
La comunicación escrita (I)

**unidad
didáctica5**

1. Concepto y características de la comunicación escrita

La comunicación escrita es aquella que precisamente se realiza por escrito. El emisor es una persona que produce textos (informes, certificados, solicitudes, cartas, actas, instancias, notas internas...) Envía su mensaje, y este mensaje llega a muchos receptores que lo decodifican al leerlo.

1.1. Ventajas de la comunicación escrita

- Tiene Permanencia y es fuente de consulta. . Con esto nos referimos a que siempre poseemos la información en escritos para volverla a usar. La información está siempre escrita de forma permanente en el tiempo, no se pierde como las palabras, y puede llegar a muchos receptores.
- Reflexión antes de Escribir. Podemos pensar y definir bien lo que queremos expresar antes de escribirlo definitivamente en un documento para posteriormente utilizarlo.

1.2. Desventajas de la comunicación escrita

- No hay retroalimentación inmediata. La respuesta al mensaje no es inmediata, sino que existe un período de tiempo entre el envío y la contestación del mensaje.
- Puede haber una interpretación equívoca del mensaje. Como no existe una persona que explique el mensaje de la información puede entenderse cosas que no sean las propuestas en el mensaje.

- Baja el nivel de interdependencia.
- Fomenta el aislamiento.

1.3. Características de la comunicación escrita

- **Brevedad y concisión.** Las comunicaciones escritas tienen como finalidad transmitir un mensaje de forma breve, utilizando aquellas palabras que son necesarias para su comprensión, sin faltar a las normas gramaticales. Hay que utilizar pocas palabras pero gramaticalmente correctas.

Es decir, no se puede admitir una comunicación escrita con faltas de ortografía.

- **Claridad.** La claridad en la comunicación escrita viene determinada por dos factores: claridad en la escritura y claridad en el mensaje. De ahí que la escritura empleada en el mensaje sea limpia y clara (lo que se denomina *legible*), y la redacción del mensaje también debe serlo.

Por ejemplo, un mensaje escrito con un tipo de letra que no se entienda perderá su finalidad, ya que si no se puede leer, y lógicamente, no se podrá entender.

Asimismo, una comunicación que esté escrita con buena letra puede que esté redactada de forma que no se entienda el mensaje que se quiere transmitir. Con lo que tampoco se habrá cumplido el objetivo de la comunicación escrita.

- **Claridad en la escritura.** La escritura puede ser manuscrita o mecanografiada.

La manuscrita debe ser clara, y deberá utilizar letras mayúsculas si el *emisor* tiene una letra poco legible, con el fin de que el lector pueda interpretar el escrito correctamente, sin realizar un esfuerzo visual. Hay que escribir de forma clara y legible para otras personas.

La escritura mecanografiada irá precedida de la comprobación del buen estado de la cinta y del buen estado de la impresora, para que su impresión resulte clara. Ten en cuenta que, en ocasiones, los cartuchos o el tóner de la impresora pueden estar en mal estado y el papel se imprime con manchas. La imagen, en estos casos, resulta muy negativa.

- **Claridad en el mensaje.** Un mensaje es claro cuando no se presta a más de una interpretación, es decir, cuando no deja lugar a dudas.

Para conseguir que la interpretación sea clara es preciso tener en cuenta las siguientes normas:

- Utilizar **palabras y expresiones sencillas**, evitando los retorcimientos y los tecnicismos innecesarios. Si un mensaje sobre un nuevo fármaco va dirigido a un farmacéutico, empleará palabras y términos propios de esta ciencia (ya que serán entendibles por el receptor del mensaje). Por el contrario, un mensaje sobre este mismo fármaco dirigido a un paciente (que no sabe de productos químicos y biológicos) debe emplear otro tipo de palabras y términos, de forma que el receptor entienda lo que se le quiere transmitir.
- Ser precisos en la elección de las **palabras que mejor expresen las ideas que se quieren transmitir**, evitando las de doble sentido. Por ejemplo, si se escribe a un cliente que debe dinero a la empresa y no hace frente al pago de su deuda, lo más recomendable es ir directo al grano y emplear frases como: "*El motivo de la presente nota es para recordarle que tiene una deuda pendiente con la empresa, correspondiente a una compra efectuada el día...*". De esta forma se evitan suspicacias y malos entendidos.
- **Seguir un orden lógico en la exposición de las ideas y argumentos**, sin superponer unos a otros de forma que se resten claridad. Es decir, comenzar por pequeños conceptos e ideas e ir avanzando paso a paso, sin mezclar ideas principales con otras más específicas. Así, en el ejemplo del párrafo anterior, las siguientes líneas indicarán al cliente la forma y el plazo en el que debe efectuar el pago: "*...Por ello, le rogamos encarecidamente*

nos ingrese en la cuenta corriente de la empresa el importe de la factura antes de 10 días desde la fecha de recepción de esta nota".

- **Construir las oraciones correctamente, utilizando de forma debida los signos de puntuación y las reglas gramaticales,** como son las reglas de concordancia.
 - Escribir **oraciones cortas y concretas.** Se pretende que la idea se exprese de la forma más clara y precisa.
- **Eficacia.** La finalidad de todo escrito es que se produzcan en el receptor los efectos deseados por el emisor. El autor del escrito debe conseguir que el lector comprenda claramente su mensaje. Por tanto, un escrito será eficaz si consigue esos efectos, por lo que su desarrollo debe contener los siguientes pasos:
- Definir el objetivo de la comunicación. **Por qué se escribe.** De ahí la famosa frase "*El motivo de la presente es para informarle...*". Como ves, se está aclarando por qué se ha escrito el mensaje del que se trata.
 - Determinar correctamente al destinatario. El lector debe captar ese mensaje. La ventaja de la comunicación escrita es que se trata de una comunicación personal y directa, en el sentido de que el receptor del mensaje está leyendo la carta o el documento, de forma que debe quedarle claro que esa comunicación va dirigida a él y no a otra persona. Por ejemplo, si la empresa emite una comunicación y conoce el nombre del destinatario/a, puede poner: «*Estimado Señor Santos: __*». Por el contrario, si no conoce el nombre se suele poner: «*Estimado/a Señor/a: __*» o «*Estimados/as Señores/as: __*».
 - Analizar qué factores clave considerará el receptor para que el escrito consiga su finalidad. El autor del mensaje debe pensar como lo haría el posible lector, para que lo pueda expresar más claramente y sea captado dicho mensaje.

Cuando un escrito se ha realizado, es conveniente leerlo y ponerse en lugar del destinatario del mensaje, de forma que se detecten y queden claros los aspectos del escrito que serán claves para el receptor.

- Hay que desarrollar el escrito de forma que desencadene la reacción deseada en el interlocutor, aportando datos, razonamientos y argumentos que refuercen esa reacción.

Por ejemplo, si el objetivo de un mensaje es que el receptor del mismo realice una llamada telefónica, lo ideal es que, tras leer el mensaje, coja el teléfono y marque el número indicado.

- **Naturalidad.** Con esto nos referimos a utilizar la lengua más usual o más habitual. Escribir con nuestro propio vocabulario sin rebuscamientos en el modo de proceder.
- **Cortesía.** Tratar con atención y respeto a la persona a la cual le redactamos. Lo cortés no quita la sencillez, la cortesía es parte de la educación y, por lo tanto, debemos de tenerla muy en cuenta. Aun cuando la finalidad de la comunicación sea la recriminación de una actitud o la formulación de una reclamación, se debe mantener un tono de respeto y corrección hacia el destinatario.

2. Redactar un documento escrito

2.1. Concepto

El **concepto** de "redacción" conlleva realizar por escrito un conjunto ordenado de pensamientos ó ideas, de acuerdo a las cualidades de coherencia, claridad y belleza. Es un escrito en el que se desarrolla de una manera clara y precisa un tema determinado.

Entre sus objetivos destacan:

1. Informar al lector sobre decisiones, proyectos o ideas.
2. Influir en la actitud que ha de adoptar el lector al leer el mensaje.

De otro lado, debemos tener en cuenta la corrección referida a:

1. Errores ortográficos.
2. Impresión desigual de letras.
3. Márgenes mal colocados.
4. Cartas descentradas.
5. Puntuación incorrecta.
6. Borriones.
7. División incorrecta de palabras.
8. Ideas y oraciones cortadas e incompletas.

9. Cartas mal dobladas.

10. Párrafos muy anchos o muy angostos.

2.2. Las "10 Reglas de Oro para redactar"



1. Piensa siempre antes de escribir.

2. Haz una introducción breve.

3. Evite frases que aburran y que cansen al lector antes de llegar al asunto.

4. Sin olvidar la cortesía, vete directamente al objetivo principal.

5. Se positivo/a. Emplea frases agradables. Si vas a comunicar algo que contenga malas noticias no lo manifiestes al principio.

6. Para la elaboración de los documentos (correspondencia), debes contestar a las siguientes preguntas:

- a. ¿Quién?
- b. ¿Cuándo?
- c. ¿Cómo?
- d. ¿Dónde?
- e. ¿Por qué?

7. Da fechas y datos concretos, nunca escribas:

- a. En un futuro
- b. Más tarde
- c. Oportunamente

8. Se seguro/a al escribir, evite palabras como: Creo que, quizá, tal vez...

9. Incluye dentro de la carta u oficio párrafos que sean de mayor interés, para que no parezca demasiado común, monótono o sin sentido.

10. Haga que el lector disfrute lo que has escrito.

2.3. Recomendaciones

Las **sugerencias** para conseguir una buena técnica de redacción son:

- 1. Conocimiento de estructura sintáctica.
- 2. Observar la expresión oral de los que nos rodean.
- 3. Adquisición de una riqueza léxica, para asimilar nuevos vocablos.
- 4. Realizar ejercicios de análisis de lectura.

5. Realizar síntesis de escrituras.

6. Interés por la lectura de libros, periódicos, revistas, proyectos, informes...

2.4. Etapas

Para redactar un trabajo de forma escrita, hay que seguir los siguientes pasos:

1. **Buscar las ideas a expresar.** ¿Qué quiero decir? ¿Qué quiero expresar? Esta etapa consiste en anotar todo lo que se nos ocurra o lo que va surgiendo con respecto a lo que queremos redactar.
2. **Ordenar las ideas coherentemente.** ¿En qué orden puedo expresar lo que yo quiero decir? Supone elaborar un plan y/o preparar un guión para colocar ordenadamente las ideas y conseguir que tengan un razonamiento lógico.
3. **Expresar las ideas seleccionadas.** ¿Cómo y en qué forma he de expresarlo o decirlo? Se trata aquí de redactar el escrito con coherencia, claridad y elegancia, conforme al plan trazado en la etapa anterior.
4. **Releer lo escrito.** Esta etapa nos ayudará a corregir ó rectificar lo que se ha expresado en el escrito, lo que significa que servirá para mejorar la expresión ó el contenido.

3. Abreviaturas, puntuación, siglas y acrónimos

3.1. Abreviaturas

La abreviación es la reducción de fonemas en una palabra o de palabras en una frase.

Las abreviaturas son una letra o un conjunto de letras que se emplean en la escritura para representar de forma breve una palabra o una frase. Sirven para economizar tiempo y espacio. Las más corrientes son signos arbitrarios o las propias letras iniciales de las palabras que se abrevian.

Se han empleado desde la antigüedad y muchas abreviaturas corrientes proceden del latín. La mayoría de las ciencias y de las artes usan abreviaturas que son universalmente comprendidas.

A continuación, vamos a exponer un listado de las abreviaturas más frecuentes. Lo vamos a dividir en dos apartados: por un lado, las abreviaturas de cortesía y tratamiento (también llamadas abreviaturas oficiales) y, de otro, las abreviaturas comerciales.

3.1.1. Abreviaturas de cortesía y tratamiento

alc. Alcalde.	P.D. Postdata.
afmo. Afectísimo.	p/pág. Página.
Atto. Atento	Pdo. Pasado.
Atte. Atentamente	p.ej. Por ejemplo.
B.O. Boletín Oficial	p.j. Partido Judicial
BOE. Boletín Oficial del Estado.	Pdte. Presidente
c/, C/. Calle	Pdta. Presidenta
D. Don	Prov. Provincia
D ^a . Doña	Pza. Plaza
ed. Edición. Editorial.	Pxmo. Próximo
Ej. Ejemplo	R.D. Real Decreto.
Excmo. Excelentísimo	R.O. Real Orden
f.o./ F.C. Ferrocarril	Rte. Remitente
íd. Ídem	S./Sn. San
Índ. Índice.	s/n. - s/núm. Sin número
Ltdo. Limitado	Sr. Señor

Técnicas de secretariado de dirección

La comunicación escrita (I)

Máx. Máximo	Sra. Señora.
Mun. Municipal.	Srta. Señorita.
n. Nombre.	S.R.C. Se ruega contestación
Núm. Número	tel./teléf./fno. Teléfono.
O.M. Orden Ministerial	ú. Úsase
Ortogr. Ortografía.	Ud. /Vd. Usted.

3.1.2. Abreviaturas comerciales

a/c. A cargo.	Int. Interés.
a/ca. a/cta. A cuenta	Inv. /invent. Inventario
Acept. Aceptación.	L. Letra.
Admón. Administración.	l.c./l.cit. Lugar citado.
a/f. a favor.	Liq. Líquido.
Apdo. Apartado.	M/acep. Mi aceptación
Arch. Archivo.	M/cgo. Mi cargo.
Aux. Auxiliar	M/cta. Mi cuenta
Bco. Banco.	M/f. mi favor.
Bib. Biblioteca	M/fra. Mi factura.
B°. Beneficio	M/p. mi pagaré
B/. Bultos.	M/r. Mi remesa
c. Coste	M/t. Mi talón.
C°. Cambio	Merc. Mercaderías, mercancías.

Cént/cénts. Céntimo/s.	Neg. Negociado.
Cgo. Cargo.	O. Orden
Cía. Compañía	O.c. Obra completa.
Cap. Capital, capítulo	Párr. Párrafo.
c/c, c/cte. Cuenta corriente	Pat. Patente.
c/n Cuenta nueva	p/c. por cuenta
C. de admón. Consejo de Administración.	p.c/o. Por cuenta y orden.
Ch/ch. Cheque	p.d. Porte debido.
Cód. Código	p.p. porte pagado.
Contab. Contabilidad.	Pl. Plazo.
Com. Comisión, comercio	Pérd. ^a y Ganan. ^a . Pérdidas y Ganancias
d/f. días fecha	P.A. Por autorización.
Dir. Dirección, director.	P.O. Por orden
Dpto. Departamento.	P.P. Por poder.
Doc. Documento.	Priv. Privado.
Dto. Descuento.	Publ. Publicación.
Dupdo. Duplicado.	P.V.P. Precio de venta al público.
d.v., d/v. Días vista	R. Recibí, remesa
Eur. Euro	Ref. Referencia
e. Envío	reg. Regular
ef. Efectos	Reg. Registro.
ef. a cb. Efectos a cobrar.	S. /Sdad. Sociedad.

ef. rec. Efectos a recibir.	Sdo. Saldo
Efvo. Efectivo.	S.A. Sociedad Anónima.
Expdte. Expediente	S.E.u O. Salvo error u omisión.
f./fact./fra. Factura.	s.f. sin fecha
fin. Finanzas, financiero.	s/g. Sin gastos.
Fol. Folio.	S.L. Sociedad Limitada
Fábr. /fca. Fábrica	t/ talón.
g. Giro.	Tít. Título.
Gtos. Gastos	Vº. Bº. Visto bueno
Gros. Géneros.	Vto. Vencimiento.
Imp. Importe.	Vta. Venta.
Impr. Imprenta.	Vol. Volumen.

3.2. La puntuación

La puntuación de los textos escritos, con la que se pretende reproducir la entonación de la lengua oral, constituye un capítulo importante dentro de la ortografía de cualquier idioma. De ella depende, en gran parte, la correcta expresión y comprensión de los mensajes escritos. La puntuación organiza el discurso y sus diferentes elementos y permite evitar la ambigüedad en textos que, sin su empleo, podrían tener interpretaciones diferentes.

El español cuenta con los siguientes signos de puntuación, resumidos en el siguiente cuadro:

SIGNOS DE PUNTUACION	EXPLICACION Y EJEMPLOS
<p>Punto (.)</p>	<p>Señala la pausa que se da al final de un enunciado. Después de punto -salvo en el caso del utilizado en las abreviaturas -siempre se escribe mayúsculas. <i>Ej. Le adjuntamos la presente relación con el asunto de referencia.</i></p> <p>Hay tres clases de puntos:</p> <p>El punto y seguido. Separan enunciados que integran un párrafo. Se continúa escribiendo en la misma línea.</p> <p>El punto y aparte. Separa dos párrafos distintos, que suelen desarrollar, dentro del mismo texto, contenidos diferentes.</p> <p>El punto y final. Es el que cierra un texto.</p>
<p>Coma (,)</p>	<p>Indica una breve pausa que se produce dentro del enunciado.</p> <p>Se emplea para separar los miembros de una enumeración, salvo los que vengán precedidos por alguna de las conjunciones y, e, o, u. <i>Ej. Nuestra empresa se dedica a la fabricación de gafas, lentes de contacto y aparatos auditivos.</i></p> <p>Para aislar el vocativo del resto de la oración. <i>Ej. Como ya le comunicamos Sr. Alfaro, el pedido...</i></p> <p>En los incisos que interrumpen una oración, para aclarar o ampliar lo dicho. <i>Ej. Alberto, el responsable de administración, puede acudir a esa reunión del día 20.</i></p> <p>En las proposiciones coordinadas adversativas introducidas por conjunciones como pero, mas, aunque, sino. <i>Ej. Al director lo avisaron a las 11, pero en ese momento estaba muy ocupado.</i></p> <p>Las expresiones esto es, es decir, o sea, en fin, por último, por consiguiente, sin embargo, no obstante, además, en tal caso, por lo tanto, en cambio, en primer lugar, posiblemente, generalmente, en definitiva, quizás... colocados al principio de una oración, se separan del resto de la oración mediante una coma. <i>Ej. Por consiguiente, no vamos a tomar ninguna resolución precipitada. Efectivamente, tienes razón.</i></p>

SIGNOS DE PUNTUACION	EXPLICACION Y EJEMPLOS
Coma (,)	<p>Quando estas expresiones van en medio de la oración, se escriben entre comas. <i>Ej. Tales incidentes, sin embargo, no se repitieron.</i></p>
Dos puntos (:)	<p>Los dos puntos detienen el discurso para llamar la atención sobre lo que se sigue.</p> <p>Se usa para introducir una numeración o relación. <i>Ej. Adjunto remitimos las siguientes facturas:</i></p> <p>Preceden a las citas textuales. En este caso, después de los dos puntos se suele escribir la primera palabra en mayúscula. <i>Ej. Las palabras del Director fueron: "La empresa necesita captar a un mayor número de clientes, así no podemos continuar".</i></p> <p>Tras las fórmulas de saludo en las cartas y documentos. En este caso, también la palabra que sigue a los dos puntos se escribe en mayúscula y, generalmente, en un renglón aparte. <i>Ej. Estimado Señor Rodríguez:</i></p> <p>En textos administrativos y jurídicos (decretos, certificados, instancias...) se colocan dos puntos después del verbo, escrito en mayúsculas, que presenta el objetivo fundamental del documento. <i>Ej. CERTIFICA: SOLICITA: EXPONE:</i></p>
Punto y coma (;)	<p>Indica una pausa superior a la marcada por la coma e inferior a la señalada por el punto.</p> <p>Para separar los elementos de una enumeración cuando se trata de expresiones complejas y oraciones extensas. <i>Ej. Hemos aceptado las condiciones expuestas en su escrito debido a las buenas relaciones mantenidas con su empresa; no obstante, debemos comunicarle...</i></p> <p>Delante de conjunciones o locuciones conjuntivas como pero, mas, aunque, sin embargo, en fin... cuando los periodos tienen cierta longitud y encabezan la proposición a la que afectan. <i>Ej. El trabajador se esforzó intensamente durante todo el mes; sin embargo, los resultados no fueron los esperados.</i></p>

SIGNOS DE PUNTUACION	EXPLICACION Y EJEMPLOS
<p>Puntos suspensivos (...)</p>	<p>Suponen una interrupción de la oración o un final impreciso. Después de los puntos suspensivos, cuando cierran un enunciado, se escribe mayúscula. <i>Ej. El caso es que si lo rechazan...Mejor no pensar en cosa tan improbable.</i></p> <p>Pero cuando este signo no cierra un enunciado y este continúa tras ellos, se escribe minúscula. <i>Ej. Estoy pensando que... aceptaré; en esta ocasión debo arriesgarme.</i></p> <p>Al final de enumeraciones abiertas o incompletas, con el mismo valor que la palabra etcétera. <i>Ej. Disponemos de todo tipo de materiales de oficina: libretas, carpetas, archivadores...</i></p> <p>Cuando se quiere expresar que antes de lo que va a seguir ha habido un momento de duda, temor o vacilación. <i>Ej. Iré, no iré...Debo decidirme pronto.</i></p> <p>La interrupción del enunciado, a veces, sirve para sorprender al lector con lo inesperado de la salida. <i>Ej. Se convocó una Junta, se distribuyeron centenares de papeles anunciándola y, al final, nos reunimos...cuatro personas.</i></p> <p>Para dejar un enunciado incompleto y en suspenso. <i>Ej. Fue todo muy violento, estuvo muy desagradable... No quiero seguir hablando de ello.</i></p>
<p>Signos de interrogación (¿?) y de exclamación (!)</p>	<p>Encierran enunciados que, respectivamente, interrogan o exclaman. Los primeros se utilizan para delimitar enunciados interrogativos directos; los segundos demarcan enunciados exclamativos, también es estilo directo, e interjecciones. <i>Ej. ¿Cuándo es la reunión? ¡No tires ese folleto sin leerlo!</i></p> <p>Después de los signos que indican cierre de interrogación o exclamación no se escribe nunca punto.</p> <p>Cuando se escriben varias preguntas o exclamaciones seguidas y son breves, se opta por considerarlas oraciones independientes, con sus correspondientes signos de apertura y cierre, y con mayúscula al comienzo de cada una de ellas. <i>Ej. ¡Quedan cinco minutos! ¡Llegamos tarde! ¡Date prisa!</i></p>

SIGNOS DE PUNTUACION	EXPLICACION Y EJEMPLOS
<p>Paréntesis ()</p>	<p>Son signos que encierran elementos incidentales o aclaratorios intercalados en un enunciado.</p> <p>Para intercalar algún dato o precisión: fechas, lugares, significado de siglas... <i>Ej. El año de su nacimiento (1616) es el mismo en que murió Cervantes. Una ONG (Organización no gubernamental) ha de ser, por principio, una asociación sin ánimo de lucro.</i></p> <p>Para evitar introducir una opción en el texto. Se puede encerrar dentro del paréntesis una palabra completa o solo uno de sus segmentos. <i>Ej. En el documento se indicarán el (los) día (s) en que haya tenido lugar la baja.</i></p> <p>En la transcripción de textos se utilizan tres puntos entre paréntesis para dejar constancia de que se omite en la cita un fragmento del texto. <i>Ej. Hasta aquí (...) la obra visible de Menard, en su orden cronológico.</i></p>
<p>Corchetes []</p>	<p>Se utilizan, por regla general, de forma parecida a los paréntesis. Es decir, incorporan información complementaria o aclaratoria.</p>
<p>Comillas " "</p>	<p>Para reproducir citas textuales de cualquier extensión. <i>Ej. Fue entonces cuando la Secretaria dijo: "Sí".</i></p> <p>Para indicar que una palabra ó expresión es impropia, vulgar ó de otra lengua, o que se utiliza irónicamente ó con un sentido especial. <i>Ej. Dijo, con total razón, que el asunto tenía algunas "prorrogativas".</i></p> <p><i>Últimamente, está muy ocupado con sus "negocios".</i></p> <p>Para citar títulos de artículos, poemas, cuadros... <i>Ej. El artículo "Las Secretarias del nuevo siglo" habla sobre...</i></p>

3.3. Siglas y acrónimos

La sigla o siglas se componen por las letras iniciales de las palabras que queremos abreviar. Por ejemplo, la sigla de Boletín Oficial del Estado será BOE.

- Las letras que forman la sigla no irán separadas ni por espacios ni por puntos.

- Mal: B.O.E.

- Bien: BOE

– Cuando se escriba por primera vez en un documento debemos hacerlo con la denominación completa y en el resto se utilizará la sigla.

El acrónimo es la palabra formada por las iniciales, y a veces por más letras, de otras palabras. Por ejemplo, **A**sociación para la **DE**fensa de la **NA**turalaleza sería **Adena**.

En los acrónimos, la primera letra se escribirá en mayúsculas y las demás en minúsculas.

A continuación, se expone un cuadro que recoge una lista de las siglas y acrónimos más conocidos y habituales.

MECD Ministerio de Educación, Cultura y Deporte	NIF Número de Identificación Fiscal
MTAS Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales	PIB Producto Interior Bruto
MAPA Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.	PYME Pequeña y Mediana Empresa
MAP Ministerio de Administraciones Públicas	Renfe Red Nacional de Ferrocarriles Españoles
MH Ministerio de Hacienda	RNE Radio Nacional de España
MCT Ministerio de Ciencia y Tecnología	RTVE Radio Televisión Española
MSC Ministerio de Sanidad y Consumo	SAS Servicio Andaluz de Salud
ADECU Asociación para la Defensa de Consumidores y Usuarios	FP Formación Profesional
Aenor Asociación Española para la Normalización y Racionalización.	Copyme Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa

Técnicas de secretariado de dirección

La comunicación escrita (I)

INEF Instituto Nacional de Educación Física	Fitur Feria Internacional Del Turismo
SPEE Servicio Público de Empleo Estatal	DNI Documento Nacional de Identidad
Injuve Instituto de la Juventud	DRAE Diccionario de la Real Academia Española.
Insalud Instituto Nacional de Salud	INE Instituto Nacional de Estadística
IPC Índice de Precios al Consumo	OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
IRPF Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas	ITV Inspección Técnica de Vehículos
IVA Impuesto sobre el Valor Añadido	

4. El informe: tipos y partes

De aquí hasta la finalización del tema, veremos las distintas comunicaciones breves que pueden llegar a existir en el interior de cualquier empresa. Son escritos redactados para el ámbito interno de la organización, y se utilizan para informar a las personas involucradas en la misma. Empezaremos por el informe, y trataremos también el anuncio, el saludo y la circular.

El informe es el escrito que recoge información concreta sobre determinadas cuestiones de interés para la empresa, con el fin de proceder a su análisis y poder tomar decisiones.

Con relación a su contenido, los informes pueden ser expositivos, valorativos y resolutivos.

- **Informes expositivos.** Son aquellos que se limitan a facilitar una información objetiva, prescindiendo de su análisis. Exponen la información sin más. Como ejemplo se puede citar un informe en el que se expone la situación de una obra. Se trata de un informe totalmente objetivo, ya que la obra está en una situación concreta, luego la persona que realiza el informe se limita a exponer "lo que hay".
- **Informes valorativos.** Facilitan una información y analizan los datos que contiene. En estos informes se analiza más a fondo la información proporcionada. Por ejemplo, en el informe de la obra valorarían otros requisitos como si cumplen con el tiempo estipulado, si utilizan los materiales originales, etc.
- **Informes resolutivos.** Son los informes que se elaboran a partir de un problema planteado, facilitando la información necesaria acerca del mismo y, tras una valoración de los datos, se ofrecen alternativas para solucionar ese problema planteado. Por ejemplo, si no se cumple el tiempo

establecido para la ejecución de la obra, se elabora un informe planteando el problema y dando al mismo tiempo soluciones.

4.1. Aspectos básicos del informe

- Puede utilizarse de forma rutinaria, como los formularios, para anotar los accidentes o el desarrollo del trabajo.
- Se puede elaborar como una larga nota interior, para consumo interno de la empresa. Esto podría ocurrir, por ejemplo, en el caso de un informe de estilo menos formal para tu jefe o tus compañeros, quizá con ocasión de visitar una feria o exposición.
- El informe puede utilizar un formato especial y esquemático, incluyendo recomendaciones básicas para actuaciones futuras.
- Puede tratarse de una información extensa; el resultado de meses y aún años de investigación llevados a cabo por un equipo de trabajo. La publicación final puede estar dirigida a un sector determinado o incluir a cualquier tipo de público y editarse en forma de libro.

El profesional del secretariado, tendrá que:

1. Componer pequeños informes acerca de incidentes en la oficina o sugerencias sobre métodos de funcionamiento.
2. Recopilar apuntes sobre notas, consejos o determinaciones de otras personas de la plantilla.
3. Procesar grandes estudios escritos por especialistas de la empresa.

Siempre se debe distinguir el tipo de informe que se está elaborando, para así, utilizar el formato adecuado.

Ya que los informes tienen un objetivo concreto, han de transmitir correctamente toda la información, compleja o no, que se determina; al lector tal vez sólo le interese parte de esa información, y ha de ser fácilmente localizable, de forma

que se pueda consultar rápidamente. Tendrás entonces que tener especial consideración en el uso de apartados, secciones, encabezamientos, numeraciones e índices, asegurándote siempre de que el formato es atractivo y fácil de leer.

Puede ser interesante, previo a la elaboración de un informe, buscar ejemplos en libros especializados e, incluso, en los archivos de tu propia empresa.

4.2. Estructura del informe

La estructura de un informe depende de lo que se quiera decir (su contenido) y de la forma en que se quiera decir. Por eso, no podemos decir que exista una estructura fija y determinada para todos los informes, sino que variará y se adaptará a lo que queramos redactar e informar.

La estructura que se comenta a continuación es meramente orientativa y una opción (de entre muchas) de cómo se podría estructura un informe.

1. **Carta de presentación.** Sirve para adjuntar el informe y va dirigida a la persona o empresa que lo solicitó.

Quando el informe es entregado en mano por su autor (o por otra persona autorizada), no es imprescindible la carta de presentación.

2. **Portada.** Constituye la primera página del informe propiamente dicho, y debe reflejar los siguientes datos:

- Título del informe. El título debe referirse a la causa del informe.
- Nombre de la persona, empresa o departamento que lo solicita. Quién o qué.
- Nombre del autor o de los autores.
- Fecha de terminación del informe.

3. **Índice.** Aparecerán las materias incluidas en el informe, separadas por capítulos y apartados según la estructura lógica del estudio. Como los índices de los libros.

4. **Resumen.** Deben resumirse los informes extensos, para que se tenga una idea general que le permita interpretar con mayor facilidad su contenido. Lo que pretende el resumen es mostrar de una manera breve la idea principal del informe.

5. **Texto.** El texto es el desarrollo del informe, dónde se incluirán los métodos utilizados, fuentes consultadas y demás datos de interés. Aquí es donde se desarrollará de forma extensa todas las ideas y conceptos del informe.

Reflejaremos los resultados, las conclusiones y, en su caso, las recomendaciones que se puedan dar.

6. **Anexos.** Hay que incluir toda la documentación necesaria para reforzar el contenido de la información. Deben incluirse todos los documentos que puedan aclarar el informe, como gráficos, mapas, cuadros de texto, imágenes, histogramas...

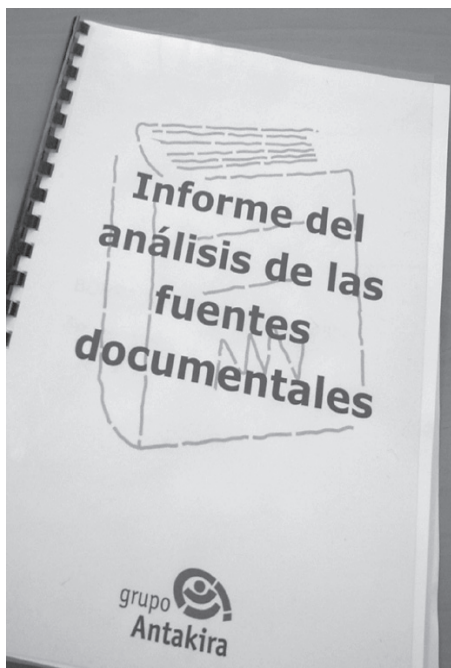
4.3. Tipos de informes

Los informes más utilizados en las empresas son los informes personales, los informes comerciales y los informes de mercado.

– **Los informes personales.**

Estos informes recogen información sobre los candidatos a ocupar un puesto de trabajo.

En el *currículum vitae* el candidato debe añadir el puesto de trabajo realizado con anterioridad, así como el cargo y las funciones desempeñadas. En el proceso de selección se suelen



pedir referencias en esas empresas para conocer algunos datos de interés acerca de la capacidad y conducta de los aspirantes.

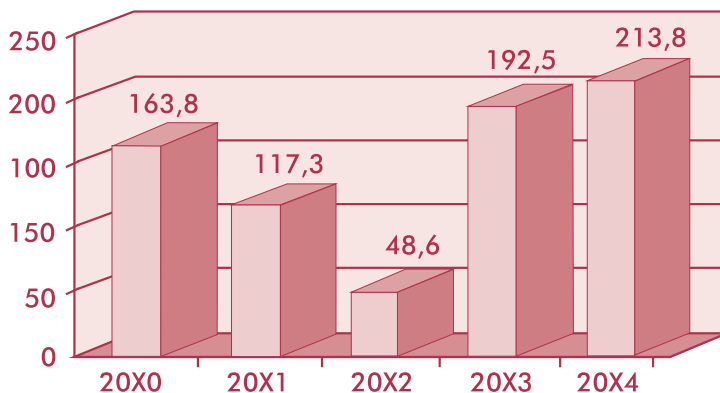
Dependiendo de la responsabilidad del puesto a cubrir, los datos se pueden solicitar telefónicamente o mediante carta dirigida a las anteriores empresas, adjuntando un cuestionario para su cumplimentación.

Estos cuestionarios pretenden, por una parte, verificar la información dada por el candidato (duración de la relación laboral, cargo, funciones...) y, por otra, conocer algunas cuestiones relacionadas con su comportamiento, moralidad y costumbres, así como las causas del cese.

El contenido de estos informes es absolutamente confidencial.

– **Los informes comerciales.** Son aquellos que contienen información sobre las operaciones mercantiles realizadas por empresas o personas físicas.

Las empresas, antes de iniciar una relación comercial que implique algún tipo de riesgo económico (ventas aplazadas, concesión de créditos...), acostumbran a pedir informes comerciales del solicitante de la operación (persona o entidad) para asegurarse de su solvencia.



Informe comercial a través de una gráfica

Los datos de interés en los informes comerciales son los siguientes:

- Relación de los bancos con los que se trabaja.
 - La información se puede obtener también a través de agencias especializadas en la elaboración de informes comerciales, que facilitará a la empresa solicitante con carácter confidencial.
- **Los informes de mercado.** Son los que aportan información acerca de las posibilidades de éxito de una empresa, producto o servicio.

Las empresas que van a instalarse en una nueva localidad, a lanzar un nuevo producto o a iniciar una nueva actividad, necesitan conocer el mercado en el que van a integrarse con el fin de estudiar la conveniencia de hacerlo.

Los datos de interés en los informes de mercado son los relacionados con la competencia (precios, productos, calidad de servicio...) y con el consumidor (preferencias, necesidades, exigencias...).

Dependiendo del tipo de negocio, el estudio de mercado será más o menos complicado, pudiéndose necesitar la aplicación de encuestas para conocer la opinión del futuro consumidor.

Los informes de mercado complejos suelen solicitarse a empresas especializadas, que disponen de medios y experiencia para desarrollar el trabajo de investigación necesario y facilitar a la empresa solicitante la toma de decisión.

5. El aviso ó anuncio

Utilizaremos estos documentos cuando deseemos informar de algo y queramos que llegue a conocimiento general de la empresa.

El aviso o anuncio debe ser breve y tiene que estar redactado en un lenguaje sencillo, comprensible para todos los empleados de la empresa.

Podemos iniciar el documento con las palabras anuncio, aviso, o con expresiones como: A todo el personal.

En las empresas, suelen existir tableros de anuncios que estén destinados a colocar esta clase de comunicados.

En todos los avisos se indicará la fecha, y en ocasiones, estarán firmados ó sellados por el departamento que los emite. Un ejemplo de anuncio es el siguiente:

A todo el personal

En el próximo mes de Noviembre, y concretamente en los días 3, 4 y 5, se van a realizar los reconocimientos médicos de la empresa.

Los reconocimientos se realizarán en nuestras mismas instalaciones, desplazándose a tal fin una unidad móvil. Comenzarán a las 8.30 horas con las extracciones de sangre, para posteriormente realizar la exploración médica.

El orden de las extracciones de sangre aparece en los listados adjuntos. El orden del reconocimiento médico variará en los casos en los que por operatividad o actividad del trabajador deban ser alterados.

Si existe alguna causa justificable por la que alguien no pueda acudir al reconocimiento en la fecha y hora indicada, deberá ser comunicado a M^o del Mar Sánchez (Secretaria) antes del 20 de Octubre.

En Antequera, a 05 de Octubre de 20XX

Ejemplo de anuncio.

6. El saluda

Llamamos saluda a las comunicaciones breves que llevan impresa esta palabra precedida del nombre o cargo del remitente. Se trata del tipo de comunicación que normalmente utilizan los directores de empresas, organismos públicos y autoridades por los motivos siguientes:

- Forma de agradecimiento.
- Invitación a actos.
- Tomas de posesión.
- Cambios de domicilio social.
- Otros análogos.

Las partes de las que consta un saluda son las siguientes:

– **Inicio o Encabezamiento.**

En esta parte ha de figurar el puesto ó cargo de la persona que saluda, así como la razón social de la empresa u organismo. A continuación deberá aparecer la palabra SALUDA.

Esta parte del saluda estará ya impresa en el modelo y centrada respecto a los márgenes, que serán de 4 cm. aproximadamente.

– **Contenido ó Cuerpo.**

El texto siempre irá precedido de la letra vocal "a", para a continuación indicar en letras mayúsculas el nombre y los dos apellidos de la persona destinataria ó si se desconocen estos datos, figurará en su lugar el cargo de

la persona a quien se dirige el saludo, sustituyendo la letra "a" por la palabra "al" o "a la", según proceda, y seguidamente pasar a exponer el motivo que origina el saluda.

– **Final ó Pie.**

Constará de los siguientes apartados:

- Nombre y apellidos de la persona que envía al saluda.
- Frase de despedida, que ha de ser corta y amable, como por ejemplo las siguientes: "aprovecha la ocasión para reiterarle el testimonio de su consideración más distinguida", "aprovecha gustosa la ocasión para reiterarle el testimonio de su consideración y estima" o "tiene el honor de ofrecerle su consideración personal más distinguida".
- Localidad y fecha de cumplimiento.

En el saluda hay que tener presentes las siguientes reglas:

- Se redactará siempre en tercera persona.
- El espaciado interlineal deberá ser doble.
- El contenido será breve.
- No irá firmado.
- No figurará el sello de la empresa.
- No se indicará la dirección del destinatario.

Un ejemplo sería el que mostramos a continuación:

INICIO

LA DIRECTORA COMERCIAL
DE LA
COMPAÑÍA COMERCIAL DEL NORTE

SALUDA

CONTENIDO

a D^o. M^o JESUS GUILLÉN LABORDA y le comunica que el día 25 de Noviembre , a las 9 horas, en el salón azul del Hotel Cuzco, tendrá lugar la Convención Anual de Delegados, en la que se presentará el Plan de Ventas para el próximo ejercicio.

FINAL

D^o SOFIA RODRIGUEZ SANCHEZ

Aprovecha gustosa la ocasión para reiterarle
su agradecimiento y su consideración más distinguida.

Madrid, 10 de Octubre de 20XX

Ejemplo de saluda.

7. Circulares: características y ejemplos

Esta forma de correspondencia se utiliza cuando el mismo asunto afecta o interesa a varias personas, enviando el mismo escrito a cada una de ellas. Las circulares se emplean para comunicados de gran difusión. Las más usuales son las que comunican cambios de horario, traspaso de negocios, variación de precios, traslados de domicilio, convocatorias y puestos vacantes.

Asimismo, podremos valernos de estos escritos para comunicar un cambio o innovación. En este caso deberemos completar la noticia expuesta con una alusión a las causas que motivan este cambio, haciendo mención a las ventajas que derivarán del mismo. También podremos informar del cambio de dirección de nuestras oficinas o el traspaso de un negocio, incluyendo en el escrito la nueva dirección o los datos oportunos y que sean necesarios.

Para la confección de cualquier tipo de circular deberemos cuidar la presentación y la distribución del escrito, ya que el fin que perseguimos es que su aspecto visual sea lo más parecido a una carta comercial, procurando que cada destinatario tenga la impresión de que ha sido escrita especialmente para él. De no ser así, acabará directamente en la papelera.

Una vez redactado el escrito, se imprimirán o fotocopiarán tantas copias como destinatarios queramos, incluyéndose el nombre y dirección de cada uno de ellos en cada ejemplar correspondiente.

Debido a la gran diversidad de asuntos que pueden tratar las circulares, no existen unas normas generales para la redacción de estos comunicados. Existen circulares muy breves, y otras más extensas, pudiendo englobar más de una hoja. A continuación le exponemos un ejemplo de circular:

CIRCULAR
PARA: PERSONAL DE LA EMPRESA
DE: SECRETARIA GENERAL
ASUNTO: INTERRUPCION Y APLAZAMIENTO DE LAS VACACIONES
FECHA: 14 DE AGOSTO DE 20XX

De manera atenta, les comunico que a partir de la fecha, el personal que solicite vacaciones deberá salir a disfrutarlas y solo podrán interrumpirse por necesidades del servicio y las demás causales taxativas previstas en el artículo 15 del Decreto 1045 de 1978, previa aprobación de la Secretaria General.

De igual manera, no se permitirá el aplazamiento de vacaciones, sino por razones estrictamente necesarias, las cuales deben estar formalmente sustentadas y ser solicitadas con un mes de anterioridad, previo visto bueno del jefe inmediato, del Coordinador de Gestión Humana y contar con autorización del Secretario General.

Conforme con lo expuesto y con el fin de dar un orden administrativo al proceso de vacaciones de la entidad, se ha decidido que las personas que en la actualidad tengan pendiente el disfrute de vacaciones, es decir, vacaciones concedidas que hayan sido interrumpidas o aplazadas mediante acto administrativo, deberán salir a disfrutar de las mismas antes de finalizar la vigencia 20XX.

Lo anterior y con el fin de actualizar este proceso, quedará todo el personal con sus vacaciones al día 31 de diciembre de 20XX.

Atentamente,

(original firmado por)
ESTHER MORALES SÁNCHEZ
Secretaria General

Ejemplo de circular.