

# Principios para la elaboración de informes en la empresa

Elaborar un buen informe no es fácil: requiere activar diferentes habilidades. En esta infografía he seleccionado nueve consejos que te ayudarán a investigar, analizar y presentar datos con impacto en la toma de decisiones. Son algunos de los que encontrarás en mi nuevo libro *Informes per a la presa de decisions* (UOC, 2019).

## 1. Explora el problema

Define un punto de partida claro. Aclara los detalles del problema o de la oportunidad que te propones investigar. En la empresa, el informe responde al encargo de un directivo o de un cliente que espera información contextualizada para resolver un problema. Asegúrate de que tienes en cuenta todos los detalles encargo, así como los criterios con que valorará la información.



## 2. Entiende el contexto

Contextualiza. Ten en cuenta el marco jurídico, administrativo y ambiental de la empresa. Cualquier actuación debe encajar en esta realidad y se debe poder llevar a la práctica con los recursos existentes. Para que tu informe tenga impacto, es crucial plantear un punto de partida claro, en línea con las prioridades de la empresa.



## 3. Formula los objetivos

Concreta qué te propones conseguir con la investigación ¿Describir una situación? ¿Valorar la evolución de un indicador? ¿Identificar la causa de un fenómeno? Los objetivos son la llave metodológica de tu investigación. Procura que sean SMART: estratégicos, medibles, evaluables, realista y relevantes.



## 3. Recoge los datos

Consigue los datos que respondan a tus objetivos. ¿Qué tipo de datos necesitas? ¿De primera mano o de otros documentos? ¿Verbales, gráficos o numéricos? Para convencer a un auditorio crítico, no solo cuentan los datos, sino la manera como los has conseguidos: todos los procesos deben ceñirse a controles de validez y fiabilidad. Tu investigación no debe ser perfecta, pero sí tienes que informar de las limitaciones.



## 4. Consigue resultados

Analiza los datos hasta convertirlos en resultados relevantes. Decide el enfoque cuantitativo o cualitativo con que los tratarás. ¿Quieres medir variables o mostrar percepciones? Escoger entre uno u otro enfoque depende de los objetivos y de las preferencias de los destinatarios. En general, las mejores investigaciones suelen combinar datos cuantitativos y cualitativos.



## 5. Llega a conclusiones

Las conclusiones son el contenido "estrella" de tu informe. Procura responder con claridad a la inevitable pregunta que se hará tu audiencia: "¿Y entonces, qué significa esto para nosotros?". La historia que cuentan los datos tiene que llevar a solucionar el problema. Un informe con unas conclusiones pobres resulta tan frustrante como una película sin final.



## 7. Analiza a tu audiencia

Los informes se dirigen a personas con diferentes niveles de formación y liderazgo. Identifica tus diferentes grupos de interés a partir de estas dos preguntas clave: "¿Quién leerá el informe?" y "¿A quién afectará?". Dibuja un mapa de públicos y decide los formatos idóneos para cada subgrupo. No necesita la misma información un ejecutivo que un técnico o un



## 8. Construye el guión

Organiza los contenidos en un guión. Incluye, como mínimo, los siguientes componentes: introducción ( con la descripción del problema, objetivos), análisis de datos, resultados, conclusiones y recomendaciones. Evita que el auditorio se pierdas en una selva de datos: "dibuja" claramente el camino que lleva del problema a la solución.



## 9. Presenta tu informe

En muchas empresas, es habitual presentar el informe a un público directivo. Aprovecha esta oportunidad para aclarar dudas y recibir las primeras reacciones. Para presentar con efectividad, procura ser breve y adaptar el contenido a tu audiencia.



Estos nueve principios se resumen en uno: "Di la verdad, explícala de manera lógica y comunícala claramente".

Creada por [www.comunicacioescrita.com](http://www.comunicacioescrita.com)

