

Bienvenidos!!!

Carlos de la Rosa

Taller de Redacción y Expresión Oral

Febrero 7, 2008



CARLOS DE LA ROSA VIDAL

Comunicador

Consultor Marketing Motivacional

Concentración

Observa el
dibujo durante
unos segundos
en los cuatro
puntos centrales
y luego cierra los
ojos.



¿Pudo ver la imagen?

Ahora, concéntrese.

*Manténgase consciente durante
el desarrollo del taller.*

*Porque si es consciente y está
atento, puede ver.*

Si ve aprende

Comunicación

1. Hacer a otro **partícipe** de lo que uno tiene.
2. Descubrir, **manifestar** o hacer saber a uno alguna cosa.
3. **Conversar**, tratar con alguno de palabra o por escrito.
4. **Correspondencia** o paso de unas cosas a otras.
5. **Unión** que se establece entre ciertas cosas.
6. Cada uno de los **recursos** que pone en comunicación las cosas.

Comunicación

CONCEPTO

La palabra **Comunicación** proviene del latín **communis** que significa **común**. También en castellano el radical “común” es compartido por los términos **comunicación** y **comunidad**.

En pocas palabras, se "**está en comunidad**" porque "**se pone algo en común**" a través de la "**comunicación**".

Comunicación Humana

Puede definirse como el **intercambio de información** entre las personas. Hasta hace poco la definición más usual era: Transmitirle algo a alguien. Hoy se ha incorporado como elemento central en el concepto de comunicación la idea de **entendimiento**.



Comunicación

ACCIÓN

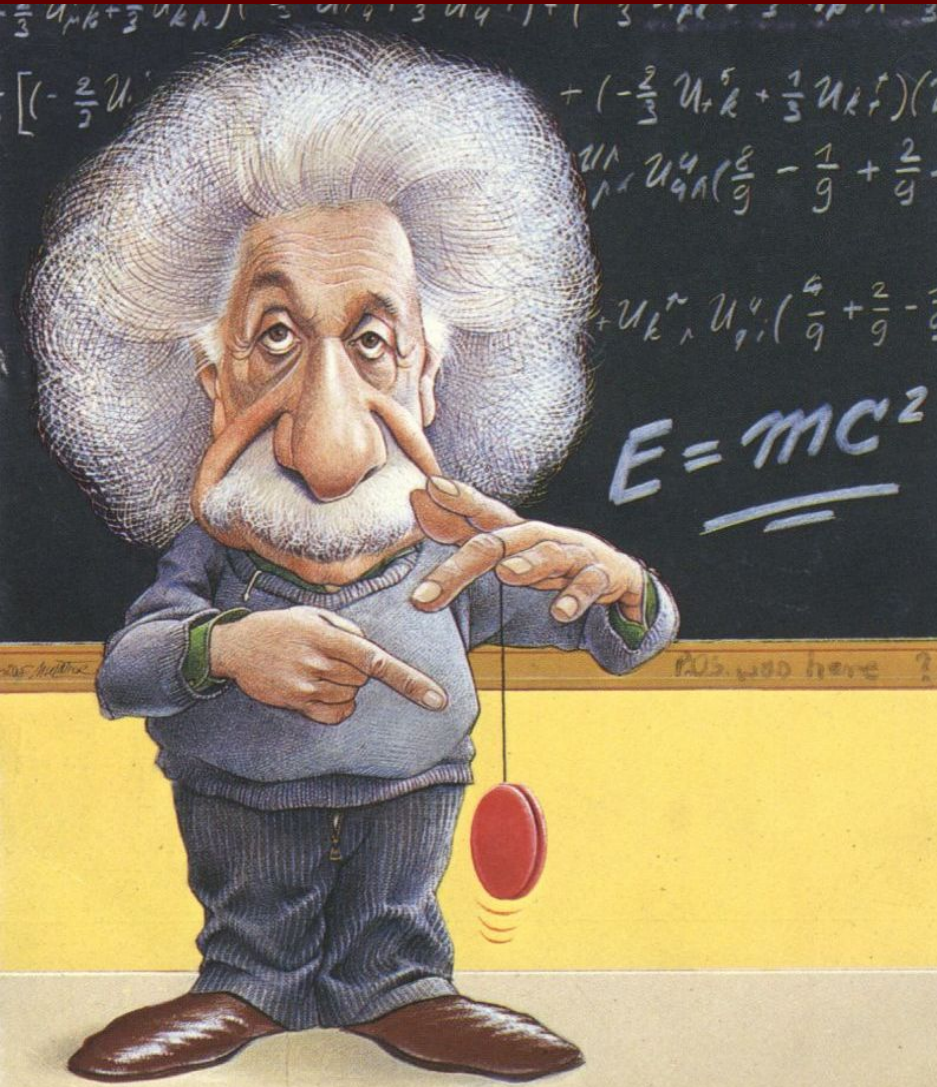
*Es la puesta en común
de un **mensaje.***



Es el **proceso** mediante el cual se realiza el **intercambio** de ideas, pensamientos, opiniones y, en general, de información



Contenidos y Formas



Comunicación Escrita:
Redacción

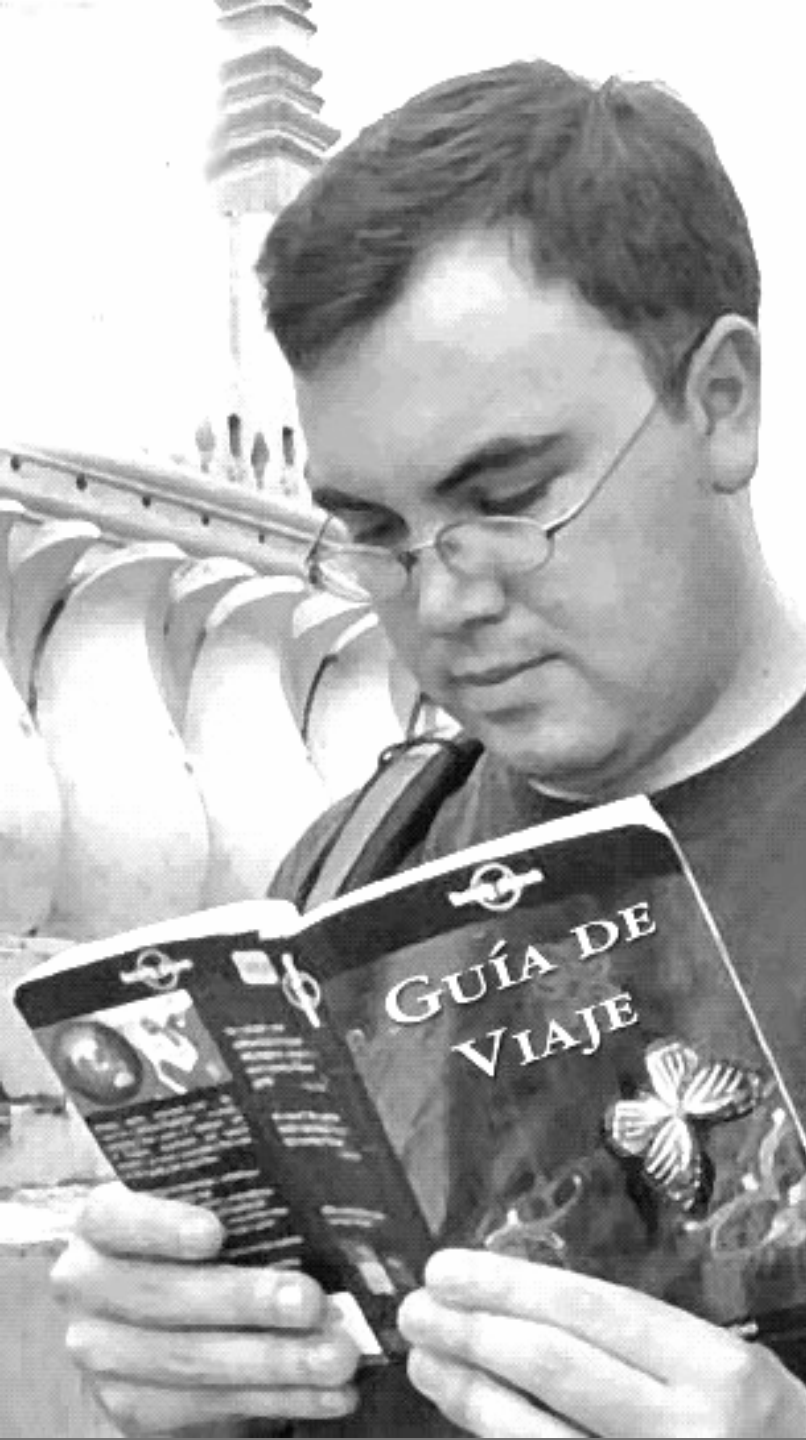
Comunicación Verbal:
Presentación en público

La Lectura

Es la fuente principal y la más accesible, del **conocimiento humano**. Necesidad de una metodología que facilite su **análisis y comprensión e interpretación de la información**. para alcanzar con **éxito** el mayor **nivel de redacción**



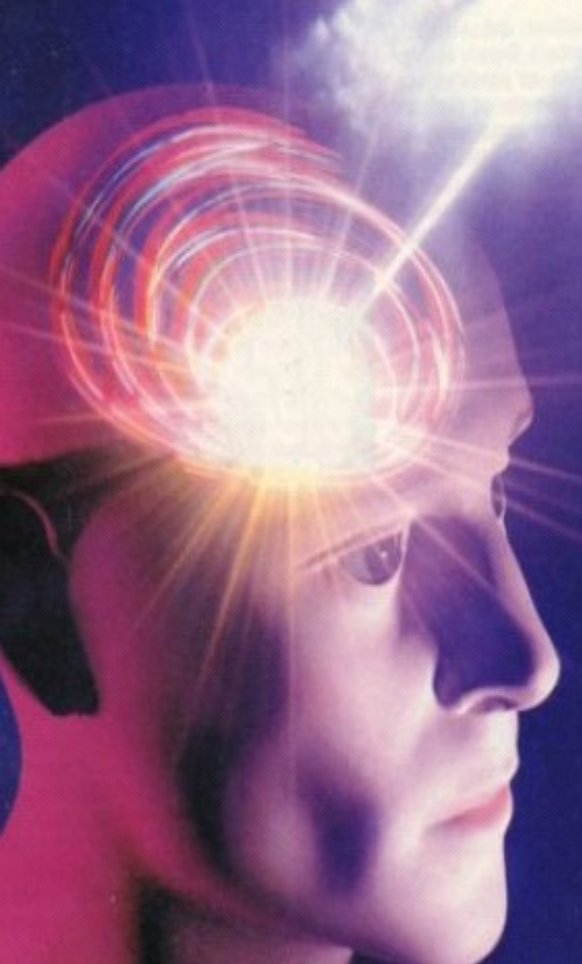
Etapas de la Lectura



1. Asimilación: es el **proceso físico** que se lleva a cabo cuando la palabra es recibida por el ojo y posteriormente transmitida por el nervio óptico hacia el **cerebro**.

2. Comprensión: se refiere al enlace de todas las partes de la información contenida en un texto para **entenderlo**.

Etapas de la Lectura



3. Extraintegración: es la etapa en la cual se utiliza todo el conocimiento previa a la lectura e incluye la selección, **el análisis, la crítica y la evaluación de la información.**

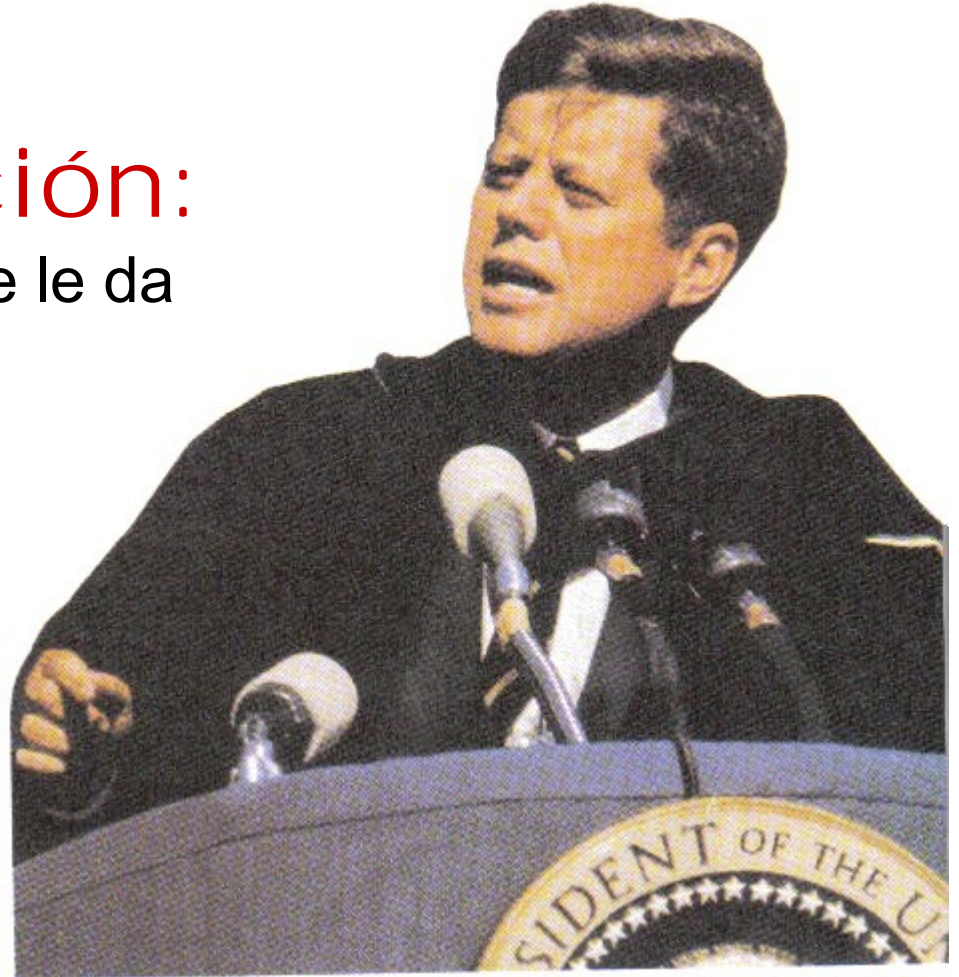
4. Retención: es el almacenamiento básico de la información que leemos.

5. Memoria: es la capacidad de **obtener** la información que se necesita de lo que hemos **almacenado.**

Etapas de la Lectura

5. Comunicación:

es la **utilización** que se le da a la información entendiéndose por **comunicación la escrita y la oral** incluyendo así la importante función que cumple el pensamiento.



Redacción



Redacción

Diccionario de la Real Academia
de la Lengua

Redactar es: "poner en escrito algo, sucedido, acordado con anterioridad."

Entonces:

Redactar es un proceso creativo mediante el cual plasmamos en un escrito aquello que hemos pensado e imaginado.

Diferencias entre

Composición:

es un acto más estético, más creativo. En este campo las palabras son protagonistas del campo poético-literario.

Redacción:

Tiene un carácter más utilitario. Las palabras son vehículos del pensamiento, están comprometidas con la realidad.



*Redacción:
Enseña a
expresarse de
una manera
clara y correcta,
ajustándose a
ciertas pautas
ya establecidas.*



Tipos de textos

Taller de Redacción
y Expresión Oral

I: Expresivos

II: Informativo-referenciales

III: Informativos-periodísticos

IV: Creativos

V: Informativos-argumentativos



Taller de Redacción
y Expresión Oral

I: Expresivos

Diario
Carta
Autobiografía
Memoria
Cuaderno de viaje
Anécdota
E-mail

II: Informativo- referenciales

Nota
Esbozo
Informe
Resumen
Reseña
Agenda

III: Informativo- periodísticos

Nota informativa
Crónica
Reportaje
Entrevista
Columna



Taller de Redacción
y Expresión Oral

IV: Creativos

Poesía

Cuento

Fábula

Proverbio

Chiste

Guión

Novela

V: Informativos-argumentativos

Editorial

Ensayo

Comentario

Tesis

Artículo científico

Monografía

Fases de la Redacción

Pre-Redacción

Acopio de las ideas

Generación de ideas

Organización de las ideas

Documentación

Redacción

Párrafo

Estilo

Dudas lingüísticas

Puntuación

Post-Redacción

Revisión

Redactado final

Pre-Redacción

Acopio de Ideas

Lista o lluvia de ideas
El racimo asociativo
Niveles
Número de ideas
Relaciones
Flujo de escritura
Revisión vs reelaboración
Extensión

Generación de ideas

Analogías
Contrarios
Causas
Consecuencias
Precedencia
Sucesión
Generalización
Ejemplificación
Tipologías
Anécdotas

Pre-Redacción

Técnicas de organización de las ideas

Esquemas

Mapas conceptuales

Mapas mentales

Redes conceptuales

Mapas semánticos

Otras de uso común Cronogramas

Organigramas

Diagramas de flujo

Diagramas especializados

cartografías diversas

planos de ingeniería

modelos sistémicos, etc.)

Redacción

1. Párrafos:

Constituyen la base estructural del texto

2. Tipos de Escritura:

- Enumeración
- Secuencia
- Comparación-contraste
- Desarrollo de concepto
- Problema-solución
- Causa-efecto

- 3. Introducción
- 4. Conclusiones
- 5. Puntuación
- 6. Vocabulario

Post-Redacción

Revisión

Orden de las palabras
Eliminación de lo superfluo
Formas (activa, pasiva)
Repeticiones de sonidos
Evitar Asimetrías

Redactado final

Convenciones
Notas
Citas
Cuadros, tablas
Referencias
Coherencia

***Importancia de contar
con un lector externo***

Párrafo

1. Párrafos:

Constituyen la base estructural del texto

2. Enunciado:

Secuencia finita de palabras

Las cualidades esenciales del párrafo son las siguientes:

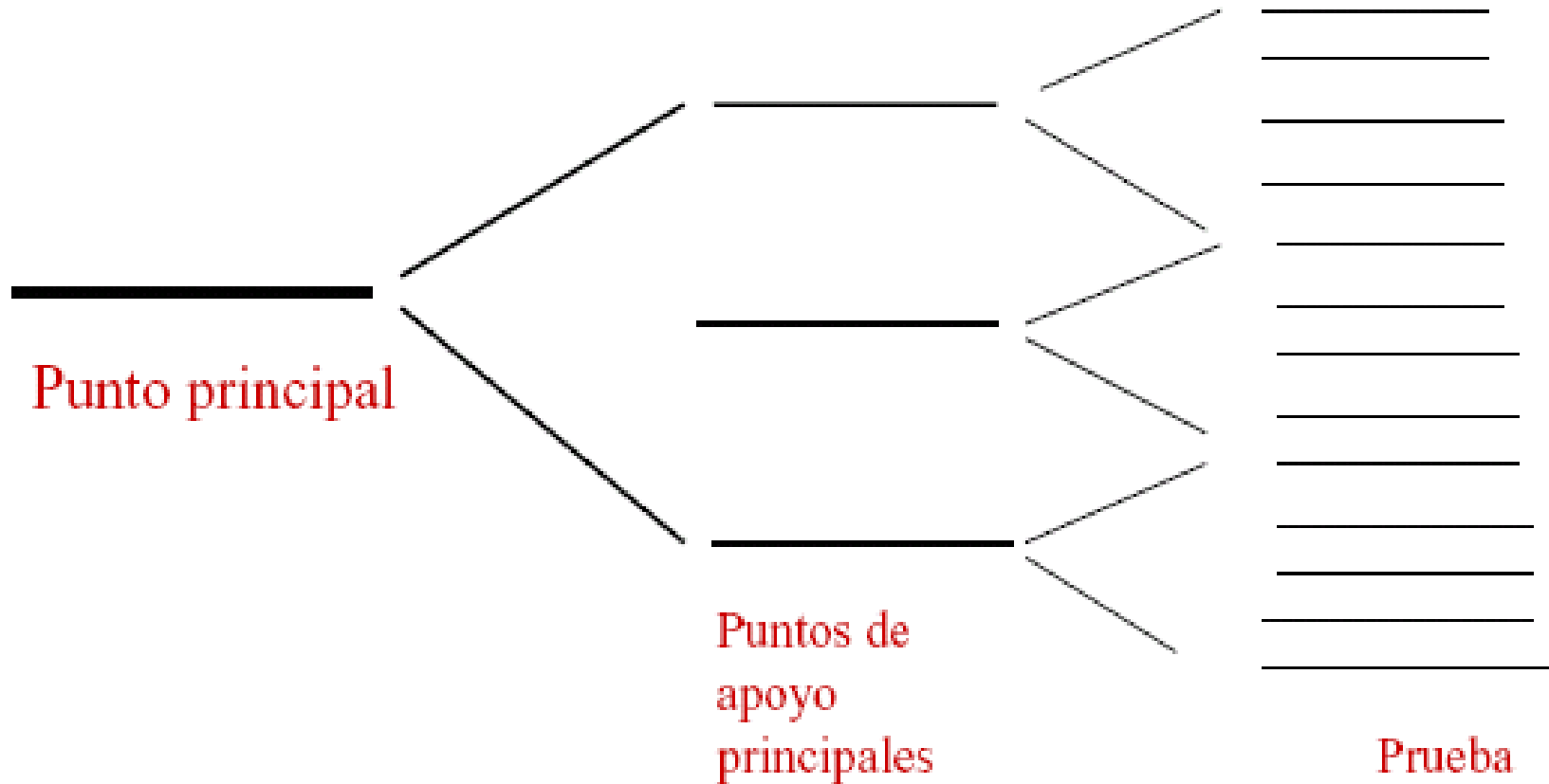
Unidad: desarrollo de una sola idea.

Coherencia: relación lógica entre los enunciados y entre los párrafos.

Énfasis: orden de los enunciados.

Estilo: selección del vocabulario.

Estructura Organizativa



Falta llenar

Retornemos al Taller

Elaboración de Síntesis

Síntesis

Es el proceso mediante el cual se integran las partes, las propiedades y las relaciones de un conjunto para formar un todo significativo.

Elaboración de Síntesis

El esquema:

es la estructura, el esqueleto del tema (títulos, apartados, palabras clave subrayadas) expresada en el plano gráfico. **Permite expresar contenidos brevemente (palabra clave que sintetiza toda una idea), jerarquizarlos (el lugar que ocupan en el papel determina la importancia de las ideas: izquierda, mayor importancia; derecha, menor) y relacionarlos (encadenamiento lógico de ideas).**

Elaboración de Síntesis

El esquema surge del
subrayado estructural.

Hay que procurar que sea
breve para poder abarcarlo
todo con un solo golpe de
vista; por tanto, en él sólo
pondremos palabras clave.

Elaboración de Síntesis

Idea principal 1	Idea secundaria 1	Detalles de la idea secundaria 1
	Idea secundaria 2	Detalles de la idea secundaria 2
	Idea secundaria 3	Detalles de la idea secundaria 3
Idea principal 2	Idea secundaria 1	Detalles de la idea secundaria 1
	Idea secundaria 2	Detalles de la idea secundaria 2
	Idea secundaria 3	Detalles de la idea secundaria 3

Resumen

Para hacer el resumen, **rellene con sus propias palabras el esquema**. Vaya idea por idea, de las fundamentales a los detalles.

El resumen: es como el zumo del tema. Consiste en **expresar con pocas, precisas y propias palabras lo más importante, de forma coherente y ordenada**. Por tanto, escriba a su manera (interprete con sus propias palabras) lo que ha subrayado y esquematizado.

Prólogo de Documentos

Lo primero que conviene decir al lector es lo que **significa el libro en cuestión, su valor, su novedad, sus ideas** originales que aporta. No es preciso seguir el orden del autor; más efectivo es seguir el orden del interés: **de lo más importante a lo más interesante.**

Lo que deberá de procurar - técnica informativa- es atraer la atención del lector. Para esto, nada más útil que seguir el sistema descendente, dejando para el final lo de menos interés.

Prólogo de Documentos

Las siete preguntas clave:

1. ¿Qué?
2. ¿Quién?
3. ¿Cómo?
4. ¿Cuándo?
5. ¿Dónde?
6. ¿Por qué?
7. ¿Para qué?

Espacio en Blanco

Práctica

*Cuéntame
un cuento*



Práctica: Cuento

*Elaboración de
una síntesis, un
resumen y un
prólogo.*

Taller de Redacción y Expresión Oral

Febrero 7, 2008



CARLOS DE LA ROSA VIDAL

Comunicador

Consultor Marketing Motivacional

Actividad de Consolidación

*Elaboración de
una síntesis, un
resumen y un
prólogo.*

Taller de Redacción y Expresión Oral

Febrero 7, 2008



CARLOS DE LA ROSA VIDAL

Comunicador

Consultor Marketing Motivacional

Evaluación

Lee el escrito y evalúalo:

Criterios:	1 (Poco)	2	3	4	5 (Mucho)
Las oraciones han sido elaboradas de forma coherente.					
Has empleado normativamente los signos de puntuación, las mayúsculas y los acentos.					
Te gustó lo que escribiste.					
El texto tiene sentido.					
El texto expresa lo que querías decir.					
El texto está completo.					

Informe



Informe

es la forma escrita
que tiene como
propósito transmitir
la información
precisa acerca de un
asunto específico

Informe

a) Presentación:

- Se trata de identificar el estudio realizado y las partes implicadas: Empresa Cliente y ejecutor del mismo.

b) Objetivos:

- Es necesario especificar claramente los objetivos que motivaron la realización del informe.

c) Metodología:

- Se aporta una ficha general de la investigación que incluye las características metodológicas principales. También se muestra el proceso empleado para obtener la información.

Informe

d) Resultados:

- Es el grueso del informe. Su desarrollo debe ser lógico. Se presentan los resultados obtenidos en cada etapa.

e) Conclusiones:

- Análisis de resultados que ha realizado anteriormente y de su propia experiencia, determina las conclusiones principales. Aporte con recomendaciones y sugerencias oportunas.

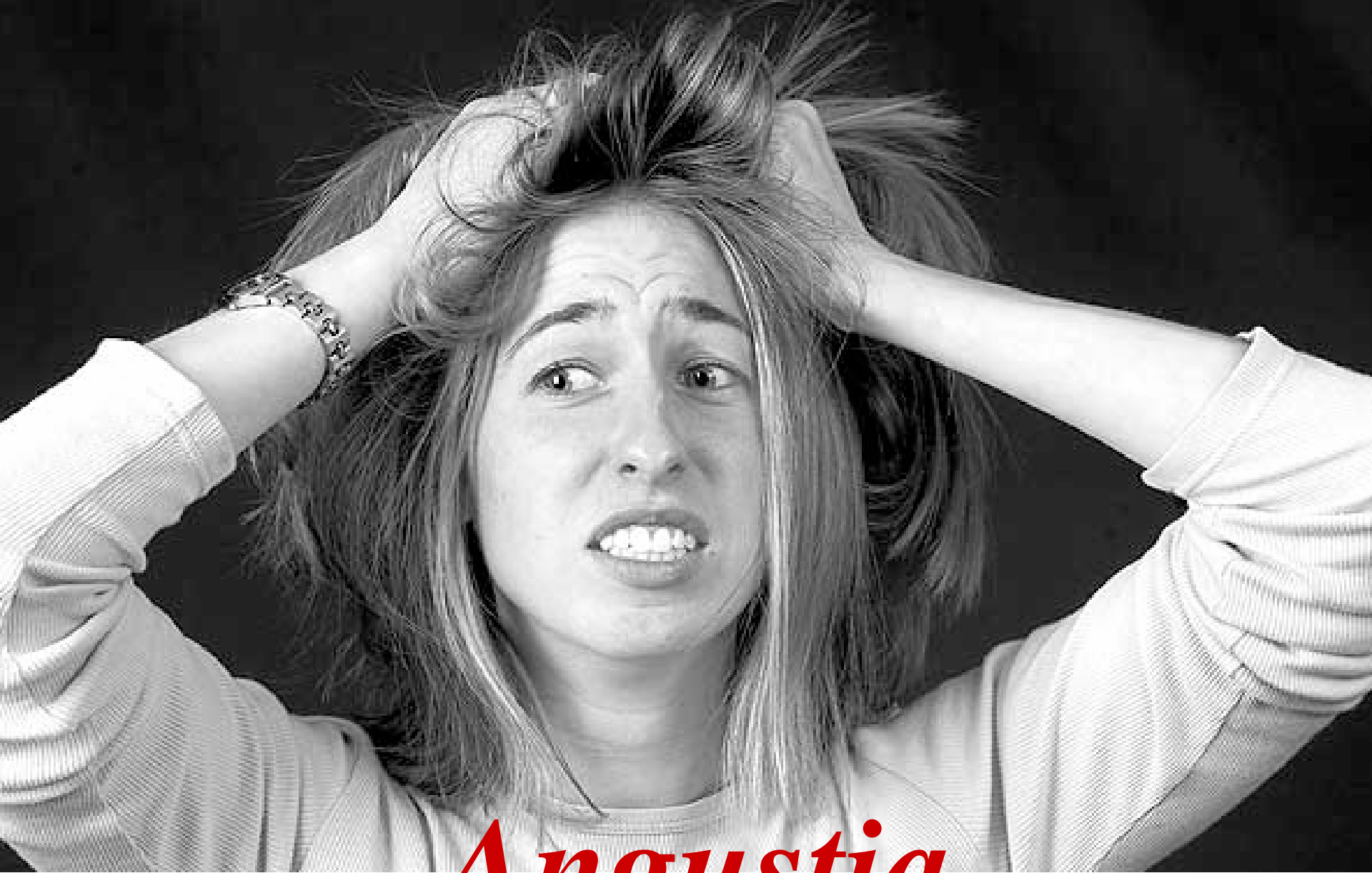
f) Anexos:

- Incluyen los instrumentos o materiales utilizados en el proceso de recogida de información, cuestionarios, cartas de presentación.



El
Presentador
Exitoso

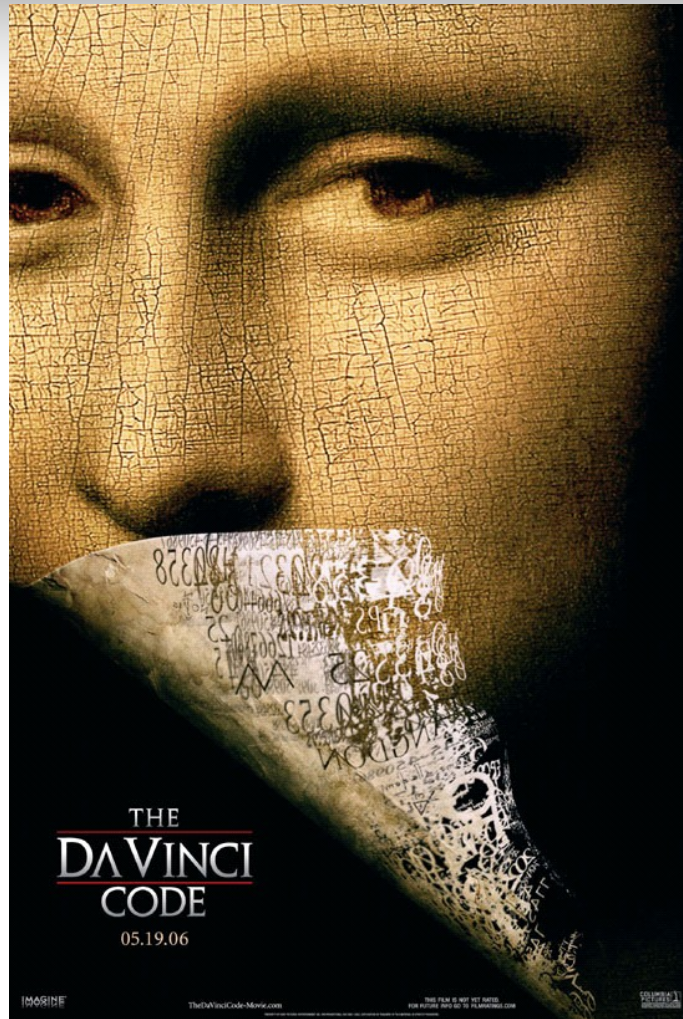
*Para usted
¿hablar en público
produce...*



Angustia



Entusiasmo



Indiferencia

Comunicación Verbal

Es el arte que
posibilita
transmitir el
mensaje o
información de
modo
comprensible a
través del sonido,
del lenguaje oral.

Ventajas

1. Es mas fácil de realizarse
2. Permite inmediata verificación de las reacciones del receptor
3. En ciertos casos es más persuasiva, pues es acompañada de modulación de la voz, gestos y expresiones corporales
4. Es más rápida para comunicaciones individuales y permite el esclarecimiento mutuo de las dudas y opiniones entre las partes comunicantes

Presentaciones Efectivas



El Proceso de la Presentación



Etapa 1: Planeación

Etapa 2: Realización

Etapa 3: Evaluación

Etapa 1:

Planeación

En la planeación es necesario elaborar cuatro elementos:
análisis de la situación,
estructura,
mensaje y apoyos visuales.



Etapa 1: Planeación



Análisis de la Situación

Para que una presentación sea exitosa se deben analizar los cuatro elementos que definen la situación: el tema, el objetivo, análisis de la audiencia y el expositor.

Etapas 1: Planeación



Tema

Se refiere a un aspecto específico de una materia. Es aquello de lo que se va a hablar, el asunto sobre el que trata la presentación.

Recopilar la información

Etapas 1: Planeación



Objetivo

Consiste en el propósito de la presentación, es la razón por la que se hace, aquello que se pretende lograr con la audiencia.

Análisis de la Audiencia



Formúlese ocho preguntas sencillas:

¿Quién es mi público? ¿Hasta qué punto conocen el tema?
¿Qué quiero decirles? ¿Qué esperan ellos de mí? ¿Qué material debo estudiar para desarrollar el tema? ¿De cuánto tiempo dispongo?
¿Qué se llevará el auditorio de lo que yo diga? ¿Qué herramientas audiovisuales usaré?

El Expositor

Intelectual

Conocimientos

Física

postura, voz

Voluntad

Presentación en
público, práctica



Organización o Estructura

Consiste en ordenar su contenido de tal forma que permita que el público pueda entender y recordar más fácilmente la idea central. Si pensamos en la presentación total, la estructura de ésta debe incluir tres partes: **introducción, cuerpo y conclusiones.**



Organización o Estructura

En el cuerpo, se recomienda incluir no más de tres secciones, que deben guardar una secuencia lógica, de fácil comprensión. Por ejemplo:

Pasado - Presente - Futuro

Situación - Problema - Solución

Causa - Desarrollo - Efecto

Mundo - Continente - País

Etapa 2: Realización



Etapa 2: Realización



Comunicación Verbal y No Verbal

La comunicación verbal incluye lo que transmitimos a través del contenido del lenguaje y de las palabras. La comunicación no verbal se refiere a todo aquello que comunicamos sin el uso de palabras.

Etapa 2: Realización



Promover la Participación del Público

Al planear la presentación,
debemos elegir la forma y
la cantidad de participación
que esperamos del
auditorio

Etapa 3: Evaluación



Algunos aspectos a evaluar son los siguientes:

- a. **Objetivos:** grado en que se lograron los objetivos planteados
- b. **Contenido:** cantidad de información de acuerdo con el tiempo disponible, interés del material para el auditorio, uso de argumentos y razones sólidos.

Etapa 3: Evaluación



c. **Estructura:** el grado en que la organización de la información facilitó la comprensión, el impacto de la introducción, la eficacia de la conclusión

d. **Apoyos visuales:** cantidad y calidad de los apoyos

e. **Actuación:** manejo de la comunicación verbal y no verbal en el momento de la realización

Presentaciones Efectivas

QUÉ HACER	QUÉ NO HACER
<ul style="list-style-type: none">✓ Hable en forma clara y sencilla✓ Hable con propiedad✓ Use ejemplos✓ Atrape a su audiencia, use una buena introducción✓ Mantenga contacto visual con el público Varíe el tono de voz cuando quiera recalcar un punto. Haga cambios de entonación	<ul style="list-style-type: none">✓ Evite expresiones irreverentes o que puedan lastimar susceptibilidades✓ No permanezca inmóvil o estático✓ No hable ni demasiado rápido, ni demasiado lento palabra por palabra. Utilícelo como una guía y explíquelo

Presentaciones Efectivas

QUÉ HACER	QUÉ NO HACER
<ul style="list-style-type: none">✓ Use un buen volumen de voz, pero no grite✓ Muévase con naturalidad, acérquese al auditorio✓ Mantenga una postura corporal relajada✓ Demuestre energía y entusiasmo	<ul style="list-style-type: none">✓ Úselas para reforzar sus palabras✓ No dé la espalda al público por leer el material proyectado✓ No se preocupe demasiado por el nerviosismo.✓ Generalmente la audiencia no lo nota. Evite moverse nerviosamente o hacer✓ cosas que distraigan al público, como mover una pluma

Estructura de las Presentaciones

Comienzo /
introducción /
Apertura:

- Preséntese
- Agradezca que hayan venido
- Informe lo que dirá y pretende demostrar o informar

Intermedio / cuerpo principal

- Descripción breve de todos los problemas
- Descripción detallada de cada problema
- Resumen, al terminar cada problema
- Mencione señales que identifican el problema siguiente
- Resuma todos los problemas

Estructura de las Presentaciones

Ofrezca soluciones:

- Describa las soluciones
- Detalle cada solución
- Indique las señales que identifican las soluciones
- Haga resúmenes
- Consiga que todos consideren factibles las soluciones

Indique las ventajas:

- Describa las ventajas

- Resumen
Final /
conclusiones

Descanso de diez segundos

Modalidades de la Expresión Oral



Modalidades de la Expresión Oral

- a. El informe oral
- b. La conferencia
- c. El discurso

Técnicas de dinámica de grupo con participación selectiva:

Simposium (simposio)

Mesa redonda

Panel; Debate público;

Entrevista pública;

Entrevista colectiva.



Modalidades de la Expresión Oral

Técnicas de dinámica de
grupos con participación
masiva:

Forum (foro):
Phillips 6-6:
Comisión:
Sociodrama
Seminario:



El informe oral

Se trata de una disertación destinada a presentar en forma clara y pormenorizada los hechos en torno a alguna cuestión, con la finalidad última de sacar conclusiones o tomar una decisión. . Por lo general, se cumple con el siguiente esquema:

- **Breve introducción**, para motivar el interés del auditorio.
- **Exposición ordenada de los hechos**, con ejemplos y datos concretos.
- **Conclusiones y deducciones** objetivas, o propuestas que deben considerarse.

Actividad de Consolidación



Actividad de Consolidación



Presentación de Producto

Cada participante del taller elegirá un producto

Actividad de Consolidación

1. Nombre del producto
2. Características del producto
3. Beneficios para los consumidores
4. Beneficios para la Empresa
5. Promoción
6. Valor
7. Slogan



Actividad de Consolidación

1. **Preséntese**
2. **Agradezca** al público
3. **Informe** sobre lo que dirá
4. Llame su atención procure **interesar a su público.**
5. **Diga** lo que tiene que decir
6. **Resume** y concluya con fuerza y convicción
7. **Agradezca** al público



Actividad de Consolidación

Preguntas



Taller de Redacción y Expresión Oral

Febrero 7, 2008



CARLOS DE LA ROSA VIDAL

Comunicador

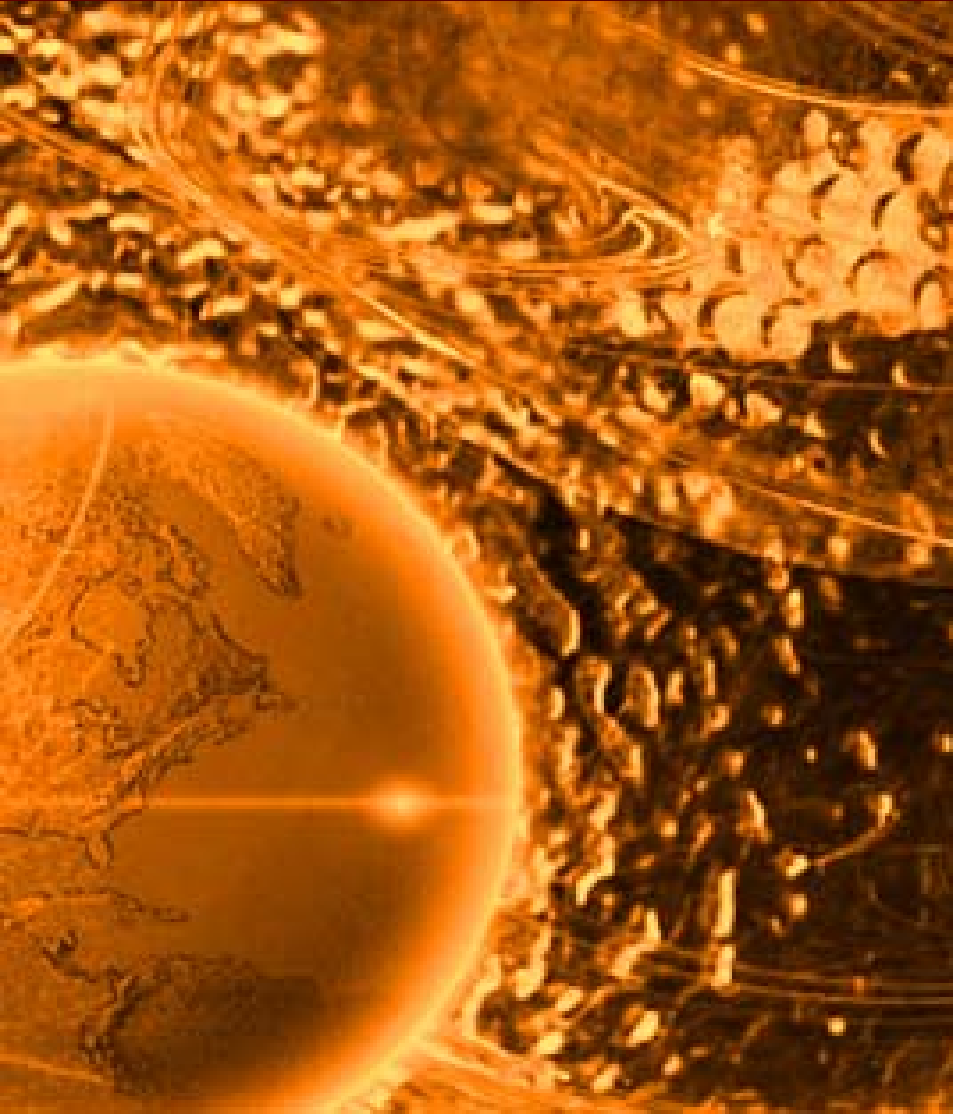
Consultor Marketing Motivacional

Técnicas para

Mejorar la Dicción



Técnicas



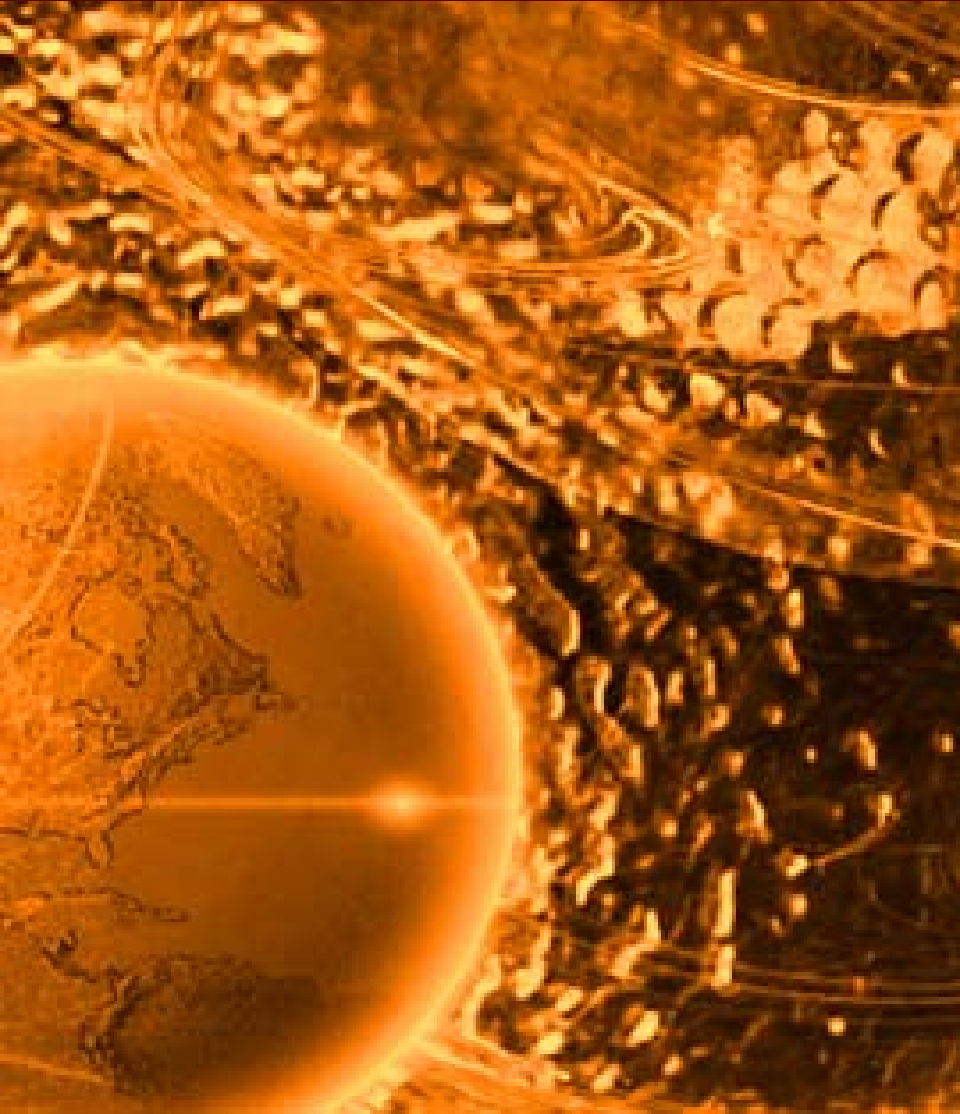
Silabeo:

Lea un texto cualquiera,
silabeando ¿sílaba por
sílaba, ejemplo: nos-en-
con-tra-mos-en-el-ta-ller-

Técnicas

Lectura palabra por
palabra

de un texto cualquiera:
puede ser de principio a
fin, o de fin a principio,
esforzándose por
pronunciar bien cada
palabra



Registro Vocal

Intensidades:

Murmullo. Media. Voz plena.

Agudo

G

H

I

Central.

D

E

F

Grave.

A

B

C

Nos encontramos en las instalaciones del Instituto de Formación Bancaria, en Surco, en donde un equipo de estudiantes se dispone a cruzar un camino de cinco metros, con los pies descalzos sobre carbones encendidos.

Miles de curiosos acompañan a los valientes en esta singular aventura. Para América Televisión les informa “...”, adelante estudios

Nos *encontramos* en las instalaciones del *Instituto de Formación Bancaria*, en Surco, en donde un *equipo* de *estudiantes* se dispone a *cruzar* un camino de cinco metros, con los *pies descalzos* sobre *carbones encendidos*.

Miles de *curiosos acompañan* a los valientes en esta singular aventura. Para *América Televisión* les informa “-----”, adelante estudios

Tipos de Público

Manejo del Auditorio



Los Asistentes

1. **Conozca** a su público
2. **Consiga** que ellos le conozcan antes que usted hable
3. **Conozca** las personas importantes que asistirán
4. **Reúnase** con parte de su público antes de la charla
5. **Consiga** también nombre de las otras personas

Taller de Redacción
y Expresión Oral

Cómo captar la atención del oyente

1. **Revele** uno o más hechos sorprendentes
2. **Formule:** una pregunta retórica (hacer pensar más que responder)
3. **Cuente** un chiste o historia humorística relacionada con el tema
4. **Haga** un recuento detallado de un acontecimiento real o hipotético
5. Haga **referencia** a una ocasión específica o al motivo de su presentación
6. **Cite** un experto de reconocido prestigio

Taller de Redacción
y Expresión Oral

Estrategias

para abordar con
acierto los **Cuatro
Tipos de Audiencia**

1. Le Quiere
2. Piensa que es
imparcial
3. No podría ser más
indiferente
4. No la quiere

TIPOS DE AUDIENCIA	ORGANIZACIÓN	PRESENTACIÓN	MATERIAL DE SOPORTE
<p>“Le quiere” (amistosa, predispuesta a que les guste y su tema)</p>	<p>Cualquier patrón; trate algo nuevo; pida la participación de la audiencia</p>	<p>Cálida, amistosa, franca; buena dosis de contacto visual, sonrisas, gestos y variedad vocal</p>	<p>Humor, ejemplos, experiencias personales</p>

TIPOS DE AUDIENCIA	ORGANIZACIÓN	PRESENTACIÓN	MATERIAL DE SOPORTE
<p>“Piensa que es imparcial” (se consideran sosegados y racionales: ya han decidido, pero piensan que son objetivos)</p>	<p>Presente ambas facetas de la cuestión; patrones de pros y contras o de solución de problemas. Prevea tiempo para responder las preguntas de la audiencia</p>	<p>Controlada, apacible, nada “vistosa”, segura, gestos medios</p>	<p>Hechos, estadísticas, opinión experta, comparación y contraste. Evite el humor, las historias personales y las ilustraciones</p>

TIPOS DE AUDIENCIA	ORGANIZACIÓN	PRESENTACIÓN	MATERIAL DE SOPORTE
<p>No podría ser más indiferente (atención de corta duración, presentes contra su voluntad”</p>	<p>Breve- no más de tres puntos: evite patrones temáticos o de pros y contras, que son logros en opinión de la audiencia</p>	<p>Dinámica y entretenida, circule, grandes gestos</p>	<p>Humor, viñetas, ilustraciones animadas, citas impactantes, estadísticas sorprendentes</p>

TIPOS DE AUDIENCIA	ORGANIZACIÓN	PRESENTACIÓN	MATERIAL DE SOPORTE
<p>“No la quiere” (buscan oportunidades de interrumpir al presentador o ridiculizarlo, emocional)</p>	<p>Patrón no polémico, como temático, cronológico o geográfico</p>	<p>Sosegada y controlada. Hable lenta y apaciblemente</p>	<p>Datos objetivos y opinión experta. Evite anécdotas y chistes</p>

*Acabaron los
cuadros uff*

Taller de Redacción y Expresión Oral

Febrero 7, 2008



CARLOS DE LA ROSA VIDAL

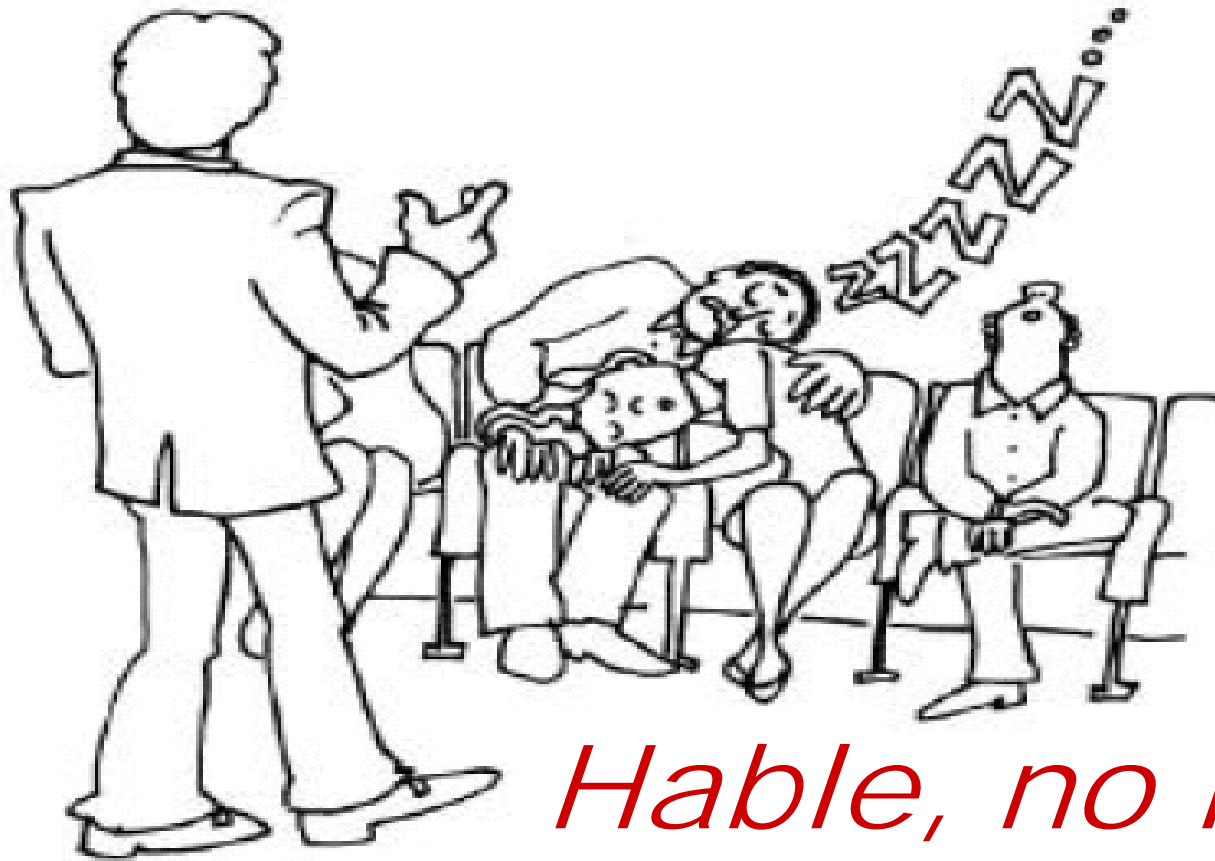
Comunicador

Consultor Marketing Motivacional



*Si la información que
pretende transmitir no le
despierta
verdadero interés,
tampoco lo despertará en
los demás.*

Super Consejo #001



Hable, no lea.

4 principales sistemas en la Comunicación Humana

- 1- La distancia
- 2- El Sistema Corporal
- 3- El Sistema Para-verbal
- 4- El Sistema del Lenguaje:

Comunicación No Verbal



Comunicación No Verbal



*El Lenguaje del
Cuerpo como
apoyo y
complemento*

Comunicación No Verbal

Mirada

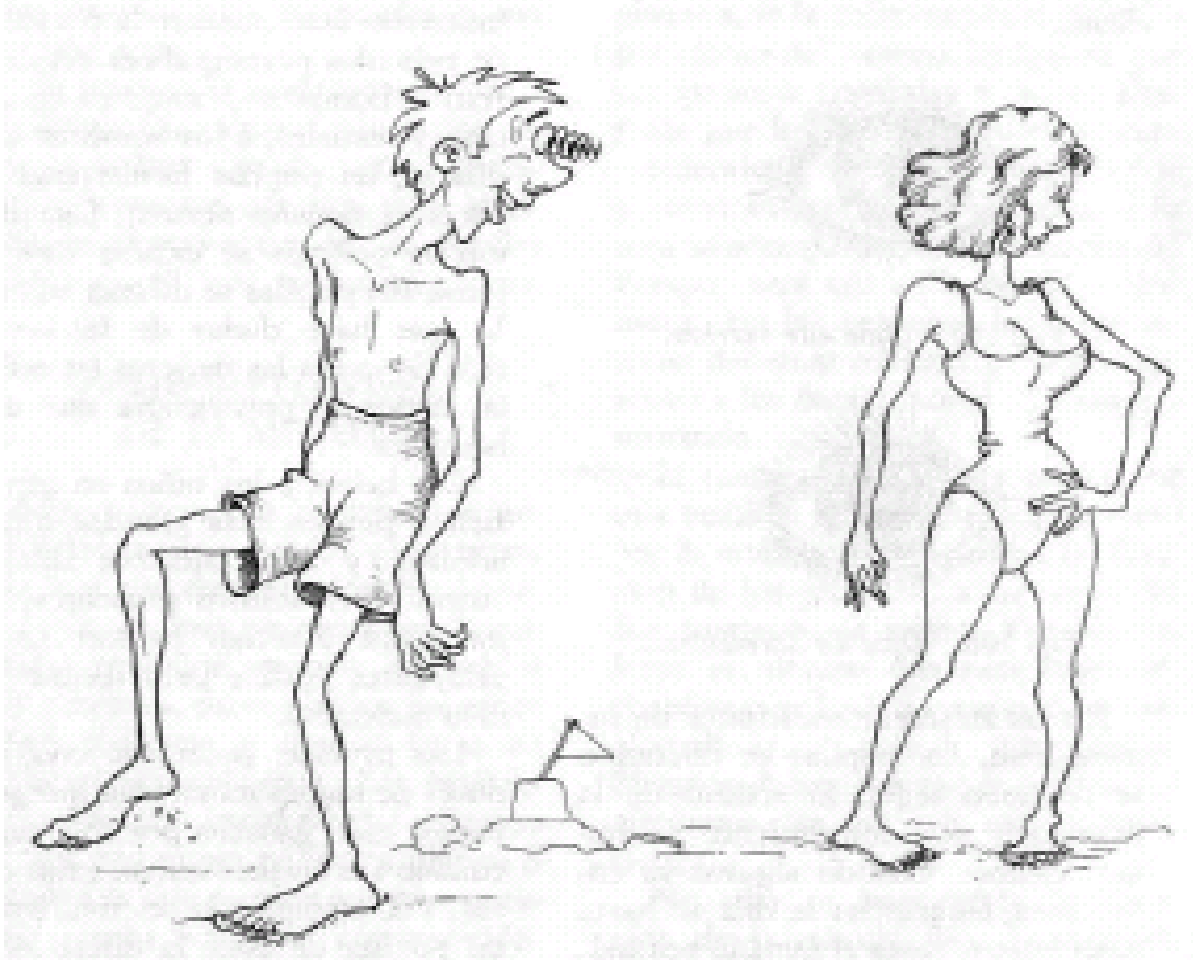
El **contacto visual** debe establecerse antes que el auditivo
Repartir la mirada por todo el grupo antes de empezar a hablar y durante todo el desarrollo de mi comunicación

Ello supone:

mirar a todos, al menos alguna vez para percibir la reacción de cada uno.



Mirada



Postura



La **forma de estar y presentarse** debe estar de acuerdo, con lo que queremos decir

-Debe ser:

-**digna** (respeto ante el grupo y papel que desempeñamos)

-**Variable**

-**natural** (la naturalidad abre las puertas de la comunicación, serena y relaja los ánimos)

Evite las siguientes

Posturas

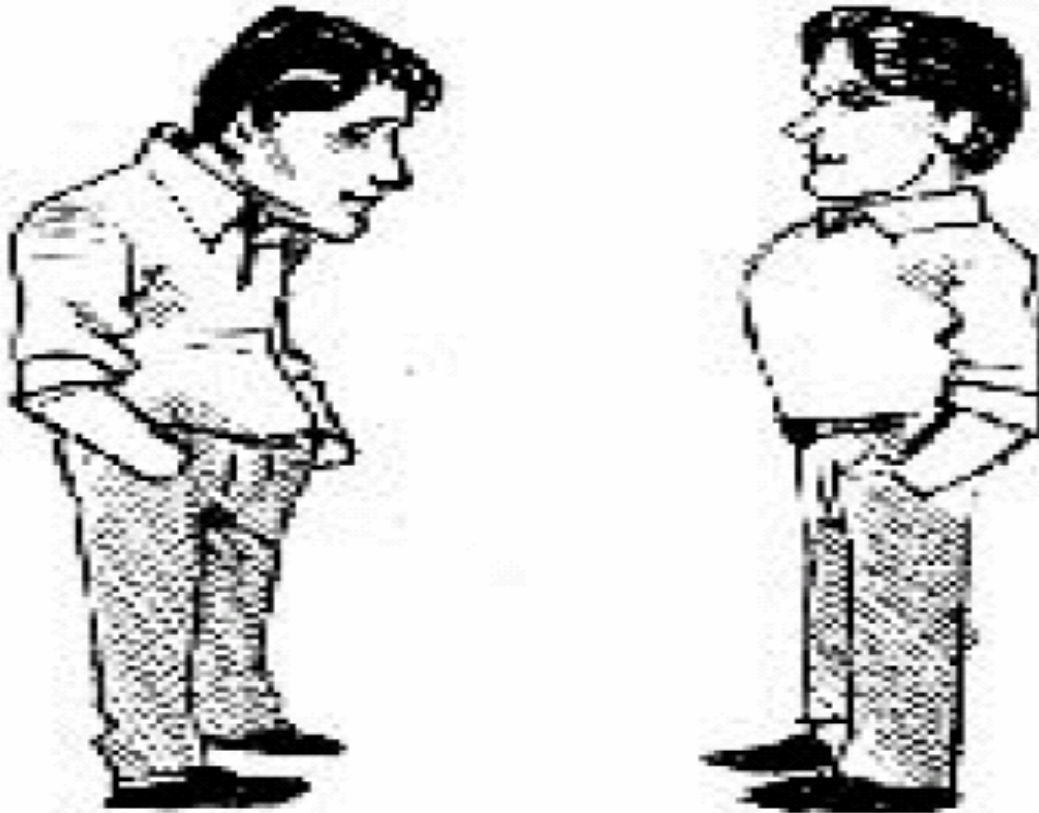


Evite las siguientes

Posturas



Posturas



Proxémica

Campo de investigación que estudia las distancias entre los seres humanos

La distancia:

La distancia crea una dimensión diferente cuando nos comunicamos, esta varía según los grupos sociales y las culturas, usted sabe que no es lo mismo hablar frente a frente, a estar comunicando un mensaje frente a toda la empresa,

Proxémica

Identificamos
4 dimensiones.

_ **Distancia íntima**, la distancia personal que permite contacto físico como los saludos.

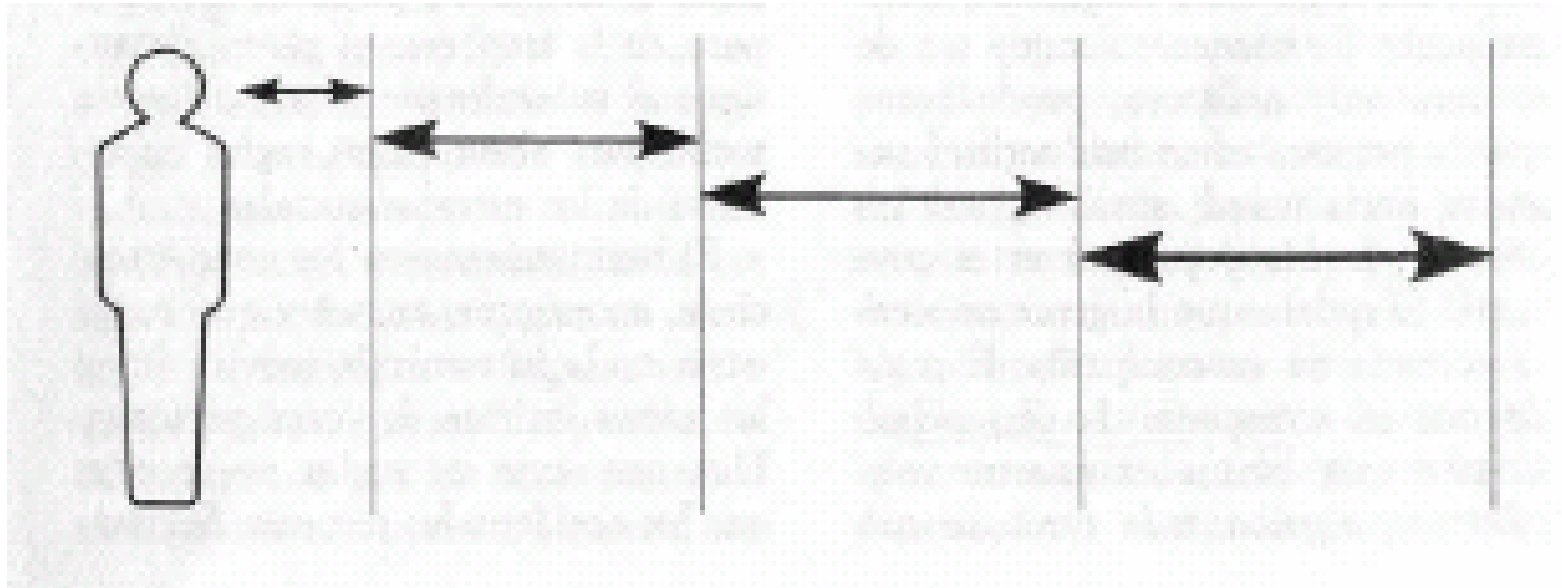
_ **Distancia social**, entre 1 y 2 metros que impide el contacto físico.

_ **Distancia pública próxima**, la que permite escuchar en un grupo de personas

_ **Distancia pública lejana**, como en una conferencia ante un público.

Lo que debe saber Usted debe de utilizar y desarrollar sus habilidades de manera diferente y complementaria tomando en cuenta estas dimensiones.

Distancias



Identificación de Áreas de Mejora



Sesión de Preguntas

*Comentarios,
Sugerencias*

Taller de Redacción y Expresión Oral

Febrero 7, 2008



CARLOS DE LA ROSA VIDAL

Comunicador

Consultor Marketing Motivacional



cj.delarosav@gmail.com
ramasharaka@hotmail.com



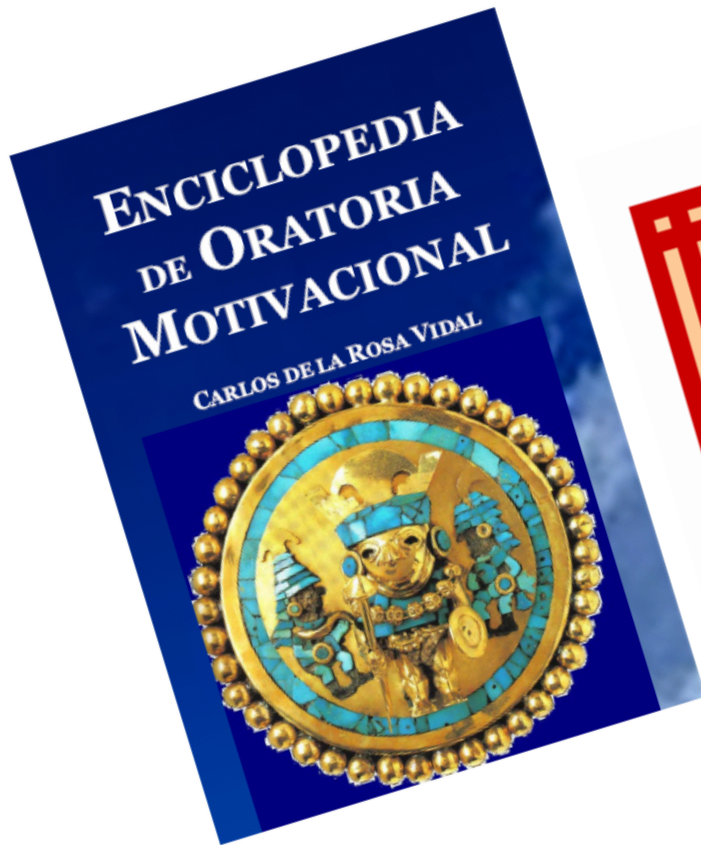
CARLOS DE LA ROSA VIDAL

Comunicador
Consultor Marketing Motivacional

Carlos de la Rosa

Libros Gratuitos

www.esnips.com/web/SeminarioMotivacion



*También en el
buscador google:
escribir el nombre
del expositor y
descargar sus
materiales.*

*Muchas
Gracias!!!*

Carlos de la Rosa