ejemplo, inductiva o deductiva) y **metodología** utilizada (método cuantitativo aplicado, método cualitativo aplicado)

b) **Fuentes de datos utilizadas**

Esta sección varía según la metodología sea del tipo cuantitativo o cualitativo. Si la metodología es desconocida o poco utilizada, debe justificarse la idoneidad de su uso, su aplicación pasada al mismo o similares temas, etc.

## Introducción

Ejemplos de **METODOLOGÍA**

Para conseguir este objetivo, se recurrió a la **observación**, ya que permite de información mediante el registro de las características o comportamientos de un colectivo de individuos o elementos sin establecer un proceso de comunicación y, por tanto, sin la necesidad de colaboración por parte del colectivo analizado (Fernández, 2002). Dado que se trata de examinar las políticas de comercialización **con el fin de evaluar su adecuación a las necesidades de la demanda**, esta metodología parece la más adecuada, toda vez que permite al investigador adoptar la posición de un consumidor y juzgar lo que éste encuentra en los puntos de distribución.

Así, se gana en objetividad (como los establecimientos no sabrán que son objeto de estudio, se tendrá una visión objetiva, no "alterada" del marketing en cada establecimiento); rapidez (se registran gran cantidad de datos en un plazo corto de tiempo) y economía (el estudio no tiene grandes costes). Con todo, no hay metodología sin desventajas; en nuestro caso, las principales limitaciones son la restricción a la información recabada (no se puede identificar otras variables cómo motivaciones, condicionantes, obstáculos del distribuidor (se sabe el qué se hace pero no el por qué) y la dificultad de generalización (al seguir los principios del muestro teórico, la muestra de establecimientos no presenta seguridad estadística, pero sí teórica).

## Introducción

Ejemplos de **METODOLOGÍA**

Fuentes de información. **Para valorar el cumplimiento de los principios, se ha recurrido a varias piezas de información, en concreto**:

Folleto del fondo, disponible en CNMV.

Última cartera pública de dichos fondos (cierre de año 2008 en la mayoría de los casos), disponible tanto en CNMV como en las páginas web de cada entidad.

Últimos informes trimestrales y anuales, disponibles en las páginas web de cada entidad.

## Introducción

Ejemplos de **ESTADO DE LA CUESTIÓN: enmarcar el tema**

Uno de los temas que más ha interesado a los investigadores en toma de decisiones familiares ha sido conocer a que miembro de la familia se debe entrevistar si se persigue obtener una información fiable acerca de la estructura de poder en las decisiones familiares sin encarecer inútilmente la investigación. Este deseo de conocer el emisor óptimo ha ido aumentando a medida que lo ha hecho el número de trabajos en los que se tiene en cuenta no sólo el papel de la pareja en las decisiones familiares, sino también el de los hijos.

En las últimas décadas han tenido lugar una serie de cambios sociales que han afectado a la estructura de las familias, a su estilo de vida, a sus valores y a su consumo. La mayoría de estos cambios se han producido debido a un fenómeno concreto como fue la progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral. No obstante, a éste hay que sumarle otros factores como el crecimiento del número de divorcios y separaciones o el fenómeno de la inmigración, entre otros. Estos han hecho que al concepto de familia, entendido hasta ahora como familia nuclear (esposa-marido, padres-hijos), se le hayan añadido otras fórmulas distintas (KOTTAK, 1996) y que tanto la estructura de poder como los roles en las decisiones del hogar hayan variado. En el caso concreto de España, hay que añadir que este ha sido uno de los países del mundo donde el cambio social se ha producido de forma más rápida, empezando a sufrirlo de manera tardía pero alcanzando de forma muy rápida la situación de otros países más avanzados (ALBERDI, 2005).

16

## Introducción

Ejemplos de **ESTADO DE LA CUESTIÓN: enmarcar el tema**

Uno de los temas que más ha interesado a los investigadores en toma de decisiones familiares ha sido conocer a que miembro de la familia se debe entrevistar si se persigue obtener una información fiable acerca de la estructura de poder en las decisiones familiares sin encarecer inútilmente la investigación. Este deseo de conocer el emisor óptimo ha ido aumentando a medida que lo ha hecho el número de trabajos en los que se tiene en cuenta no sólo el papel de la pareja en las decisiones familiares, sino también el de los hijos.

En las últimas décadas han tenido lugar una serie de cambios sociales que han afectado a la estructura de las familias, a su estilo de vida, a sus valores y a su consumo. La mayoría de estos cambios se han producido debido a un fenómeno concreto como fue la progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral. No obstante, a éste hay que sumarle otros factores como el crecimiento del número de divorcios y separaciones o el fenómeno de la inmigración, entre otros. Estos han hecho que al concepto de familia, entendido hasta ahora como familia nuclear (esposa-marido, padres-hijos), se le hayan añadido otras fórmulas distintas (KOTTAK, 1996) y que tanto la estructura de poder como los roles en las decisiones del hogar hayan variado. En el caso concreto de España, hay que añadir que este ha sido uno de los países del mundo donde el cambio social se ha producido de forma más rápida, empezando a sufrirlo de manera tardía pero alcanzando de forma muy rápida la situación de otros países más avanzados (ALBERDI, 2005).

## Introducción

Ejemplos de **ESTADO DE LA CUESTIÓN: justificar la necesidad de la investigación que se propone en el TFG**

En definitiva, la aparición de los nuevos tipos de hogares, hace necesario y útil profundizar en la realidad de la familia y en su proceso de toma de decisiones, tratando determinar si el modelo de decisiones tradicional sigue vigente para ellas.

Los estudios pioneros sobre decisiones familiares solamente se interesaban por el papel de la pareja... no obstante... los investigadores se dan cuenta de que los hijos, fundamentalmente desde la adolescencia, participan activamente en la toma decisiones y actúan en muchas ocasiones como consejeros de sus padres. Esto obliga a que estos sean incluidos en las investigaciones si se quiere conocer la realidad de este fenómeno Así, en este trabajo se han incluido las opiniones tanto de padres como de hijos, incluyendo en la muestra familias de hasta cinco miembros, algo poco usual en la literatura previa.

18

## Introducción

Ejemplos de **PARTES DEL TFG**

El trabajo se estructura en cinco partes. En la primera se presenta la justificación, en la que se enumeran los cambios sociales que han tenido lugar en España en los últimos años así como su efecto sobre la unidad familiar. Asimismo, en esta primera parte se enuncian los objetivos concretos de la investigación. En un segundo apartado se repasa la literatura previa al respecto planteándose así las hipótesis de partida. El tercer punto hace referencia a la metodología de trabajo, describiéndose las técnicas utilizadas y la muestra seleccionada. El cuarto bloque recoge los principales resultados del estudio en tres grandes bloques: descripción general de las decisiones familiares, peculiaridades de los hogares monoparentales y, por último, el estudio sobre las parejas de hecho. Finalmente se extraen las principales conclusiones.

19

## Marco teórico

Todo trabajo de investigación, sea empírico o no, debe tener un marco teórico, revisión de la literatura, o capítulo(s) donde se expongan los **fundamentos de lo que se hará después.**

Aquí es donde se incorporan las lecturas previas sobre un tema.

Se trata de proporcionar suficiente información relacionada con el tema para permitir al lector entender y evaluar los resultados.

**Clave: leer todas las referencias fundamentales y estructurar el contenido de forma lógica.**

No se trata de cortar y pegar, sino de analizar, asimilar y redactar. Imagina que vas a dar una conferencia sobre el tema o a escribir un libro: tiene que ser original y científico.

20

## Marco teórico

Pueden ser uno o dos capítulos, depende del tema (por ejemplo, relaciones públicas y web 2.0: habrá un capítulo sobre RRPP, otro sobre 2.0 y otro donde integres los dos).

Ideas para estructurar (cada una sería un epígrafe): concepto, historia o evolución, características, dimensiones, teorías que explican el fenómeno, metodologías utilizadas para el estudio del tema, universo analizado, variables analizadas, conclusiones de estudios pasados, visión de varios agentes o posturas ante el tema.

21

## Marco teórico

Sugerencias:

- **Modeliza**. Usa matrices, gráficos originales, algo que añada valor.
- **Compendia**. Usa tablas para mostrar diferentes definiciones, resumir estudios previos. Este material es de gran utilidad para futuros investigadores.
- **Interpreta críticamente**. Juzga la calidad del material que has encontrado; si los autores no especifican bien un concepto; si no se ha estudiado la influencia de tal o cual variable; si no se han aplicado bien las metodologías; si el universo ha sido siempre el mismo (p. ej. Estudiantes) o si todos los estudios se han hecho en el mismo contexto cultural (p.ej. EEUU). No te "tragues" todo; demuestra capacidad para juzgar el trabajo de otros.

22

## Estudio de campo

Si el TFG incluye un estudio de campo, ya sea cualitativo (por ejemplo un estudio de caso), ya sea cuantitativo (trabajar con datos numéricos), ya sea una combinación de ambos, entonces debe existir un apartado propio para describir cómo se ha llevado a cabo el estudio de campo. Esto significa que, básicamente, en este apartado **se describe con detalle la metodología aplicada**.

- Indicar si el estudio de campo de nuestra TFG se apoya en trabajos previos (para identificar escalas, variables, muestra, etc.).
- Debe haber una coherencia con los objetivos. De hecho, al inicio del este apartado conviene recordar brevemente los objetivos del TFG.
- En este epígrafe se debe dejar claro:

a) **Enfoque general de la investigación** y **la metodología** utilizada
b) **Variables empleadas y forma de medición** (escalas, por ejemplo) [ejemplo: ¿Cómo selecciono las variables sociodemográficas? ¿Cómo mido la cultura financiera?]
c) **Universo y muestra** [tamaño y proceso de selección]
d) **Aplicación del estudio** (cuando se hizo, qué se hizo, etc.)
e) **Análisis de los datos, fiabilidad y validez**

Esta sección varía según la metodología sea del tipo cuantitativo o cualitativo. Si la metodología es desconocida o poco utilizada, debe justificarse la idoneidad de su uso,.

23

## Estudio de campo

Ejemplos de algunas partes del **ESTUDIO DE CAMPO**

El objetivo del trabajo es **valorar si los fondos de inversión éticos españoles cumplen con el modelo de idoneidad ética definido en este trabajo**. Más que elaborar un ranking "ético" entre los fondos seleccionados, se pretende **detectar las deficiencias existentes** en el mercado español de fondos éticos, para a continuación **sugerir aspectos de mejora** con el objetivo de impulsar el desarrollo de este mercado.

Variables de análisis. Los principios anteriores han sido utilizados como variables de análisis. Para el caso de **evaluar la actividad de RSC** de cada una de las gestoras, a falta de información sobre ello, se han utilizado los dos criterios siguientes. Por un lado, la **posición que las matrices de dichas sociedades ocupan en el último estudio de MERCO** sobre la reputación corporativa de empresas españolas. Aunque dicho análisis no mide únicamente aspectos de RSC, los mismos suponen una parte importante del análisis. Por otro, el **rating que las matrices de dichas sociedades tienen en el análisis de Global Reporting Initiative (GRI) referente al año 2008**. Dicho rating cumple la función de facilitar el análisis de la adecuación de los respectivos informes de RSC a una serie de estándares de información establecidos. Aunque ello no mida directamente la calidad ni la cantidad de dichas políticas, de manera indirecta podríamos concluir que un mayor rating significa, al menos, un mayor interés en el desarrollo de políticas de RSC.

24

## Introducción

Ejemplos de algunas partes del **ESTUDIO DE CAMPO**

Selección de la muestra. **La muestra ha sido seleccionada partiendo del inventario de fondos recogidos por Albareda y cols. (2008).** De dicha base de fondos **se han seleccionado únicamente aquellos bajo la supervisión de la CNMV, y se han excluido los puramente solidarios, ya que a estos no puede aplicarse el modelo de idoneidad propuesto**. También se ha excluido el fondo BBVA Extra 5 II Garantizado, FI, por la peculiaridad de tratarse de un fondo garantizado, sin una clara vocación de continuidad, al menos, en los términos establecidos actualmente (el vencimiento de la garantía de este fondo será como máximo el 19 de enero 2010). La muestra resultante se ha ajustado con los cambios que ha habido desde la fecha del informe hasta la actualidad, información que se ha obtenido desde la CNMV e INVERCO. La muestra de fondos resultante es la siguiente:

Santander Dividendo Solidario, FI
Foncaixa Cooperación Socialmente Responsable, FI
BNP Paribas Fondo Solidaridad, FI
BBVA Bolsa Desarrollo Sostenible, FI
Privado Inversión Socialmente Responsable, FI
Urquijo Inversión Ética y Solidaria, FI
Santander Responsabilidad Conservador, FI
Fondo Solidario Pro UNICEF, FI

25

## Resultados

- Los resultados es la presentación de los datos puros.
  - *El contraste de hipótesis es significativo: el modelo de regresión muestra que esta variable tiene un peso de x; 25% de los encuestados piensa que …*
- Pero no basta con presentar los datos: hay que interpretarlos y conectarlos con la literatura anterior sobre el tema.
- En resultados, se incluyen tablas y figuras que resumen lo obtenido por el investigador. Se redacta **en presente**.
- En la discusión, se puede conectar la introducción con los datos obtenidos para sacar conclusiones. Se redacta en presente (los datos indican que…). Hay que ser contundente, pero humilde, dejando la puerta abierta a otras interpretaciones (aunque depende de la metodología – muestra, etc.) (*hay evidencias para afirmar que…, se puede concluir que…*, etc.).
- Se deben comentar también los resultados contradictorios, raros o que no pueden justificarse con base en la literatura anterior. Trata de explicarlos con sentido común y lógica, aunque esta explicación se parece más a una especulación que a una teorización.

26

Como muestra la tabla 2, **hay una mayor presencia de afirmaciones de tipo medio ambiental que social.** Por ejemplo, en el apartado social -gente-, las afirmaciones se limitan a algunos aspectos de derechos humanos (no discriminación o salario justo) (véase tabla 4). En cuanto a animales, se ha encontrado una única afirmación que indica que no se ha testado el producto sobre animales, pero ninguna etiqueta o certificación a este respecto.

**Estos resultados contrastan con las preferencias manifestadas por los españoles**. Tal como señalan Valor y cols. (2009), en materia de inversión ética los españoles favorecen criterios de tipo social (derechos humanos y condiciones laborales) a los medio ambientales. Idénticos resultados encontraron Fernández y Merino (2005), en materia de consumo, y Ortiz y Librado (2008) en un sondeo a la opinión pública. Sin embargo, un estudio reciente realizado por Gyro Internacional en varios países, mostraba que el planeta es una preocupación importante para los consumidores españoles, ya que 8 de cada 10 así lo dicen, frente al 63% y 51% de los británicos y americanos, respectivamente. También el estudio reciente de TNS LifeSTYLES concluía que 7 de cada 10 españoles buscaba productos de gran consumo que no dañen el medio ambiente, aunque sólo 5 de cada 10 está dispuesto a pagar más por ello. Similares resultados se han encontrado en otros países (D´Souza et al, 2007).

27

## Conclusión

- En las conclusiones se señalará la forma y medida en que se han cumplido los objetivos que el estudio se propuso. Son las contribuciones del autor en la confirmación o el rechazo de las hipótesis planteadas en la introducción.
- También aquí se incluye una discusión sobre utilidad de los hallazgos o sus implicaciones. Se suele distinguir entre implicaciones para la academia o científicas, para profesionales, para agentes gubernamentales, etc. Se trata de sacar partido práctico al estudio.
- Se presenta más como un balance del trabajo que como un resumen.
- Debe existir una fuerte correlación entre la introducción y las conclusiones porque éstas responden a los objetivos/problemáticas planteados en la introducción
- La conclusión debe tener un contenido propio y no consistir en una mera repetición de ideas ya expresadas a lo largo del TFG.
- Este capítulo normalmente debe ser razonablemente breve (1 a 6 páginas) y al igual que lo que se dijo para la introducción, es una buena idea pedir a alguien –no especialista-- que lea críticamente esta sección.

28

## Conclusión

**OTROS ASPECTOS QUE SE PUEDEN INCLUIR**

- "¿Sugiere mi trabajo una vía para continuar profundizando el tema?"
- "¿Qué debilidades presenta mi trabajo?"
- "¿Hay maneras con las que mi trabajo pueda ser perfeccionado por investigadores en el futuro?"
- "¿Cuáles son las implicaciones prácticas de mi trabajo?"
- "¿Cuáles son las áreas de aplicación que pueden tener mis descubrimientos?"

**ERRORES FRECUENTES**

- Pensar que la parte de las conclusiones no es tal sino otro capítulo más del trabajo, donde se agregan asuntos no tratados anteriormente.
- Presentar conclusiones no justificadas por lo anteriormente tratado.
- No presentar todas las conclusiones a las que se ha llegado sino una parte de ellas.
- Incluir referencias bibliográficas.

29

## 2. Elementos formales

- Formato general
- Uso de tablas, ilustraciones y gráficos
- Redacción

## Formato TFG: 12.000-18.000 palabras

- Planifica la maquetación del documento antes de empezar: una orientación válida puede ser la siguiente:
  - Márgenes: izquierdo, derecho, superior e inferior: 3 cm
  - Tipo de letra y tamaño: ha de ser el mismo en todo el texto. Times New Roman o Arial, tamaño 12 p
  - Es posible usar distintos tamaños de letra para títulos de distintos niveles
  - Es posible usar distintos tipos de letras en los gráficos y las tablas
  - Interlineado: 1,5 líneas
  - Separación entre párrafos: dos alternativas: 6 ptos entre párrafos, o bien hacer una sangría de 0,75 cm en la primera línea del párrafo
- Debe facilitar la lectura, debe ser sencillo, cómodo y homogéneo
- Separación entre epígrafes y cuerpo de texto
- Cada capítulo empieza en página aparte
- En los Anexos al TFG se podrán incluir hasta 3.000 palabras adicionales

31

## Formato

- Estructura el documento en epígrafes. Utiliza el sistema de títulos de Word, que te facilitará la elaboración de índices
- Los números árabes se usan a partir de la Introducción (1, 2, 3). Resumen y tablas de contenidos se numeran con romanos (i, ii, iii)
- Las notas pueden ir a pie de página o al final del documento o de cada capítulo.

32

## Formato

- Facilita al lector la lectura. Incluye un párrafo para explicar al lector de donde viene y hacia donde va la argumentación. Alternativamente, puedes hacer un esquema de contenidos para guiar al lector y colocarlo al principio del capítulo (esquema conceptual, sinopsis conceptual, esquema gráfico, etc.)




33

## Uso de tablas, ilustraciones, gráficos

- Trata de usar tablas o cuadros que resuman gráficamente lo que expones en el texto. Los gráficos son una herramienta esencial en trabajos con espacio limitado (la mayoría). Si se alimentan con datos, puedes hacerlos con Excel. En otros casos, puedes crearlos en Word.
- No se puede cortar y pegar un gráfico de otra fuente (pdf).
- Para mostrar procesos, organigramas, elementos de un problema, etc. usa gráficos.
- Antes que tablas con fechas y datos (por ejemplo, ventas anuales), es mejor utilizar un gráfico, para ver la evolución.
- Resume la literatura y la metodología usando tablas
- Resume las implicaciones o recomendaciones usando modelos

34

## Uso de tablas, ilustraciones, gráficos

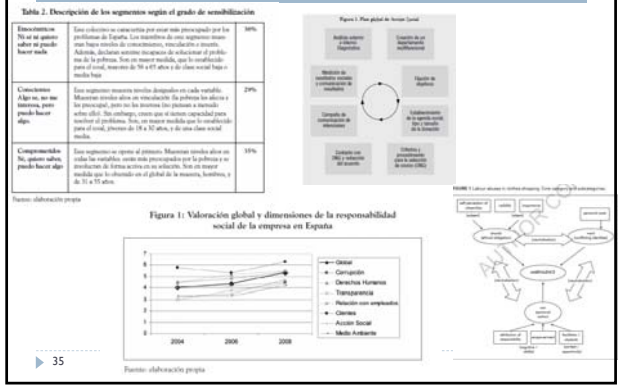

Tabla 2. Descripción de los segmentos según el grado de sensibilización

Figura 1: Valoración global y dimensiones de la responsabilidad social de la empresa en España

35

## Uso de tablas, ilustraciones, gráficos

Tabla 3: Consecuencias de la colaboración de la empresa con la comunidad reseñadas en la bibliografía.

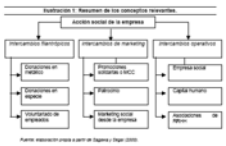
| | |
|---|---|
| **Clientes** | • Reconocimiento social<br>• Incremento en ventas<br>• Aumento de la notoriedad y simpatía hacia la entidad<br>• Diversifica e intensifica la comunicación externa de la empresa<br>• Construcción de imagen de marca<br>• Posicionamiento social<br>• Buen soporte para la exportación |
| **Empleados** | • Incrementa la motivación y el compromiso de los trabajadores, sobre todo ante una situación de despido masivo, precariedad de empleo o incertidumbre.<br>• Mejora la comunicación interna<br>• Construye cultura, permite la integración en nuevos marcos sociales a consecuencia de la exportación, globalización, fusiones... Esto se traduce en una reducción de los costes internos de coordinación.<br>• Aumenta el sentido de pertenencia (integra y estimula al personal)<br>• Introduce creatividad en la empresa |
| **Otros *stakeholders*** | • Crea y comunica legitimidad<br>• Crea un clima de confianza<br>• Refuerza y crea un clima social de valoración de la solidaridad<br>• Integración en la comunidad<br>• Facilita un trato favorable por parte de los medios de comunicación de masas y los poderes públicos<br>• Reduce las posibilidades de boicot por parte de grupos de presión. |

*Fuente: Buckley, 2000; Fombrum et al., 1999; Lipovetsky, 1997; Ptacek y Salazar, 1997; Parés i Maicas, 1994; Sleight, 1992; Sybowicz y Magistrali, 1990; Varadarajan y Menon, 1988*

36

## Uso de tablas, ilustraciones, gráficos

- Pon un título a las tablas/gráficos y numéralos (utiliza Insertar>Referencia>Título o Referencias, insertar título).
- Incluye siempre una **leyenda abajo con la fuente**. Si el gráfico lo has hecho tú, no hace falta poner nada. En España, se suele poner *Fuente: elaboración propia* (en cursiva y a un tipo de letra inferior). Si no eres tú el autor debes poner *Fuente: adaptado de XXX (año)* o, si el gráfico está copiado, *Fuente: XXX (año)*
- Las tablas y gráficos deben ir centrados en el texto.
- El título puede ser simple o con sombrado, bordes, etc. para desacatar



37

## Redacción

- Se recomienda al alumno leer los libros disponible en la Librería de ICADE:
  - García, J. I., Garrido, R. y Hernández, N. 2003. *Libro de estilo. 2ª edición.* Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
  - Carrero, I.; Fabra, ME y Valor, C. (2012): El libro de cabecera del investigador en Economía y Empresa. Una guía interactiva para el investigador novel y el investigador profesional. Universidad Pontificia Comillas, Madrid.
- O cualquier otro libro de estilo para resolver dudas sobre puntuación, ortografía, etc.
- Alternativamente, y para dudas específicas, puede consultar el sitio web de la RAE.

38

## Redacción

Antes de entregar el trabajo, asegúrate de que:

- No tiene faltas de ortografía o de sintaxis.
- No hay ningún párrafo de más de tres líneas sin un punto o punto y coma.
- Después de usar punto, has puesto mayúscula.
- Has usado correctamente los espacios, poniéndolos después del signo de puntuación y no antes como este ejemplo (palabra, palabra).
- No hay espacio entre el paréntesis y la palabra. El espacio separa el paréntesis de la palabra anterior y posterior como en este ejemplo (palabra, palabra).
- No hay coma entre sujeto y verbo, ni entre verbo y complemento directo o indirecto.
- Empleas frases cortas. Es más difícil equivocarse que con frases largas y farragosas.

39

## Redacción

**Conectores**

- Intenta utilizar frases simples, cortas. Evita el uso de "el cual, la cual, por lo cual". Recurre mejor a adverbios (sin embargo, pese a lo anterior, en relación a lo anterior).
- Evita los puntos suspensivos y los "etc." en un trabajo académico. Es mejor utilizar "entre otros".

40

## Redacción

### Números

- Como regla general, las cifras del uno al nueve se escriben en palabras y todas las superiores se escriben como números. Las excepciones a esta regla son las siguientes:
  - Escribir cualquier cifra que esté al inicio de una oración (cuando sea posible, reformular la sentencia para evitar la escritura en palabras al comienzo, ej. 'Los participantes fueron 62 hombres y 56 mujeres', en vez de 'Cincuenta y dos hombres y 56 mujeres sirvieron como participantes').
  - Usar números al escribir cualquier unidad de medida, o si se expresan porcentajes: 2%, 27 m., $4, 4 años, etc.
  - Usar números para: escala Likert de 5 ítemes, 7 puntos, etc.
  - Usar un cero antes del punto decimal cuando los números son menores a uno, excepto cuando éste no puede ser mayor a la unidad, ej. niveles de significación estadística, correlaciones y proporciones. ($r = -.86$; $p < .01$)
  - Se usan números para los resultados (5 de cada 10 encuestados dicen…)

41

## Ortografía

- Revisa que todas las palabras que lo requieran llevan su **tilde**. Como el corrector informático no lo marca, revisa especialmente las tildes en palabras tales como "más", "sólo", "aún", etc.
- Atención a la diferencia entre "ahí", "ay", y "hay".
- Los días de la semana y los meses, se escriben con minúscula (lunes, enero)
- No es lo mismo "Estado" que "estado".
- Los años no llevan punto. Se escribe 2000 y no 2.000
- Si tienes dudas consulta en www.rae.es
- Utiliza el corrector de tu procesador de texto

42

## Consejos

- Terminado un capítulo, dejar reposar durante un par de días.
- Después, revisar, siguiendo esta check-list
  - ¿Puedo reescribir los párrafos para decir lo mismo con economía de palabras?
  - ¿Puede quedar alguna idea más clara o más neutral/objetiva?
  - ¿Están todas las citas correctamente insertadas?
  - ¿He referenciado adecuadamente?
  - ¿He usado correctamente los signos de puntuación?
  - ¿Todas las tablas tienen número, título y fuente?
  - ¿He pasado el corrector?

43

## Ejemplos de revisión

- John Terborgh, por ejemplo, sugiere la posibilidad de que las especies clave pueden ser "actuar a lo largo del tiempo evolutivo como factores decisivos en la evolución de colección completas de fauna, " pero exhorta a que esa posibilidad "se la considere una especulación cándida".

> John Terborgh sugiere que las especies vegetales clave pueden determinar con el tiempo cómo algunos grupos de animales actúan, pero exhorta a que esa posibilidad "se la considere una especulación cándida."

44

## Ejemplos de revisión

- Entre los jóvenes que se sentían atraídos por Eleanor se encontraba Franklin Roosevelt. Protno se comprometieron secretamente. Su compromiso coincidió con el creciente interés de Eleanor por la reforma social, que dio como resultado que fuera a trabajar en un caserío de uno de los barrios bajos de Nueva York (A. Belly, 1956: 65).

> En 1902, aproximadamente en la época en que se relacionó con Franklin, Eleanor comenzó a trabajar como voluntaria en la Rivington Street Settlement House, en uno de los barrios bajos de Nueva York.

45

## Ejemplos de revisión

- Durante los primeros años de su matrimonio, la vida de Eleanor se ocupó con la crianza de sus cinco hijos, con satisfacer las exigencias de su dominante suegra y con la administración de un complicado hogar.

> Durante los primeros años de su matrimonio, Eleanor se ocupó de sus obligaciones familiares.

46

## Recomendaciones finales

- Escribe con la cabeza, no con el corazón. Esto es ciencia, no periodismo.
- El formato es rígido: el contenido de cada apartado está prefijado. Cíñete al formato
- Piensa todo el rato: ¿estoy añadiendo valor a lo que había? ¿a quién le servirá esto? ¿puedo mejorar para que sea más original?
- Usa un *benchmark*: **mi trabajo será publicado y ganará un premio**.

## Bibliografía

**Referencias**
Ackoff, R. (1967): *The design of social research*. University of Chicago, Chicago:
Blaxter, L.; Hughes, C. y Tight, M. (2008): *Cómo se investiga*, Grao, Barcelona
Clanchy, J. y Ballard, B. (2000): *Cómo se hace un trabajo académico. Guía práctica para estudiantes universitarios*, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza, 2ª edición.
Eco, U. (1988): *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*, Gedisa, Barcelona, 6ª reimpresión.
Gómez Torrego, L. (1994): *Manual de español correcto*, Arco Libros, Madrid
León López, A. (2004): *Tendencias actuales en el entendimiento de la Vigilancia Tecnológica como instrumento de inteligencia en la organización*. En http://www.bibliociencias.cu/gsdl/collect/eventos/index/assoc/HASH49bb.dir/doc.pdf
León López, P. (1996): *Introducción a la bibliometría*, Promolibro, Valencia
Miller, D.C. y Salkind, N.J. (2002): *Handbook of research design and social measurement*, Sage Publications, Thousand Oaks
Prats, J. (2004): *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales: bibliografía y orientaciones metodológicas*, Universitat de Barcelona Departament de Didàctica de les Ciències Socials
Prieto, A. (2003): *Cómo escribir y publicar en biomedicina: Guía paso a paso para la escritura de artículos* científicos en ciencias biomédicas. En http://www.codem.es/docs/noticias/Como_presentar_un_trabajo_cientifico.pdf [acceso 20 de enero de 2011]
Rigo, A. y Genescá, G. (2002): *Cómo presentar una tesis y trabajos de investigación*, Eumo-Octaedro, Barcelona.
Riquelme, J. (2006): C*anon de presentación de trabajos universitarios : modelos académicos y de investigación*, AguaClara, Alicante.
Sabino, C. (1994): *Cómo hacer una tesis*, Panapo. Caracas.
Sancho, R. (1990): *Indicadores bibliométricos utilizados en la evaluación de la ciencia y la tecnología. Revisión bibliográfica*, *Revista Española de Documentación Científica*, 13(3-4), 845.
Sierra Bravo, R (2007): *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Metodología general de su elaboración y documentación*, Thomson, Madrid.