

Comunicación y atención al cliente

Francisco Javier Ariza Ramírez
Juan Manuel Ariza Ramírez





Comunicación y atención al cliente

Francisco Javier Ariza Ramírez
Juan Manuel Ariza Ramírez

Revisión técnica
Montserrat Cabrerizo Elgueta



MADRID · BOGOTÁ · BUENOS AIRES · CARACAS · GUATEMALA · MÉXICO
NUEVA YORK · PANAMÁ · SAN JUAN · SANTIAGO · SÃO PAULO · AUCKLAND
HAMBURGO · LONDRES · MILÁN · MONTREAL · NUEVA DELHI · PARÍS
SAN FRANCISCO · SIDNEY · SINGAPUR · ST. LOUIS · TOKIO · TORONTO



Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial

En esta unidad

APRENDERÁS A

- Describir las características de la comunicación escrita.
- Aplicar normas de protocolo en función del destinatario.
- Diferenciar las estructuras y estilos de redacción.
- Adecuar la documentación escrita a un manual de estilo.
- Explicar los elementos y recursos básicos de la expresión escrita.
- Identificar herramientas de corrección de textos.
- Redactar el documento apropiado en función de su finalidad.
- Supervisar la redacción de documentos institucionales.
- Elaborar y redactar notas de prensa con manuales de estilo.
- Identificar los soportes y los canales más adecuados para elaborar y transmitir los documentos.
- Transmitir la imagen corporativa en las comunicaciones escritas.
- Utilizar la autoedición y los procesadores de textos.

ESTUDIARÁS

- Elementos de la comunicación escrita.
- Normas para una adecuada redacción de escritos.
- Documentos propios de la comunicación escrita.
- Soportes y canales para transmitir documentos escritos.

Y SERÁS CAPAZ DE

- Elaborar documentos escritos de carácter profesional.
- Aplicar técnicas de comunicación escrita en la elaboración y supervisión de información y documentación propia, de circulación interna o externa en organizaciones tipo.
- Aplicar técnicas de comunicación institucional y promocional en el entorno profesional.



1. La comunicación escrita: elementos y tipos

La comunicación escrita es aquella que se basa en el uso del lenguaje escrito. Si aplicamos lo estudiado sobre los elementos de la comunicación a un caso concreto de comunicación escrita (por ejemplo, el envío de una factura por correo ordinario a un cliente), obtenemos lo siguiente:

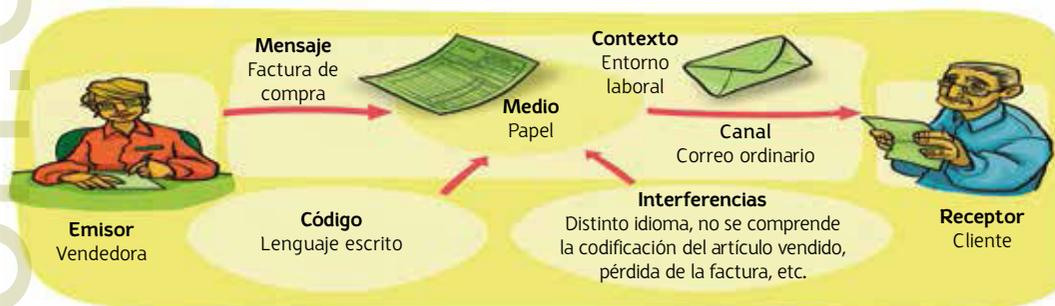


Fig. 4.1. Elementos de la comunicación escrita.

¿SABÍAS QUE...?

En comunicación oral nos servimos del tono de la voz y de los gestos y movimientos corporales para transmitir alrededor del 90 % del mensaje.

En la comunicación escrita contamos exclusivamente con palabras, por lo que su elección es de vital importancia para la correcta transmisión del mensaje.

En la comunicación escrita se dan una serie de características específicas que la diferencian del resto de los procesos comunicativos, especialmente la comunicación oral:



Fig. 4.2. Características de la comunicación escrita.

CASO PRÁCTICO 1

José Martínez es el director de Suministros Informáticos Siglo XXI, S. L., empresa dedicada a la comercialización de *hardware* y *software*. Esta empresa posee un departamento comercial formado por tres trabajadores.

Una mañana, José comenta en la oficina, de forma informal y mientras toman un café, que la empresa ha cambiado el criterio de asignación de las vacaciones de los empleados. En años anteriores, los trabajadores del departamento se repartían las vacaciones en los meses de julio, agosto y septiembre. Este año la empresa cerrará las instalaciones en agosto, por lo que todos los empleados podrán disfrutar las vacaciones ese mes. La respuesta de los empleados presentes es positiva, en principio, por lo que José, sin dejar prueba documental escrita del acuerdo, da por cerrado el tema.

A mediados del mes de mayo, José recibe una solicitud de uno de sus comerciales solicitando sus vacaciones en julio, porque ha reservado un viaje para esas fechas. José le recuerda el acuerdo al que llegaron meses atrás. Sin embargo, Carlos no estuvo presente en dicha conversación y ningún compañero lo había comentado con él.

¿Qué ha fallado? ¿Cómo podría haberse evitado esta situación?

Solución:

Esta situación podría haberse evitado mediante la elaboración de una comunicación escrita que recogiese el acuerdo. De hecho, es obligatorio que un acuerdo similar al adoptado en este ejemplo sea refrendado de forma escrita y sea visible y accesible a todo el personal afectado de la empresa.

ACTIVIDADES

1. Reflexiona y redacta en tu cuaderno las diferencias que crees que existen entre la comunicación oral y la comunicación escrita.
2. Señala el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, el medio, el código, el contexto y las interferencias en un anuncio de coches de una revista. ¿En qué se diferencia del otro en televisión?

2. Normas para una adecuada redacción

La redacción de cualquier documento escrito requiere usar correctamente el lenguaje. Para transmitir un mensaje concreto es necesario organizar las ideas que se van a transmitir en los distintos párrafos que contendrá el texto, así como elegir adecuadamente las frases y expresiones que se usarán.

Nuestra lengua es muy variada y permite transmitir una misma idea utilizando palabras y oraciones distintas. Sin embargo, en muchas ocasiones, los matices asociados a cada una y el uso más coloquial o formal que se le suele dar a determinadas expresiones hace que sea necesario afinar en su elección, a fin de conseguir un documento claro y adecuado al contexto en el cual nos encontremos.

Cuando redactamos un escrito es fundamental seguir unas pautas básicas para que el documento sea eficaz y alcance sus objetivos. Un documento bien redactado tiene que reunir al menos cuatro características: claridad, sencillez, concisión y cortesía.

	Características	Recomendaciones	
Claridad	<p>La comunicación escrita se desarrolla de forma clara cuando la idea transmitida con el escrito se puede recibir sin dar lugar a equívocos.</p> <p>Un mensaje es claro cuando es fácil de comprender, no se presta a confusiones ni interpretaciones y no deja lugar a dudas.</p>	<p>Para conseguir una comunicación clara debemos utilizar las palabras con propiedad y construir las frases sintácticamente de manera sencilla (sujeto, verbo y complementos), dejando a un lado, en lo posible, las oraciones compuestas.</p>	<p>Cuando en un documento escrito se cita una hora concreta, se recomienda utilizar un formato de 24 horas o, si no, dejar claro si nos estamos refiriendo a la mañana, la tarde o la noche, a fin de evitar confusiones.</p>
Sencillez	<p>Se recomienda utilizar el lenguaje más usual o más habitual, porque resulta más cercano al receptor y da menos problemas de comprensión.</p>	<p>Escribir con sencillez supone hacerlo con nuestro propio vocabulario, sin palabras rebuscadas, con naturalidad y sin frases enrevesadas. Esto nos ayudará a transmitir mejor nuestras ideas.</p>	<p>Una expresión del tipo «Rogamos encarecidamente disculpe nuestra falta de decoro al servirle en sus instalaciones la mercancía objeto de su pedido fuera del plazo preestablecido en el encargo» resulta innecesaria e inadecuada, porque detrás de tantas palabras el mensaje se diluye.</p>
Concisión	<p>La concisión en la escritura consiste en utilizar las palabras justas para transmitir aquello que queremos. Un mensaje es conciso cuando es breve, preciso, directo y evita lo innecesario, utilizando únicamente las palabras imprescindibles para expresar lo que se pretende.</p>	<p>Para ser concisos debemos expresarnos con el menor número de palabras bien estructuradas. Para ello debemos utilizar frases breves y párrafos cortos que faciliten la lectura del documento.</p>	<p>En el ejemplo anterior, además de utilizarse palabras pomposas y frases enrevesadas, se han utilizado más palabras de las necesarias para transmitir el mensaje. Simplemente diciendo «Rogamos disculpe la falta de puntualidad en la entrega» hubiese sido suficiente.</p>
Cortesía	<p>La cortesía es parte de la educación y, por lo tanto, debemos tenerla muy en cuenta también en la elaboración de los documentos escritos.</p> <p>En la comunicación escrita, la cortesía consiste en tratar con atención y respeto al receptor del escrito.</p>	<p>Debemos adaptar el documento escrito al destinatario. El tratamiento que empleemos en un documento debe ser respetuoso y acorde con los vínculos de amistad, trato o confianza que existan entre el remitente y el destinatario.</p>	<p>Por ejemplo, antes de empezar con el texto de una carta, se escribe una frase de saludo que va seguida de dos puntos. Esta línea de respeto y cordialidad para el destinatario da «el tono de la carta».</p>
Riqueza de vocabulario	<p>La riqueza del vocabulario es el conjunto de palabras que domina una persona o que utiliza en sus comunicaciones cotidianas.</p> <p>Un texto rico en vocabulario es el que tiene muchas palabras distintas que se repiten pocas veces.</p>	<p>La riqueza de vocabulario se adquiere a través de la lectura y los intercambios comunicativos, lo cual se refleja en la riqueza y precisión de las comunicaciones escritas.</p> <p>La monotonía en el uso de las palabras denota pobreza de vocabulario, conformismo y mediocridad.</p>	<p>Por ejemplo, en lugar de decir: «Nuestra empresa es una corporación de productos de calidad, de productos eficientes y de productos que respetan el medio ambiente», se podría decir: «Nuestra empresa es una corporación de productos de calidad, eficientes y que respetan el medio ambiente».</p>

Tabla 4.1. Principios fundamentales de redacción de documentos.

Podemos diferenciar cinco tipos de tratamiento para el remitente de nuestros escritos:

- **Muy formal.** Suele utilizarse en los casos en los que el destinatario es considerado de rango superior al remitente. Ejemplo: «Excelentísimo Sr. Martínez».
- **Educado.** Es neutral pero bastante formal. Usado en la correspondencia general de oficina. Ejemplo: «A la atención del Sr. Martínez».
- **Neutral.** Amistoso pero neutral. Recomendado para toda la correspondencia, excepto las muy formales. Ejemplo: «Estimado Sr. Martínez».
- **Cordial.** Amistoso y respetuoso. Hay una relación personal, pero de respeto. Ejemplo: «A la atención de Carlos Martínez».
- **Personal e informal.** Hay una relación personal entre el remitente y el destinatario, de mucha confianza. Ejemplo: «Querido Carlos».

El éxito de un documento escrito depende tanto de su contenido como de su apariencia. Por eso tenemos que ser tan cuidadosos con la presentación del documento como con su corrección ortográfica, sintáctica y gramatical.

Un documento escrito correctamente transmite una imagen positiva del emisor hacia el receptor. Para lograr esto es necesario usar correctamente el lenguaje.

2.1. Ortografía, sintaxis y gramática

Para redactar un documento es imprescindible tener un perfecto dominio de la ortografía, la sintaxis y la gramática. Este es uno de los aspectos en el que tenemos que poner más interés, ya que un documento con errores ortográficos o gramaticales indica descuido o negligencia y, además de causar mala impresión, puede poner en peligro la eficacia del mensaje.

Hay que tener especial cuidado con:

- La división y separación de las palabras en sílabas.
- La colocación del acento ortográfico (tilde) en las palabras.
- El uso de las mayúsculas.
- La escritura de los números.
- La correcta concordancia en género y número de las palabras.
- La construcción de las oraciones.

CASO PRÁCTICO 2

En la imagen adjunta se reproduce la carta de un concejal que anunciaba a través de Facebook su alejamiento de la política activa y que no figuraría en la lista para las próximas elecciones locales.

Hoy es un día ,de agradecimiento, a Manuel carrasco porque pensó en mi a Carmen Figueras, porque me llevo al Ayuntamiento, confío en mi y me dio durante muchos años la concejalia, gracias al equipo porque luchamos, y conseguimos mucho. El auditorio, que es un trabajo precioso, gracias a los melomanos a las familias y a todo el apoyo del Pueblo,y sobre todo el Aria de cultura, difícil, sin economía ,pero con mucho, por hacer y .. trabajo, gracias Pepe y a todo el equipo Maica cuántos momentos buenos y malos, pero siempre ilusionante. Dejo mi puesta, con las misma ilusión y ganas que el primer día, y seguiré luchando por mi pueblo lla música y sobre todo por vosotros.

¿Qué opinión te merece esta carta? ¿Qué tipo de errores crees que se han cometido?

Solución

El texto está plagado de errores ortográficos: faltan espacios y hay comas mal puestas, otros errores de puntuación y erratas de todo tipo. Se pueden observar faltas de ortografía, como ausencia de acentos («me llevo al...» o «pensó en mi... la concejalia»), uso incorrecto de los signos de puntuación («Hoy es un día ,de agradecimiento, a Manuel carrasco» o «gracias Pepe y a todo el equipo Maica cuántos momentos...»).

También hay palabras incorrectas («aria», cuando querría decir «área»), frases sin sentido («El auditorio, que es un trabajo precioso, gracias a los melomanos a las familias y a todo el apoyo del Pueblo...») o falta de concordancia entre singular y plural y masculino y femenino («Dejo mi puesta, con las misma ilusión y ganas...»).



CLAVES Y CONSEJOS

Cuando tengas dudas sobre cómo se escribe una palabra correctamente, es preferible consultar un diccionario.

Existen de distintos tipos:

- Normativos.
- Bilingües.
- De sinónimos y antónimos.
- Técnicos.

Puedes consultar algunos *online*, como el de la Real Academia Española (www.rae.es).



IMPORTANTE

En la comunicación escrita es necesario dominar adecuadamente el léxico, ya que, al quedar prueba del mensaje transmitido, los posibles errores cometidos se hacen más evidentes que en el caso de la comunicación oral.

2.2. Puntuación

El correcto uso de los signos de puntuación es importante en el lenguaje escrito, porque a través de ellos conseguimos hacer que las personas que lean el texto que hemos elaborado lo interpreten de forma correcta, tal y como queremos expresarlo.

Los signos de puntuación, que en su origen se usaron para intentar reproducir los rasgos del lenguaje oral en textos que se leían en voz alta, hoy tienen un uso más ligado a la organización de la información en el texto escrito. En este sentido, ayudan a expresarse con claridad y precisión.

Los signos de puntuación estructuran el texto, ordenan las ideas y delimitan las frases y los párrafos del documento. También nos ayudan a comprender el valor y el sentido de las palabras en las oraciones. No es lo mismo decir: «José Luis, ¡factúralo!», «¿José Luis factúralo?», «José Luis factúralo» o «José, ¿Luis factúralo?».

Los principales signos de puntuación que se utilizan en la escritura de la lengua española son los siguientes: el punto (.), la coma (,), el punto y coma (;), los dos puntos (:), los puntos suspensivos (...), los signos de interrogación (¿?), los signos de exclamación (!), las comillas («»), los paréntesis (), la raya (-) y el guion (-).



CASO PRÁCTICO 3

En el siguiente párrafo se reproduce el contenido de una carta de presentación en la cual se han retirado algunos signos de puntuación:

¿Qué dificultades encuentras para leer y comprender el texto anterior?

Estimados señores me dirijo a ustedes como respuesta al anuncio publicado el pasado 3 de agosto en el diario *Las Regiones* en el cual su empresa solicitaba un administrativo soy técnico en Administración y Finanzas y desde hace dos años trabajo en una multinacional española he trabajado anteriormente en un departamento de contabilidad y domino tres idiomas les adjunto mi currículum vitae ya que estoy muy interesado en el puesto ofertado se despide atentamente Luis Martínez.

Solución:

Este texto carece de signos de puntuación, lo que dificulta su comprensión. Sería mucho más fácil de comprender con un uso adecuado de dichos signos:

Estimados señores:

Me dirijo a ustedes como respuesta al anuncio publicado el pasado 3 de agosto en el diario *Las Regiones*, en el cual su empresa solicitaba un administrativo.

Soy técnico en Administración y Finanzas y desde hace dos años trabajo en una multinacional española. He trabajado anteriormente en un departamento de contabilidad y domino tres idiomas. Les adjunto mi currículum vitae, ya que estoy muy interesado en el puesto ofertado.

Se despide atentamente:

Luis Martínez



ACTIVIDADES

- Las reglas de acentuación establecen que una palabra puede ser aguda, llana o esdrújula, en función de cuál sea su sílaba tónica. Explica cuándo debe colocarse tilde en cada una de ellas.
- La división de las palabras en sílabas se ve principalmente afectada por los diptongos y los hiatos. Busca en el diccio-

nario estos dos conceptos y pon varios ejemplos de palabras que los contengan.

- Mediante ejemplos, explica la diferencia existente en el uso de los siguientes signos de puntuación:
 - La coma y el punto y coma.
 - El punto y seguido y el punto y aparte.

2.3. Presentación

Los principales requisitos formales que tenemos que tener en cuenta para la presentación de un documento son los siguientes:

- Para las comunicaciones en papel se suele utilizar el de color blanco, con un espesor mínimo de 80 g y el tamaño DIN A-4, de 210 x 297 mm. Las empresas y los organismos públicos suelen disponer de papel especial con membrete para cada tipo de documento.
- Los márgenes izquierdo y superior deben ser de 4 cm al menos, y el derecho e inferior de 3 cm o más. Cuando un documento se compone de más de una página, el margen superior de la primera página será mayor que el de las siguientes.
- Todos los documentos se componen de párrafos, que a su vez contienen ideas que se expresan mediante frases entrelazadas unas con otras. Por lo general, los documentos tienen al menos tres partes diferenciadas: encabezado, cuerpo y pie.
- El uso de los párrafos hace la lectura de un documento más sencilla. Los párrafos comienzan con mayúscula y terminan con punto y aparte.
- Para el interlineado se suele utilizar el sencillo o el 1,5, y la alineación es la que proporcionan los procesadores de texto: a la izquierda, a la derecha, centrada o justificada por ambos lados.
- La elección del tipo de letra debe adaptarse al público al que va dirigida. Ha de ser funcional (sencilla y eficaz) y comunicativa.
- En la mayoría de las empresas cada empleado utiliza una tipografía diferente. Sin embargo, muchas empresas se están planteando que todos los empleados sigan las mismas normas de diseño y tipografía como imagen de empresa.
- El tamaño de la letra debe ser 11 o 12 y el color de la fuente preferiblemente negro, aunque puede usarse también azul oscuro. Si queremos resaltar alguna frase o palabra podemos utilizar el subrayado o la negrita, o cambiar el color de la fuente.



IMPORTANTE

En la presentación de un documento hay que cuidar el uso correcto de las abreviaturas, los acrónimos y las siglas.

CASO PRÁCTICO 4

Juan Carlos Aguilera lleva trabajando como técnico superior en Administración y Finanzas más de 30 años. A lo largo de su trayectoria profesional ha podido vivir multitud de cambios tecnológicos que han ido variando la forma en la que desarrolla su trabajo.

Actualmente utiliza principalmente el correo electrónico y un programa ofimático de edición de texto, que han hecho que se despreocupe de revisar determinadas normas de presentación en los documentos que elabora, ya que los márgenes, el interlineado, el tipo y tamaño de la letra o el uso adecuado de abreviaturas, acrónimos y siglas son establecidos por defecto por parte del programa en cualquier documento nuevo que cree. Sin embargo, hay otros aspectos que todavía debe tener en cuenta para presentar los documentos. ¿Cuáles crees que pueden ser?

Solución:

Juan Carlos debe tener en cuenta que el corrector ortográfico le ayuda a detectar y corregir algunas faltas de ortografía, pero no soluciona todos los posibles fallos de léxico. La organización y redacción correcta de las ideas en párrafos o una buena elección del papel, de una calidad y tamaño adecuados, permiten todavía que un documento elaborado por Juan Carlos sea reconocible por su calidad y buena presentación.



ACTIVIDADES

6. Enumera cuáles de las normas de presentación de documentos expuestas están predeterminadas en el procesador de textos que utilizas habitualmente y cuáles no.
7. Realiza un esquema en el que se resuman los principales requisitos formales que debemos tener en cuenta para la presentación de un documento.

ABC VOCABULARIO

Administración Pública. Conjunto de organizaciones que gestionan las funciones que la ley le otorga al Estado.

Una Administración Pública puede ser de carácter local (Ayuntamiento de León), una comunidad autónoma (Generalitat de Cataluña) o de nivel estatal (Ministerio de Economía y Hacienda).

? ¿SABÍAS QUE...?

En España hay alrededor de tres millones de empleados públicos, lo que supone alrededor de un 13% del total de trabajadores en activo.

! IMPORTANTE

La colocación de los avisos es tan importante como su contenido. Se deben colocar en lugares como los tablones de anuncios o espacios por donde pase frecuentemente el personal al que van dirigidos.

3. Documentos propios de la comunicación escrita

El desarrollo de Internet y su utilización generalizada como herramienta de gestión al servicio de las empresas está provocando que la comunicación escrita en formato papel sea sustituida por el correo electrónico, tanto en el ámbito interno como externo.

Las personas, las empresas y la Administración Pública se comunican entre sí mediante documentos escritos. El documento de comunicación más utilizado en la empresa privada es la carta comercial. En la Administración se suelen utilizar sobre todo la instancia y el oficio.

A continuación, trataremos la estructura y el lenguaje utilizados en cada uno de los modelos de los documentos propios de la empresa y la Administración Pública.

3.1. Documentos de comunicación interna

Los documentos de comunicación interna permiten a las organizaciones relacionarse directamente con las personas y agentes que participan en las actividades que en ellas se desarrollan (por ejemplo, dirigidos a los trabajadores, los accionistas o los miembros de los sindicatos con implantación en la organización).

A. Aviso o anuncio

El aviso o anuncio es un documento breve que se redacta con el objetivo de informar a un gran número de destinatarios.

Las características que distinguen este documento son las siguientes:

- Se utiliza un lenguaje sencillo y comprensible.
- Siempre lleva la palabra «aviso» o «anuncio» resaltada dentro del texto.
- Debe terminar con la fecha, el nombre del departamento que da el aviso y la firma de la persona responsable.



Fig. 4.3. Ejemplo de aviso, con sus características.

B. Memorándum o nota de régimen interno

El memorándum o nota de régimen interno es un documento escrito que se utiliza en la organización para transmitir órdenes, exponer temas, hacer recomendaciones, solicitar algo, etc.

Las características que distinguen este documento son las siguientes:

- Redacción breve, sencilla y sin mucho protocolo.
- La información tiene que ser clara y precisa y referida a un único tema.

La estructura del memorándum se compone básicamente de tres elementos:

- **Cabecera:** contiene los datos de quien lo envía (remitente), a quién se envía (destinatario), por qué se envía (asunto) y la fecha. No lleva fórmula de saludo.
- **Cuerpo:** incluye la exposición de las peticiones, comentarios, etc.
- **Pie:** fecha y firma. Se indica si hay documentos o copia adjunta y cualquier otra nota de interés para el destinatario.

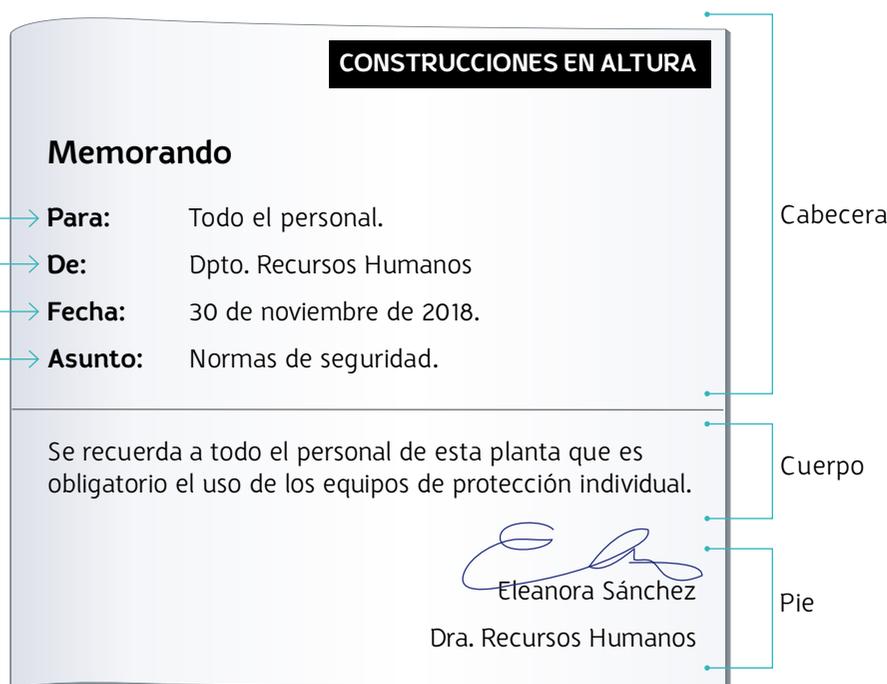


Fig. 4.4. Ejemplo de memorándum, con sus características.

C. Informe

El informe es un documento más extenso que se elabora a petición de alguien. Contiene una exposición detallada y ordenada de unos hechos o actividades.

La estructura del informe incluye los siguientes elementos: portada, índice, introducción, desarrollo y conclusiones del informe, bibliografía y anexos.

Existen distintos **tipos** de informes:

- Informe descriptivo o expositivo: se limita a relatar unos hechos de forma objetiva.

Ejemplo: informe sobre las necesidades de reformas que se han de realizar en el departamento de atención al cliente.

- Informe valorativo: además del análisis de los hechos, da una visión personal, incluyendo recomendaciones y terminando con una conclusión.

Ejemplo: informe elaborado por una consultora para reorganizar la actividad de una empresa que no genera beneficios.

- Informe demostrativo: refleja la constatación de unos hechos concretos y su prueba.

Ejemplo: informe de auditoría (una empresa externa comprueba si la contabilidad elaborada por la empresa refleja o no la realidad).

F. Memoria de actividades

Una memoria de actividades es un documento que emiten las empresas, en el que se incluyen datos de contenido muy diverso.

No existe una estructura fija, ya que cada empresa puede adaptarla a su manera. Además, también es necesario tener en cuenta el público al que va dirigida la memoria: miembros de la junta directiva, socios, público en general, etc. Dependiendo de quién sea el destinatario del documento, habrá que incluir unos u otros contenidos.

Generalmente, la memoria se centra en destacar los logros que se han conseguido durante un periodo de tiempo determinado.

Dependiendo del tamaño, perfil jurídico, si cotiza o no en bolsa, etc., la forma de presentar la memoria puede ser distinta.



Fig. 4.7. Ejemplo de memoria de actividades.

CASO PRÁCTICO 5

María del Carmen Sánchez trabaja como secretaria del departamento de administración en ATINSA, S. A. Su función principal es la de ser el canal transmisor de información de su jefa de departamento. Para ello suele utilizar distintos medios de comunicación escrita.

- ¿En qué documento podría reflejar el análisis mensual de las ventas que su jefa remite a la dirección general?
- ¿Qué documento debe utilizar para comunicar a los comerciales los descuentos que deben aplicarse a los clientes que realicen grandes volúmenes de pedidos?

Solución:

- Para reflejar el análisis mensual de las ventas, María del Carmen debería utilizar un informe. Mediante este tipo de documento se puede analizar la información que la directora comercial tiene sobre los niveles de ventas, así como exponer ampliamente cualquier conclusión o análisis.
- María del Carmen utilizará una nota interior, que suele enviarse por correo electrónico. Su redacción es sencilla y debe ir firmada por la directora de ventas.

ACTIVIDADES

- ¿Cuál es la finalidad que tiene un aviso en una empresa? ¿Y una nota interior? ¿Para qué se suele utilizar un informe?
- Determina qué debe figurar en un informe de la Guardia Civil sobre un accidente de tráfico para que se considere un documento descriptivo, valorativo o demostrativo.
- ¿Existe alguna relación entre la elaboración de una convocatoria y la de un acta?
- ¿Se podría utilizar indistintamente un aviso o una nota interior para comunicar un mismo asunto? Justifica tu respuesta.
- Busca en Internet una convocatoria (la de una junta general de accionistas de una empresa o la de una comunidad de propietarios de viviendas, por ejemplo) e identifica las partes que la componen.

3.2. Documentos de comunicación externa

Los documentos de comunicación externa son aquellos que permiten a la empresa y la Administración relacionarse con agentes externos, como clientes, proveedores y entidades gubernamentales, entre otros.

El desarrollo de Internet y su utilización generalizada como herramienta de gestión al servicio de las empresas está provocando que, también en la relación con los clientes, la comunicación escrita en formato papel sea sustituida por el correo electrónico.

Las empresas se comunican entre sí y con sus clientes mediante una serie de documentos escritos. El más utilizado es la carta, pero también se utilizan otros que a continuación trataremos.

A. Carta

La carta es el principal documento de comunicación externa de la empresa. Sirve para dirigirse a otras empresas o a particulares, que pueden ser clientes, trabajadores, proveedores, empresas, etc.

La redacción de una carta debe ser cuidada, de manera que el lector tenga la impresión de que ha sido escrita exclusivamente para él. De lo contrario, tiene muchas posibilidades de ser desatendida y terminará en la papelera sin haber sido leída.

La **estructura** de la carta comercial se compone básicamente de tres partes, tal y como refleja la siguiente figura: **encabezamiento**, **cuerpo** y **cierre**.

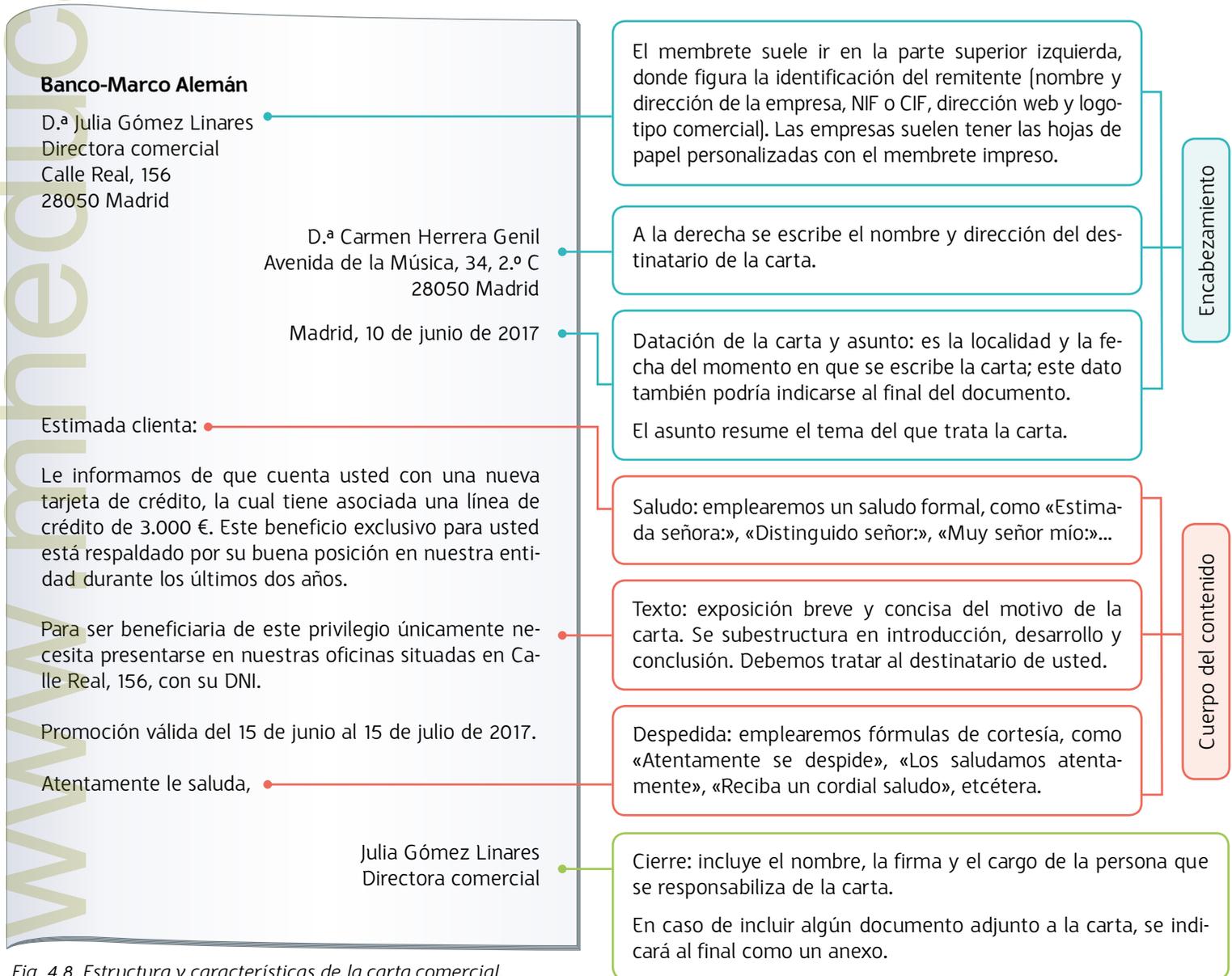


Fig. 4.8. Estructura y características de la carta comercial.

Dentro de las cartas se puede distinguir la comercial y la circular:

- La carta **comercial** es un documento utilizado por la empresa como apoyo a su actividad comercial. Con ella busca darse a conocer en el mercado o bien promocionar sus productos o actividades.
- La carta **circular** es un documento que comunica alguna noticia o información de interés. Se envía un mismo modelo a varios destinatarios. Solo cambia el nombre y dirección de la persona a la que se dirige.

El estilo de una carta comercial es la forma de distribuir y ordenar los distintos elementos de su estructura (Fig. 4.8) sobre el papel. Al elaborar una carta comercial se puede optar por utilizar diversos estilos o formatos. No hay un formato que sea más acertado que otro, por lo que existe libertad para elegir uno concreto. Podemos destacar, por su uso habitual en el ámbito empresarial, los siguientes estilos:

Estilo moderno	Todos los elementos de la carta quedan alineados a la izquierda del papel. No se utiliza ningún tipo de sangría.
Estilo moderno modificado	Similar al estilo anterior, salvo que la despedida y el cierre van alineados a la derecha.
Estilo profesional	Se utiliza sangría en el saludo y al comienzo de cada párrafo. Los datos del destinatario, la despedida y el cierre van alineados a la derecha.
Estilo evolucionado	No se utiliza ningún saludo ni despedida. El resto del documento podrá utilizar cualquiera de las disposiciones anteriores. Este estilo busca un trato más directo con el cliente.

Tabla 4.2. Diferentes estilos de las cartas comerciales.

B. La invitación

La invitación es un documento de carácter formal que tiene como objetivo convocar a alguien a un acto.

En el ámbito empresarial, la invitación se utiliza para presentar un nuevo producto o servicio, inaugurar nuevas instalaciones, etc.

Las principales características de la invitación se recogen en la figura 4.9.

! **IMPORTANTE**

Las invitaciones deben enviarse con tiempo suficiente para que los convocados tengan tiempo de contestar.

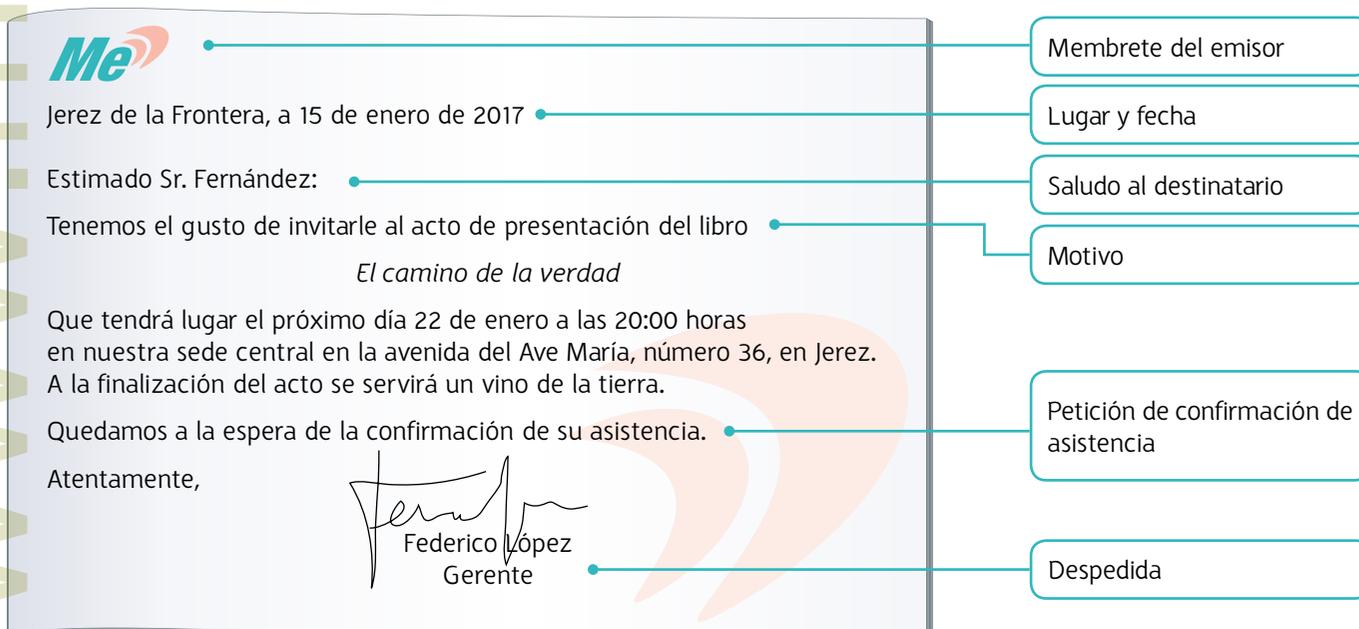


Fig. 4.9. Ejemplo de una invitación, con sus principales características.

C. El saluda

El saluda es un documento de carácter breve y ceremonioso, que se utiliza con motivo de agradecimientos, felicitaciones, ofrecimientos, notificaciones o cualquier acto de carácter social.

Las características que distinguen a este documento son las siguientes:

- La redacción será sencilla, sincera, cortés y muy cuidada.
- Normalmente se utiliza papel de tamaño cuartilla de muy buena calidad y de color blanco o marfil.
- Se redacta en tercera persona y no lleva firma de la persona que lo remite.
- No figura la dirección del destinatario.

En la figura 4.10 se muestran las distintas partes que configuran su estructura.

En el encabezado aparece el cargo de la persona remitente y la palabra «saluda» centrada, con un tipo de letra distinto y mayor al ya usado.

El cuerpo lo compone el contenido y objeto de la comunicación, que puede ser, por ejemplo, una invitación a un acto.

El cierre del documento se realiza mediante una frase cortés. Se puede solicitar la confirmación de asistencia.



Fig. 4.10. Modelo de saluda, con cada una de sus partes.

CASO PRÁCTICO 6

A continuación se exponen algunos fragmentos extraídos del cuerpo del texto de algunas cartas comerciales:

Querido Señor cliente:

El lunes pasado recibimos una carta de su empresa diciéndonos que habían cambiado los almacenes de sitio. Hemos apuntado la nueva calle para cuando vuelvan a pedirnos productos.

Estimado señor@:

Esta carta sirve para informarles que nuestro horario de atención al público va a cambiar a partir del mes de Julio próximo. En verano va a ser de 8 a 12.

Hola Carlos:

Esta misiba busca disculpas por el envío de artículos en malas condiciones del mes pasao. Sabemos que as sufrido una pérdida económica considerable. Para compensarte, el del mes que viene no te lo cobro

Corrige los errores que encuentres en su redacción.

¿Por qué la correcta redacción de documentos escritos es tan importante para una empresa?

Solución:

Una posible redacción más adecuada sería la siguiente:

Estimado señor:

El pasado 21 de octubre recibimos mediante notificación escrita la nueva dirección de sus almacenes. Este dato ha sido actualizado en nuestros archivos, a fin de atender futuros pedidos.

Estimado señor/a:

Mediante la presente, se le informa del cambio en el horario de atención al público. A partir del próximo mes de julio le atenderemos de 8 a 14 horas.

Hola, Carlos:

Mediante la presente te pido disculpas por el mal estado de la mercancía enviada el pasado mes de agosto. Como compensación, quería informarte de que la empresa tiene intención de asumir el importe de tu próximo pedido.

Como podrás ver, la mala redacción en un documento empresarial transmite mala imagen de quien lo envía. Las incorrecciones, el lenguaje informal y las faltas de ortografía pueden hacer pensar que el personal de la empresa remitente es descuidado, que no presta suficiente atención a los clientes y que tiene escasa preparación.

CASO PRÁCTICO 7

Basándote en el modelo de la figura 4.8 y en lo que hemos visto sobre los diferentes estilos de una carta comercial, elabora una de estilo profesional en la que el director gerente de Talleres Esparcia remita a su cliente, doña Luisa Gutiérrez López, un catálogo de neumáticos con las últimas ofertas recibidas.

Ten en cuenta que la indicación del envío de un documento adjunto a la carta comercial (el catálogo) se suele indicar en un apartado llamado anexo, que se sitúa en la parte inferior de la carta.

Solución:**TALLERES ESPARCIA**

Don Antonio Esparcia Pérez
Director gerente
C/ Santo Ángel, 24
28080 Madrid
NIF: 44482527-X
www.talleresesparcia.es

Doña Luisa Gutiérrez López
C/ Hermanos Giménez, 18, 5.º A
28049 Madrid

Madrid, 15 de enero de 2017

Asunto: Catálogo 2017.

Estimada Sra. Gutiérrez López:

Nos ponemos en contacto con usted para remitirle el catálogo de los nuevos neumáticos recibidos para este año.

Si estuviera interesada en alguna de nuestras ofertas puede llamar a nuestras oficinas o acudir personalmente al taller para solicitar cita.

Aprovechamos para recordarle que nuestro horario de atención al cliente es de 10.00 a 20.00 horas, de lunes a sábados.

Don Antonio Esparcia Pérez
Director gerente

Anexo: Catálogo de neumáticos 2017.

 **ACTIVIDADES**

13. Paula Pascual trabaja en las oficinas de la empresa de reparaciones Talleres Esparcia. Don Antonio Esparcia Pérez, director gerente, le ha pedido que redacte una carta comercial dirigida a uno de sus clientes, don Esteban Fernández, anunciándole que el contrato de mantenimiento que tenía con ellos está a punto de finalizar y sugiriéndole que lo prorrogue durante el siguiente año.

Paula ha redactado la siguiente carta comercial.

- Detecta qué estilo ha utilizado para su elaboración.
- Si quisiera utilizar un tono más directo, ¿qué estilo podría utilizar? ¿Qué cuestión importante debería tener en cuenta antes de variar el estilo de la carta?

14. Enumera en tu cuaderno las similitudes y diferencias de estructura y uso que existen entre una invitación y un saludo.

15. En grupos de dos, redactad alternativamente un saludo y una invitación siguiendo los modelos que hemos planteado y dirigidlos al compañero.

16. Elabora una carta comercial en la cual Mapisa, empresa de reciente creación dedicada a la elaboración de páginas web, ofrezca sus servicios a Muebles del Norte. Refleja en el documento la posibilidad de aplicar una promoción de apertura de un 10% de descuento, así como la posibilidad de pagar en seis plazos mensuales, sin intereses. Los datos que te falten puedes incluirlos tú.

**A la atención de:**

Don Luis Fernández
C/ La Hera, 5, 1.º
28005 Madrid

Madrid, 15 de octubre de 2017

Asunto: Finalización del contrato de mantenimiento.

Estimado Sr. Fernández:

Nos ponemos en contacto con usted para comunicarle que el contrato de mantenimiento de su vehículo matrícula 3428 GHD está a punto de finalizar.

Queremos agradecerle la confianza que ha depositado en nosotros y confiamos en que haya sido de su entera satisfacción, por lo que le sugerimos que lo prorrogue durante un año más.

Para cualquier aclaración, no dude en contactar con nosotros, en horario de 10.00 a 20.00 horas, de lunes a sábados, por teléfono o correo electrónico.

Sin otro particular y esperando contar con usted nuevamente como cliente en este año, reciba un cordial saludo.

Firma:


Don Antonio Esparcia Pérez
Director gerente

17. Elabora una invitación a la inauguración de tu nuevo restaurante. Sus datos son los siguientes: «La Taberna de Boadilla». Avenida del Monte, 21. CP 28660 Boadilla del Monte [Madrid]. Teléfono de contacto para confirmar la asistencia: 654 213 248. Si te falta algún dato puedes incluirlo.

D. Tarjetas de visita y comerciales

La rápida expansión de Internet y las nuevas tecnologías nos pueden hacer creer que los medios digitales son los únicos a los que se puede recurrir para trasladar mensajes, para promocionar una marca o, simplemente, para comunicar.

Las tarjetas de visita son uno de los instrumentos tradicionales que, pese a la existencia de Internet y la expansión de los teléfonos inteligentes, son muy útiles para para mantener el contacto en cualquier gestión comercial.

En la labor comercial sigue existiendo un trabajo de calle que necesita herramientas que funcionen. Y entre esas herramientas más tradicionales está la tarjeta de visita. Estas herramientas con los datos personales básicos pueden ser muy útiles.

E. Comunicaciones de prensa

Un comunicado o nota de prensa es un documento escrito dirigido a los medios de comunicación para anunciar algo de interés periodístico. Pueden enviarse por correo electrónico a los medios escritos, radio, televisión, y a medios *online* y *bloggers*. Un comunicado de prensa puede anunciar muchos tipos de noticias: eventos, promociones, nuevos productos y servicios, datos financieros, nombramientos, etc.

El uso de notas de prensa es común en el ámbito de las relaciones públicas. El objetivo que se persigue es atraer la atención de los medios de comunicación para que contribuyan a su difusión.



Fig. 4.11. Ejemplos de tarjetas de visita.



Fig. 4.12. Ejemplo de nota de prensa (www.loreal.es/periodistas/notas-de-prensa/2016/mar/manifiesto).



Fig. 4.13. Servicio de Correos para enviar telegramas.

F. Telegramas

Todavía existen lugares a los que no llegan ni Internet ni la cobertura de telefonía móvil. Para comunicarnos con estos lugares con cierta urgencia se utiliza el telegrama.

Un telegrama es un documento para transmitir mensajes de manera rápida, que puede ser ordinario o urgente; la tarifa por el servicio se cobra de acuerdo al número de palabras contenidas en el texto del mensaje. Por este motivo se utiliza una redacción concisa y breve, eliminando palabras y uniendo pronombres a verbos conjugados como «invítote», «felicítote», etc. También es recomendable evitar el uso de abreviaturas que puedan confundir.

G. Instancia

La instancia es un documento que se utiliza para solicitar algo a la Administración Pública. Con menor frecuencia también se utiliza en el ámbito privado cuando la petición se dirige de un particular a una empresa.

La **estructura** de una instancia tiene las siguientes características:

- En el encabezamiento se incluyen los datos personales de quien hace la petición: nombre y apellidos, DNI, domicilio y opcionalmente otros datos que puedan interesar, como la fecha de nacimiento o el estado civil.
- El cuerpo es la parte principal de la instancia y se compone de dos apartados:
 - La exposición de los hechos en los que se fundamenta la solicitud. Va precedida de la palabra «Expone» o «Expongo», según redactemos en tercera o en primera persona, y debe destacar sobre el resto del texto. A continuación se ofrece una explicación detallada de datos, motivos, argumentos, etc., en relación con la petición que se va a realizar. Si existieran varios argumentos, cada uno se expondrá en un párrafo independiente, y es habitual iniciar estos párrafos con la palabra «Que».
 - El último párrafo acabará con una coma «,», para enlazar con el apartado siguiente terminando con alguna expresión como «por todo ello», «es por lo que», «y como consecuencia», «y por esto».
 - Si adjuntamos a la instancia algún documento para acreditar o justificar los argumentos, también lo haremos constar en la instancia.
 - La solicitud propiamente dicha, que es consecuencia de los argumentos expuestos anteriormente. Va precedida de la palabra «Solicita» o «Solicito», que al igual que el «Expone» o «Expongo» irá resaltada del resto del texto.
- En el pie indicaremos los datos del organismo o persona a quien se dirige la instancia y la población donde radica, sin indicar la calle ni el número.

! IMPORTANTE

Como ciudadanos, cuando necesitemos dirigirnos a la Administración Pública para solicitar algo, lo tendremos que hacer mediante una instancia.

Por ejemplo, para pedir una licencia de obras a un ayuntamiento, para solicitar una beca de estudios o para poner una reclamación a un organismo público.

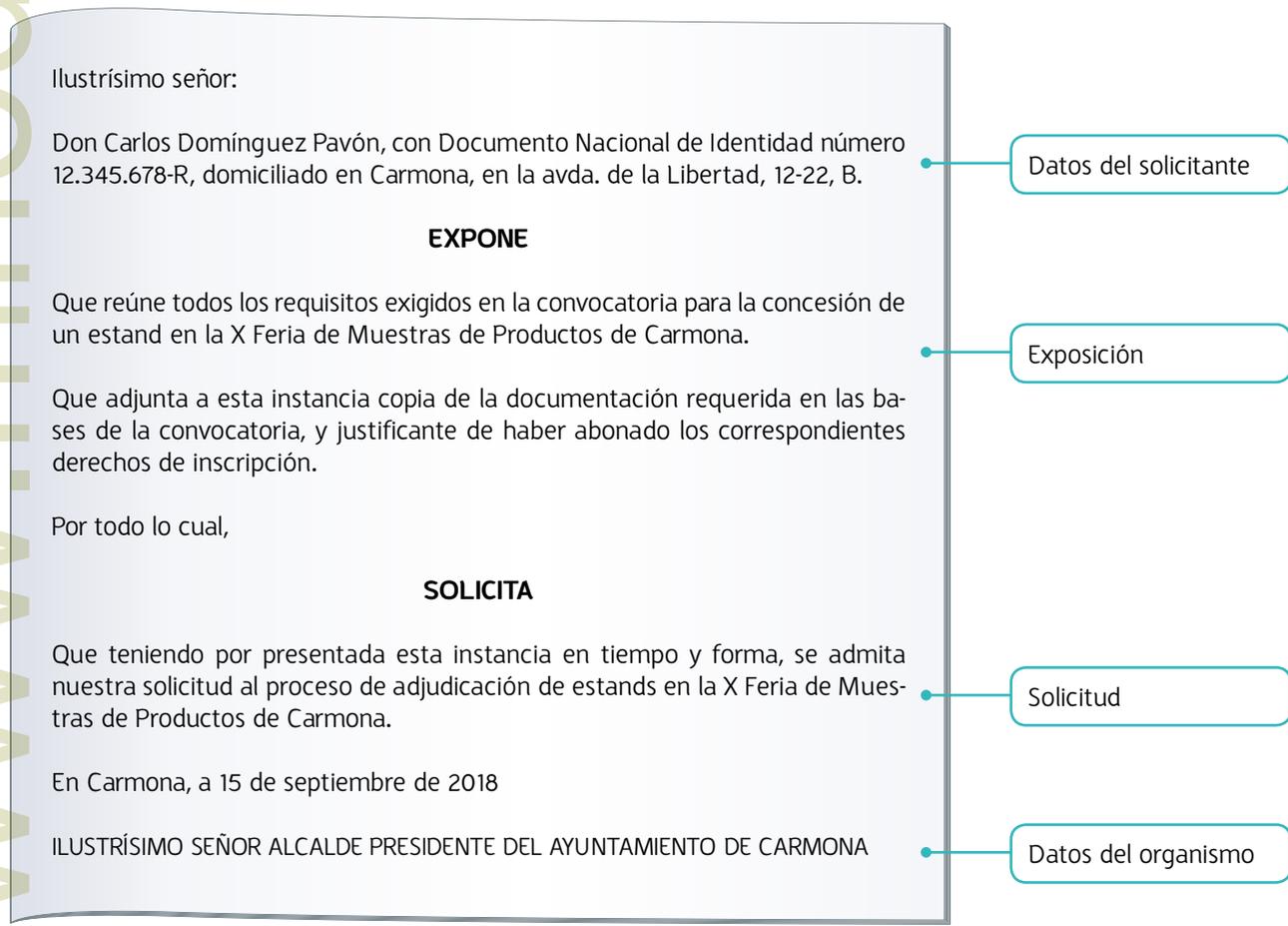


Fig. 4.14. Modelo de instancia en el que están señaladas sus partes.

? ¿SABÍAS QUE...?

En los juzgados, el oficio es una comunicación con la que un juez o tribunal solicita informes sobre algún dato relevante para la causa. Por ejemplo, un litigante de un juicio puede solicitar al Juez que libre un oficio a la empresa donde trabaja una persona para conocer su salario.

Logo y datos del organismo emisor

Datos y dirección del destinatario

Referencia al contenido

Texto del oficio

Firma

Fig. 4.15. Modelo de oficio, con cada una de sus partes señaladas.

H. Oficio

El oficio es el documento básico de comunicación dentro de la Administración Pública para comunicarse entre sus distintas entidades y con los particulares. La finalidad del oficio es informar o avisar a las personas, ya sean físicas o jurídicas, de algún hecho que las afecte. A través de oficios, la Administración nos responde a las solicitudes recibidas o a los recursos formulados.

La estructura del oficio tiene las siguientes partes:

- Logo-escudo y datos del organismo que redacta el escrito.
- Referencias en relación con el contenido del oficio o el expediente de que se trate.
- El texto del cuerpo desarrolla el contenido de lo que se comunica.
- Fecha y firma del organismo, con indicación del nombre y cargo que ocupa la persona que firma.
- En el documento también deben situarse los datos y la dirección del destinatario.

CLUB DEPORTIVO COCONUT

director@cdc.es
Avda. de los Olivos, 48
40399 Barcanova
Teléf. 123 456 789

Ref.: Inauguración del Estadio de Los Pinos

Barcanova, 31 de octubre de 2017

D. Alfredo Cabrera Brana
Alcalde del Barcanova

ASUNTO: Invitación a la inauguración del Estadio de Los Pinos.

Tengo el agrado de dirigirme a usted para invitarle a la inauguración del Estadio de Los Pinos de esta ciudad, construcción que ha sido posible gracias al aporte generoso de su empresa y sus representantes, como también la participación desinteresada de los ciudadanos de dicho lugar.

Dicho evento se llevará a cabo el próximo 10 de noviembre a las 10 horas en el mismo campo deportivo de Los Pinos. Esperamos contar con su presencia, que dará realce a esta ceremonia.

Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Firma

JULIO MONTERO VALLE
Director de Club Deportivo Coconut

CASO PRÁCTICO 8

José María López trabaja como abogado de Alfil, S. L., una empresa dedicada a la fabricación y exportación de compuestos químicos para uso agrícola.

El 15 de junio de 2016 la empresa pagó en efectivo el Impuesto de Bienes Inmuebles correspondiente a las instalaciones que posee en Granada. El importe ascendió a 2.145,65 €. Sin embargo, el Ayuntamiento pasó a cobrar el mismo recibo por domiciliación bancaria, pues la empresa así se lo había indicado en el ejercicio anterior; por tanto, se ha producido una duplicación en el pago del impuesto.

¿Qué trámites debería realizar José María si la dirección de la empresa decidiese reclamar el pago duplicado?

Solución:

La instancia presentada por José María ante el Ayuntamiento de Granada sería la de la figura adjunta. En ella, José María, en calidad de representante de Alfil, S. L., expone los motivos que lo facultan para solicitar al Ayuntamiento de Granada que le devuelva el importe cobrado por duplicado.

EXPONE

Que el pasado día 15 de junio de 2016 Alfil, S. L. procedió a pagar mediante ingreso en efectivo, en la sucursal número 231 de Caja Rural de Granada, el Impuesto de Bienes Inmuebles correspondiente al ejercicio 2016, correspondiente a las instalaciones que posee la empresa en la calle Romero, 10, de Granada, por un importe que ascendió a 2.145,65 €.

Que el 30 de junio de 2016, el Ayuntamiento de Granada procedió a pasar al cobro, mediante domiciliación, un recibo por el mismo importe y con el mismo número de referencia que el abonado días antes por Alfil, S. L., en efectivo. Por tanto,

SOLICITA

Que el Ayuntamiento de Granada reintegre a Alfil, S. L. el importe del recibo correspondiente al Impuesto de Bienes Inmueble abonado por duplicado.

I. Certificado

El certificado es un documento mediante el que se da fe o se certifica algún asunto. Se utiliza tanto en la Administración Pública como en empresas privadas.

La estructura del certificado tiene las siguientes partes:

- En el encabezado, la persona que lo expide escribe su nombre y dos apellidos, los datos de la empresa u organismo en el que trabaja y el cargo que ocupa.
- El cuerpo va precedido de la palabra «Certifico» o «Certifica», de forma destacada.
- El cuerpo del documento comienza con la palabra «Que», y desarrollará el asunto o hecho del cual se da fe en el documento.
- El certificado finalizará con un párrafo de cierre, del tipo:
 - Y para que así conste, a petición del/la interesado/a, expido este certificado en...
 - Y para que conste y surta los efectos oportunos, firmo el presente certificado en...
 - Y para que así conste, expido el presente certificado en...
- A continuación de una de estas expresiones aparece el lugar y la fecha.
- Firma y sello de la persona que expide el certificado.

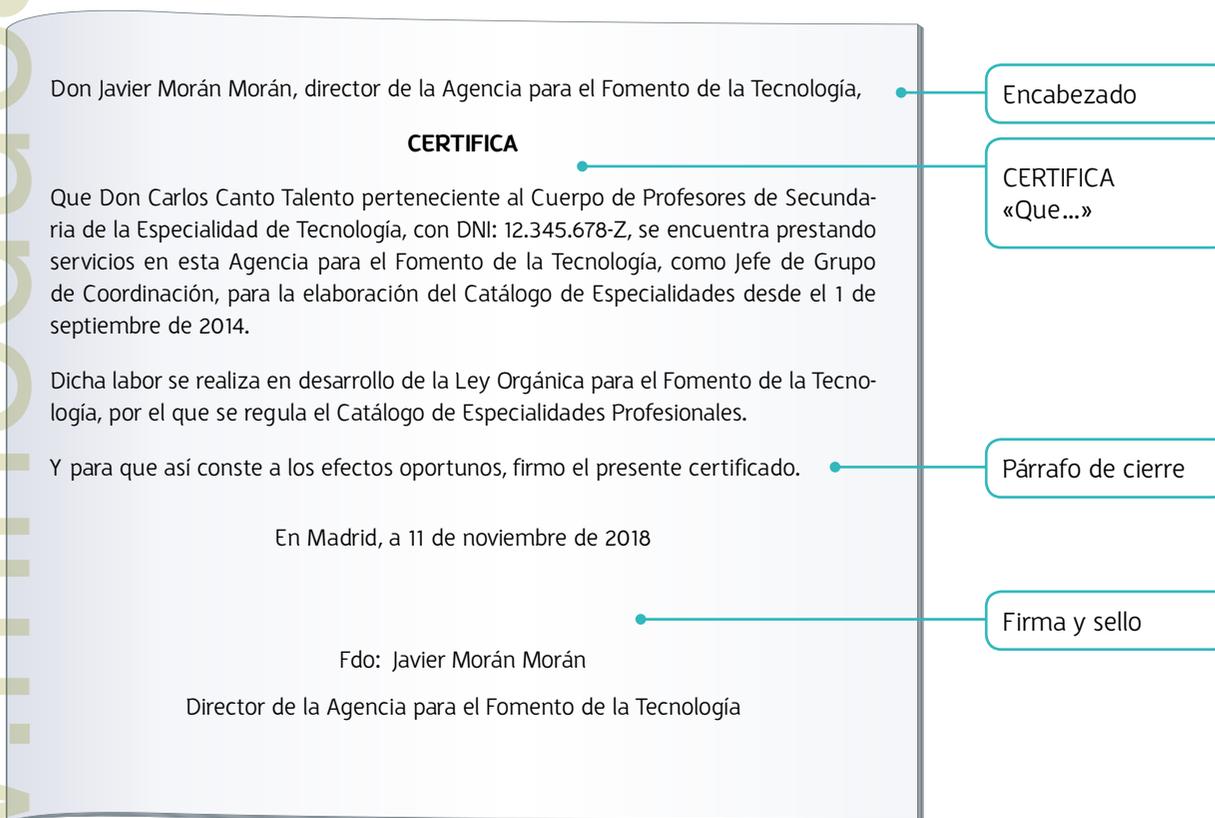


Fig. 4.16. Modelo de certificado, con sus partes.



ACTIVIDADES

18. ¿Hay algún tipo de relación entre la finalidad de un oficio y la de una instancia?
19. ¿Crees que es importante que un certificado vaya sellado y firmado? ¿Por qué?
20. Elabora un esquema en el que se expongan los distintos apartados de los que se compone cada uno de los documentos de comunicación interna y externa estudiados en esta unidad.

4. Soportes para transmitir documentos escritos

En los documentos escritos, la imagen corporativa de una empresa está ligada a una serie de elementos; por un lado, al diseño gráfico de los documentos, el logotipo, la calidad y el formato del papel utilizado, etc.; y, por otro, al estilo de redacción y el lenguaje utilizado en el texto.

La empresa debe cuidar todos estos elementos para crear una imagen corporativa positiva. Las grandes empresas suelen tener un manual de identidad visual en el que se especifica cómo tienen que ser utilizados cada uno de estos elementos.

El soporte del proceso de comunicación escrita es el medio a través del cual se produce la comunicación. Lo primordial es el léxico escrito, pero eso no implica que el texto no pueda llevar gráficos, dibujos o diseños.

4.1. El soporte papel

El soporte tradicional de un documento es el papel y la información se suele introducir en él manualmente (por ejemplo, cuando tomamos apuntes en clase) o mecánicamente (mediante una máquina de escribir, un ordenador o utilizando una impresora).

El formato del papel utilizado normalmente es el llamado DIN A-4, excepto en el caso de algunos documentos específicos, como el saluda o la invitación, que suelen presentarse en formatos de menor tamaño.

La empresa debe causar buena impresión en sus comunicaciones. Por lo tanto, se hace completamente necesario utilizar un papel de buena calidad, y presentar el gramaje (grosor del papel) y blancura apropiados, sobre todo en el caso de utilizarse impresiones a color.

Existen muchos **tipos** de papel:

- Papel offset: es el utilizado en fotocopiadoras, impresoras láser, etc. Se emplea mucho como papel de carta, sobres, etc.
- Papel estucado: es el que se utiliza habitualmente para revistas, catálogos y folletos. Es brillante y no se suele utilizar para escribir encima, ya que la tinta resbala.
- Papel ecológico: cada vez está más generalizado el uso de este tipo de papel para prevenir la degradación y proteger el medio ambiente.

El sobre es el envoltorio, normalmente de papel, en que se introduce el documento escrito para su entrega o envío. Existen muchos tipos y tamaños de sobre, que se adaptan a las características y las dimensiones de su contenido: plastificados, acolchados, con solapa, de ventanilla, prefranqueados, etc.

Los impresos son formularios, con las partes fundamentales ya cumplimentadas y otras en blanco para que la persona interesada los rellene con los datos específicos. Cuando los impresos se cumplimentan y firman, adquieren la consideración de documento. Cuando son necesarias varias copias del impreso se suele utilizar papel autocopiativo de distintos colores.

4.2. Normalización de impresos y documentos

Normalizar es hacer que algo se ajuste a una norma, modelo o regla. Cuando nos referimos a impresos y documentos, normalizar es ajustar los tamaños para facilitar los trabajos de clasificar, ordenar y extraer información.

En nuestro país existe un organismo, AENOR [Asociación Española de Normalización y Certificación], que se encarga del desarrollo y difusión de las normas técnicas en España. Estas normas indican cómo debe ser un producto y cómo debe funcionar un servicio para que sea seguro y responda a lo que el consumidor espera de él.

La normalización de los impresos y documentos establece los siguientes criterios:

- Serie A: regula el tamaño de los papeles. Partiendo de un papel de un metro cuadrado (841 x 1189 mm), del que, doblándose por la mitad exacta sucesivas veces, se obtienen ocho tamaños distintos de papel que van desde el A0 (841 x 1189 mm) hasta el A8 (52 x 74 mm).

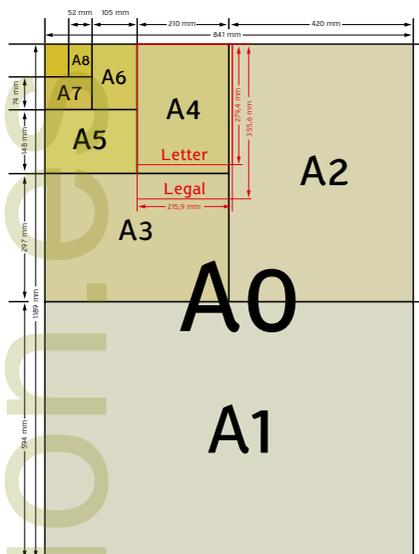


Fig. 4.17. Imagen de los formatos de papel de la serie A.

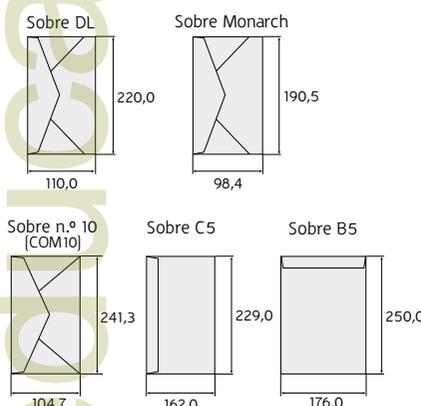


Fig. 4.18. Sobres de distintas dimensiones.

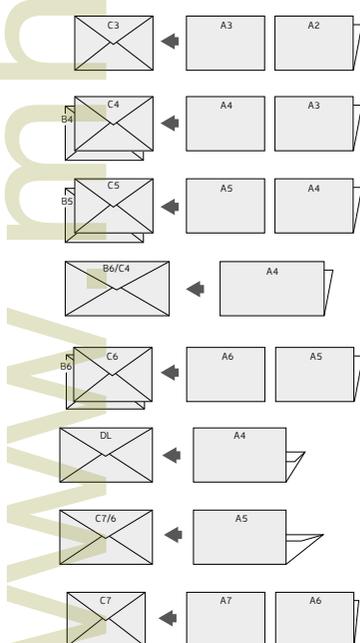


Fig. 4.19. Cada tamaño de papel, debe ir en un tamaño de sobre. Imagen comparativa de las series A, B y C.

- Serie B: regula el formato de los sobres de gran capacidad. Esta serie está realizada en función de la serie A del tamaño del papel. De manera que cuando hay que realizar un envío numeroso de documentos de la serie A4 se utilizarán sobres de la serie B4.
- Serie C: regula el tamaño de los sobres de poca capacidad. Esta serie también está realizada en función de la serie A. Por ejemplo, cuando hay que realizar un envío de pocos documentos de la serie A3 se utilizarán sobres de la serie C3.

4.3. Soportes digitales

En la actualidad, la mayoría de los mensajes de comunicación escrita que enviamos y recibimos no se realizan en soporte papel. Gracias a los actuales soportes digitales (portátil, tableta, *smartphone*), podemos acceder a una cantidad ingente de información justo en el momento en que la necesitamos.

La recepción de información ha dejado de ser lineal. El lector ya no recibe la información leyendo de izquierda a derecha y de arriba abajo todo un texto escrito, sino que, gracias sobre todo a los vínculos de texto (hipervínculos), la transmisión y utilización de la información digital ha tomado una nueva dimensión. Podemos pasar de un documento a otro rápidamente y sin tener que haber leído todo el mensaje.

Cuando se utilizan medios informáticos, el soporte básico en que se elaboran y transmiten los documentos es el archivo, que contiene datos textuales y gráficos creados mediante un programa informático.

El desarrollo e integración de soportes que emplean sonidos, imágenes y textos para difundir información ha provocado que se necesite cada vez más capacidad de almacenamiento. Un documento que solo contenga texto ocupa muy poco espacio; sin embargo, si se incluyen imágenes y archivos de vídeo o audio para complementar el mensaje escrito, se incrementa enormemente la cantidad de bytes requeridos.

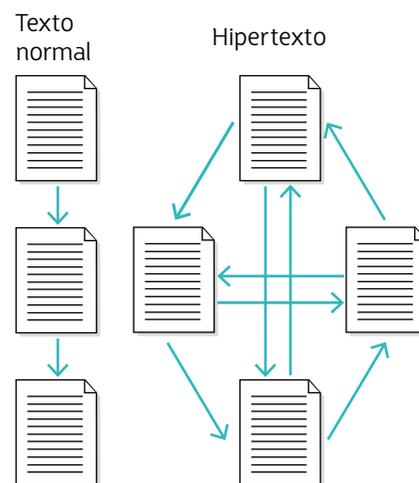


Fig. 4.20. Texto escrito tradicional y textos con hipervínculos.

CASO PRÁCTICO 9

Marcos López trabaja como administrativo en Martínez Asesores, S. L., empresa familiar dedicada a la asesoría jurídica, fiscal y contable de autónomos y profesionales. Una de sus funciones es aprovisionar a la oficina de material; entre otros, sobres y papeles. Además, a veces se encarga de ensobrar y enviar las cartas comerciales que remite la empresa. El tamaño de los documentos escritos elaborados en su empresa suele estar normalizado al formato DIN A4.

- Si necesitas enviar por correo certificado un informe de 50 páginas, ¿qué tipo de sobre deberías utilizar?
- ¿Y si lo que envías es una carta comercial de un par de hojas?

c) ¿Cuál es el método adecuado de colocar la dirección del destinatario y el sello?

Solución:

- Cuando el número de hojas que queremos enviar de forma conjunta es muy numeroso, se suele utilizar un sobre de la serie B4.
- Si el número de hojas es reducido, el documento suele doblarse e introducirse en sobres de formato B5, o incluso B6.
- Hay que cuidar la presentación del ensobrado, porque refleja la imagen de la empresa o departamento en el exterior.

ACTIVIDADES

- Enumera los distintos tipos de papel que pueden utilizarse como soporte de una comunicación escrita.
- ¿Qué sobre podrías utilizar para enviar un saludo tamaño DIN A5? ¿Y para un informe de ocho folios tamaño DIN A4?
- Busca en Internet cuál es el concepto de la «técnica de las 3R: reducir, reutilizar, reciclar». Revisa el enlace siguiente: www.recicla.me/info/gestion-de-residuos-2/triple-r/, y después contesta a las siguientes preguntas:
 - Explica la diferencia que existe entre reducir, reutilizar y reciclar.
 - Haz un listado de ejemplos de cómo aplicar la técnica de las 3R en el trabajo diario de una oficina.
 - ¿Crees que para una empresa es rentable aplicar en sus oficinas la técnica de las 3R? Comparte tu opinión con tus compañeros

5. Canales para transmitir documentos escritos

En función del canal de comunicación que se emplee, podemos distinguir distintos tipos de comunicación escrita. Las características de cada uno de ellos son las que aparecen en la tabla 4.3.

Canal	Uso	Rapidez	Seguridad	Confidencialidad
Correo	Externo	Reducida	Media/alta	Media/alta
Fax	Externo	Alta	Media/alta	Media/alta
Correo electrónico	Interno/externo	Instantánea	Media/alta	Media/alta
SMS	Interno/externo	Instantánea	Media/alta	Media/baja

Tabla 4.3. Características de los distintos tipos de comunicación escrita.

Cartas	Carta ordinaria, carta certificada, carta certificada urgente, Postal express, sobre prepago, carta urgente, carta urgente internacional, correo digital, tarjeta postal.
Telegramas	Telegrama nacional, telegrama internacional, telegrama internacional urgente, telegrama <i>online</i> .
Burofax/fax	Burofax, fax.

El fax y, sobre todo, el correo electrónico y los mensajes cortos tipo SMS presentan una ventaja fundamental: la velocidad. No obstante, el correo convencional sigue siendo uno de los principales medios de comunicación usados por empresas y organismos públicos.

Como ya hemos visto, una de las características de la comunicación escrita es su permanencia en el tiempo. Esto, unido a la validez legal que puede alcanzar un documento escrito en un determinado momento, hace que la correspondencia tenga una importancia que no tiene la comunicación oral.

5.1. Correo convencional

El teléfono tiene la ventaja de la rapidez en la transmisión del mensaje, pero la correspondencia deja constancia escrita de lo comunicado. Por ello, uno de los canales de comunicación más utilizados en empresas y organismos públicos es el correo convencional.

Para hacer llegar sus comunicaciones escritas externas, las empresas y organismos pueden elegir entre utilizar el servicio de Correos, las empresas de mensajería externa o crear su propio servicio de mensajería.

5.2. Fax

El fax nace por la necesidad de transmitir, entre dos lugares geográficamente alejados, copias exactas de documentos que contienen un gran volumen de información de forma rápida.

El fax es un sistema de telecomunicación que consiste en la transmisión por vía telefónica de material escaneado (tanto texto como imágenes), a otro dispositivo de salida, que nos imprime una copia exacta.

El uso del fax como medio de envío de documentos está extendido en casi la totalidad de las empresas y organismos públicos, aunque en la actualidad está perdiendo fuerza, y su uso se combina con el del correo electrónico, a través de los llamados servidores de fax.

El fax suele utilizarse para adelantar documentación y agilizar trámites, pero su impresión suele ser de escasa calidad, por lo que, además, se suele enviar una copia del documento de alguna otra forma alternativa.

Tabla 4.4. Servicios ofrecidos por Correos para el envío de documentos.

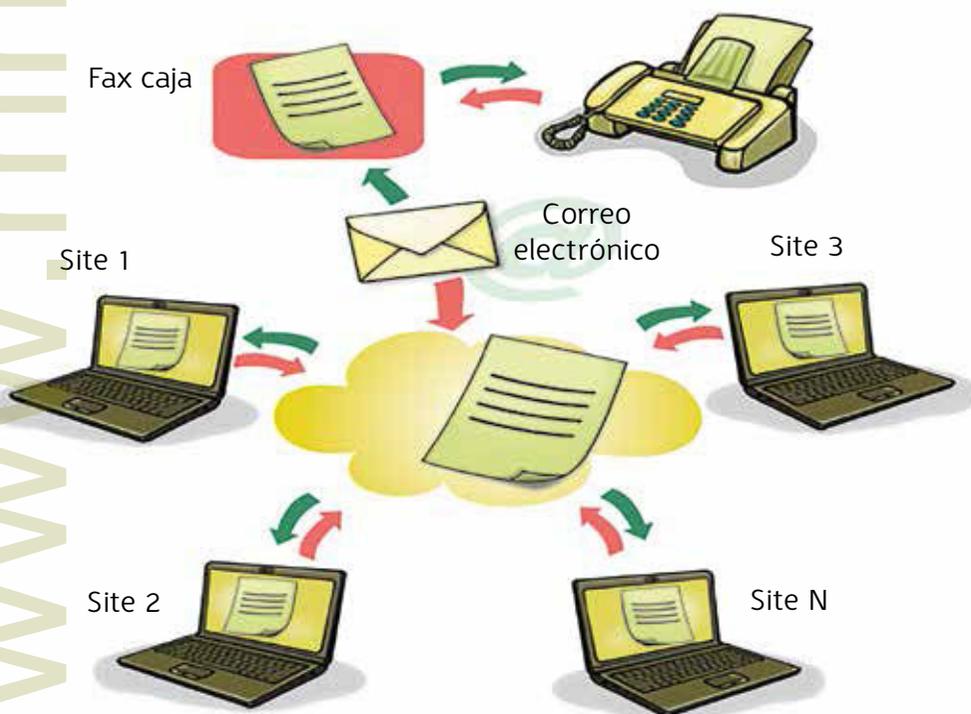


Fig. 4.21. Utilización conjunta de fax y de correo electrónico.

5.3. Correo electrónico

En la actualidad, el correo electrónico es un instrumento imprescindible tanto en el ámbito personal como profesional, ya que nos facilita el envío de documentos a una o varias personas en tiempo real.

El receptor del correo verá en su bandeja de entrada el mensaje y, si se acompaña un documento, imagen o impreso adjunto, podrá reproducirlo e imprimirlo exactamente igual al original.

Para utilizar el correo electrónico, nuestro ordenador tiene que estar conectado a Internet, tener instalado un programa cliente de correo o utilizar un servidor de correo web.

Las cuentas de correo en servidores web tienen una serie de ventajas:

- No necesitamos tener instalada una aplicación específica de correo en nuestro ordenador.
- Suelen ser gratuitas.
- Podemos consultar el correo desde cualquier parte del mundo, a través de la web del servidor.

El gran volumen de correo electrónico que se mueve hoy en día hace que en la empresa se necesiten nuevas formas de archivo. Cuando recibimos un correo electrónico, lo primero que debemos hacer es analizarlo con un programa antivirus que nos asegure que el correo y los posibles archivos adjuntos son seguros. Si el correo merece ser conservado, elegiremos una carpeta para archivarlo. También podemos decidir guardar solo el archivo adjunto. Solo en caso de que sea imprescindible, imprimiremos el correo. De esta forma contribuiremos a preservar el medio ambiente.

? ¿SABÍAS QUE...?

El símbolo arroba (@) originariamente fue un carácter inventado por los copistas medievales para simplificar, uniendo entre sí las letras «a» y «d» para formar la preposición latina «ad», que significa «hasta» o «hacia».

Cuando el ingeniero Ray Tomlinson, que creó el correo electrónico en 1971, estaba buscando un símbolo que sirviese para identificar las direcciones de correo, uno de los pocos disponibles en los teclados, que no se usaba para otros fines, era justamente la arroba.

CASO PRÁCTICO 10

José Carlos Martínez trabaja como administrativo en el IES Mediterráneo. En dicho centro educativo, los padres de los alumnos de secundaria reciben notificación de las faltas de asistencia de sus hijos mediante correo ordinario. En los últimos meses, los niveles de absentismo están incrementándose y muchos padres se quejan de que reciben las cartas muy tarde.

La semana pasada se presentó una queja porque a un alumno se le ha retirado el derecho a la evaluación continua por sus reiteradas faltas de asistencia. ¿Qué medidas podrá adoptar el director de este centro?

Solución:

En un caso como este, en que es fundamental que los padres puedan reaccionar con prontitud ante los hechos que se comunican, el correo ordinario no es suficientemente rápido como forma de notificación, ya que no permite actuar con rapidez. Además, no quedaría constancia de su recepción. El centro debería enviar las notificaciones de absentismo por correo electrónico o SMS para que los padres las reciban prácticamente en el momento. Cuando exista el riesgo de perder la evaluación continua podría enviar las notificaciones por correo certificado o burofax, para que quede constancia escrita legal.

ACTIVIDADES

24. Busca en la página web de Correos (www.correos.es) las principales diferencias existentes entre una carta ordinaria y una certificada.

¿En qué casos crees que será necesario usar este último tipo de envío?

25. En algunas cartas suele venir impresa la expresión «Franqueo pagado». Busca en Internet su significado y cuál es su utilidad para una empresa.

26. Enumera las principales ventajas e inconvenientes que tiene el fax frente al correo convencional.

27. Explica la diferencia existente entre recibir el correo electrónico a través de un programa cliente de correo o a través de una cuenta en un servidor web.

28. Laura Castillo trabaja como administrativa para un despacho de abogados. Usa continuamente el correo electrónico, canal por el que recibe cualquier documentación de forma instantánea y puede reenviar a sus jefes y clientes allá donde estén. Sin embargo, algunos clientes continúan enviando documentos exclusivamente por fax. ¿Cuál crees que sería la mejor solución para facilitar la comunicación de Laura con estos clientes?

? ¿SABÍAS QUE...?

La intranet suele contener información variada: bases de datos corporativos, manuales con especificaciones y procedimientos, guías internas (teléfonos, direcciones electrónicas, etc.), boletines informativos, calendario de actividades, etc.

! IMPORTANTE

La firma electrónica es el equivalente electrónico de la firma manuscrita, y con ella una persona acepta el contenido de un mensaje electrónico a través de cualquier medio electrónico válido.

5.4. Instrumentos de comunicación interna

Además de los documentos escritos que hemos visto, existen otros sistemas más informales de comunicación interna:

- El **buzón de sugerencias** se utiliza para recoger ideas y propuestas de los empleados.
- Los **tablones de anuncios** recogen informaciones y noticias que directa o indirectamente afectan al personal de la empresa. Los tablones deben estar situados en un lugar bien visible, para que puedan ser leídos por todas las personas a las que afecten.

La información electrónica y los servicios basados en Internet son cada día más importantes en las empresas y organizaciones públicas, que pueden:

- Disponer de una **intranet** para el acceso a la información interna por parte de los miembros de la organización. Como ejemplo, podríamos citar la intranet de cualquier entidad financiera, a la cual pueden acceder solo sus empleados, o la plataforma Séneca, de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía.
- Tener un **sitio web corporativo** donde recoger contenidos sobre la organización en particular. Ejemplos válidos serían www.meecd.gob.es (sitio web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) y www.mheducation.es.
- Construir un **portal** que recoja información temática o administrativa (web de un ayuntamiento, por ejemplo) o el desarrollo de un servicio electrónico (como ejemplo podríamos citar la solicitud de cita previa en el servicio público de empleo, o el área personal de cualquier operador de telefonía móvil).

5.5. Comunicación y tramitación de documentos a través de la web

Es frecuente que los sitios web de empresas y organismos incluyan elementos que faciliten la comunicación con el cliente o usuario. Para ello suelen utilizarse principalmente dos herramientas:

- Formularios que podemos rellenar con nuestros datos, para que, una vez recibidos, puedan ponerse en contacto con nosotros.
- Direcciones de correo electrónico para contactar con la empresa u organismo.

En las Administraciones públicas es cada vez más frecuente la tramitación de documentos a través de Internet. Para ello suele ser necesario tener instalado un certificado digital o disponer del DNI electrónico, para identificarse y firmar cualquier gestión de forma segura.

CASO PRÁCTICO 11

Elena Márquez ha vuelto a retomar este año sus estudios, se ha matriculado en un ciclo formativo de grado superior. Entre las novedades que ha encontrado, está la solicitud de la beca de ayuda al estudio a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación. ¿Cómo podrá Elena acceder a dicha información a través del sitio web del Ministerio de Educación?

Solución:

Para solicitar la beca tiene que acceder a la web (<https://sede.educacion.gob.es/portada.html>), localizar el enlace

que la dirige a la «convocatoria de becas y ayudas al estudio de carácter general y de movilidad para alumnos que cursen estudios postobligatorios y superiores no universitarios», registrarse en la plataforma y seguir los pasos que se le vayan indicando para cumplimentar la solicitud. Tras rellenar la solicitud debe firmarla y entregarla en su centro educativo.

Gracias a este procedimiento, la Administración recibe la información de forma instantánea, se reducen errores en la transcripción de los datos y se ahorra en los costes administrativos asociados.

ACTIVIDADES

29. Diferencia, mediante ejemplos distintos a los ya mencionados, los conceptos de intranet, sitio web corporativo y portal. ¿Cuál es la finalidad que persigue cada uno de ellos?

30. Define los medios más utilizados por las empresas y los organismos para facilitar su contacto con el cliente a través de su web.

5.6. Procesamiento informático de documentos escritos

Los procesadores de texto son aplicaciones informáticas que permiten crear y editar documentos de texto a los que se les puede aplicar una serie de funciones y efectos para la redacción, con diferentes tipografías, tamaños de letra, colores, tipos de párrafos, efectos artísticos y otras opciones, con el fin de obtener un documento atractivo y preciso, y todo ello de una manera sencilla y fácil de usar.

El procesador de texto se utiliza para editar, guardar e imprimir documentos que pueden contener texto, imágenes, gráficos y otros objetos.

En el mercado existen muchos procesadores de texto, tanto como aplicaciones independientes como dentro de paquetes integrados. Entre todos, podemos destacar los siguientes: Wordpad, Wordperfect, Office Writer y Microsoft Word.

A continuación se reproduce un esquema con las funciones básicas de los procesadores de texto.

! IMPORTANTE

En el módulo profesional *Ofimática y proceso de la información* de este ciclo formativo se trata con mayor profundidad el manejo y la elaboración de documentos mediante procesadores de texto.

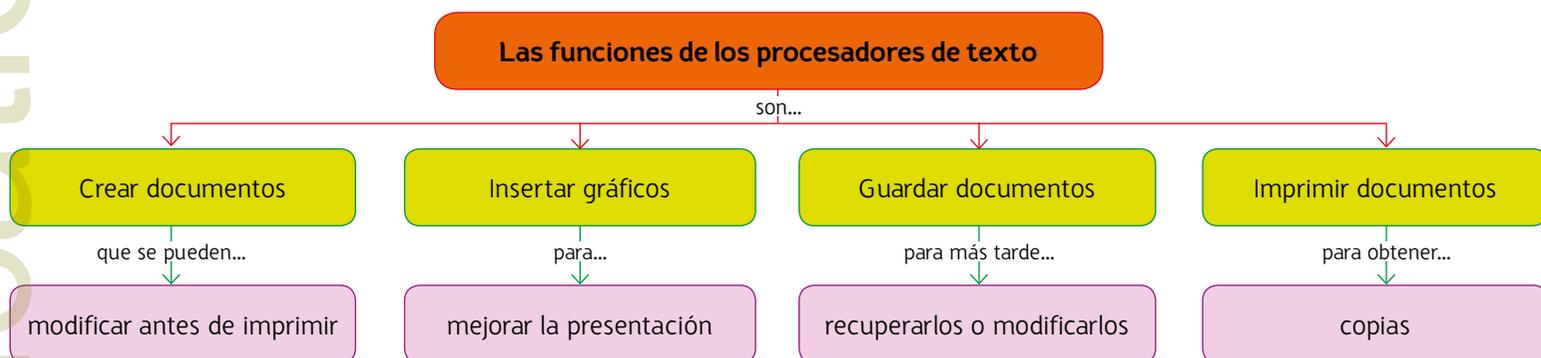


Fig. 4.22. Funciones de los procesadores de texto.

Una de las muchas funciones de los procesadores de texto es la autocorrección de los escritos. Estas aplicaciones informáticas se caracterizan por su capacidad para comprobar la corrección ortográfica, la composición gramatical, etc. Además, estas aplicaciones suelen proponer opciones de corrección, así como consultar sinónimos y antónimos.

Cuando el corrector detecta una palabra errónea o que contiene un error ortográfico, sugiere una gran variedad de palabras y expresiones para sustituirla.

CASO PRÁCTICO 12

En la siguiente ilustración aparece un documento en el que el corrector de Microsoft Word señala numerosas faltas de ortografía y gramática. ¿Qué significan los subrayados?



Solución:

Subrayado rojo: corrección de ortografía. Puede ser que hayamos escrito mal dicha palabra y con un clic derecho sobre ella podamos elegir del menú emergente la palabra correcta.

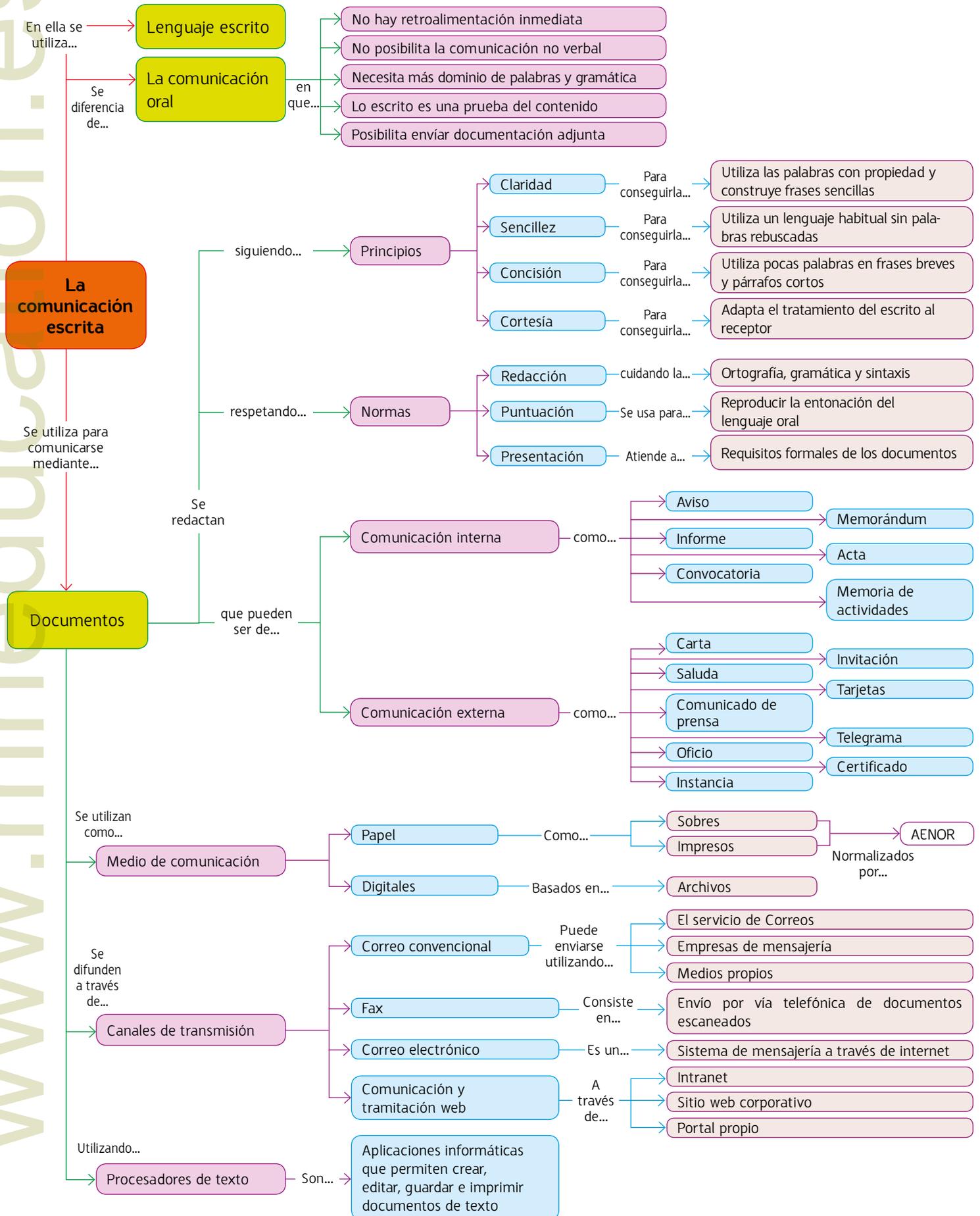
Subrayado en verde: corrección gramatical. Nos indica que la oración está mal redactada.

Subrayado en azul: hay palabras que tienen más de un significado, y varían por la ubicación de un acento (tilde) o la ausencia del mismo. El subrayado azul nos indica que estamos utilizando una de esas palabras incorrectamente.

ACTIVIDADES

- Define qué entendemos por procesador de texto y enumera cuáles son sus funciones principales. ¿Qué procesadores de texto conoces?
- Realiza los documentos que hemos estudiado como ejemplos en el epígrafe 3. Utiliza un procesador de texto, como por ejemplo Microsoft Word.

SÍNTESIS Documentos escritos al servicio de la comunicación empresarial



TEST DE REPASO

1. En una comunicación escrita, el papel es...

- (a) El medio.
- (b) El canal.
- (c) El código.
- (d) El mensaje.

2. La comunicación escrita...

- (a) Puede complementarse con comunicación no verbal.
- (b) Deja prueba del mensaje.
- (c) Obtiene una respuesta inmediata del receptor.
- (d) Es menos eficaz que la oral.

3. Cuando un texto escrito utiliza las palabras justas para transmitir el mensaje decimos que es...

- (a) Sencillo.
- (b) Claro.
- (c) Cortés.
- (d) Conciso.

4. La diferencia sustancial entre el aviso y el memorándum está en...

- (a) Su finalidad.
- (b) La información que transmite.
- (c) Su estructura.
- (d) Todas las opciones son correctas.

5. ¿Cuál de los siguientes no es un tipo de informe?

- (a) Informe demostrativo.
- (b) Informe valorativo.
- (c) Informe confidencial.
- (d) Informe descriptivo.

6. La convocatoria de una reunión...

- (a) Se realiza tras el acta.
- (b) No debe ir firmada.
- (c) Debe enviarse con antelación suficiente.
- (d) No es obligatorio que aparezca el orden del día.

7. Una empresa o Administración Pública informa a sus trabajadores a través de Internet por medio de...

- (a) Una intranet.
- (b) Un sitio web.
- (c) Un portal.
- (d) Todos los anteriores son medios válidos.

8. Una carta comercial...

- (a) Tiene la misma finalidad que una carta circular.
- (b) Se divide en encabezamiento, cuerpo y cierre.
- (c) No va firmada.
- (d) Es un documento de comunicación interna.

9. Respecto a la elaboración de un acta...

- (a) En el encabezamiento se recoge la hora de finalización de la reunión.
- (b) En ella es necesario recoger los acuerdos tomados en la reunión.
- (c) No es necesario recoger el nombre y apellidos de los asistentes, solo de los ausentes.
- (d) No es obligatorio que aparezca el orden del día.

10. Una invitación...

- (a) Es impersonal, por lo que no lleva destinatario.
- (b) Se escribe en primera o tercera persona.
- (c) No se suelen utilizar en un ámbito empresarial.
- (d) Suele pedir que se confirme la asistencia.

11. Para solicitar algo a una Administración se suele utilizar...

- (a) Un saluda.
- (b) Un oficio.
- (c) Una instancia.
- (d) Una carta comercial.

12. Un certificado suele ser elaborado por...

- (a) Una empresa pública.
- (b) Una empresa privada.
- (c) La Administración.
- (d) Todas las opciones son correctas.

13. Un saluda tamaño DIN A5 debe enviarse en un sobre...

- (a) Tamaño C5.
- (b) Tamaño C3.
- (c) Tamaño B4.
- (d) Cualquiera de los anteriores es válido.

14. Mediante un procesador de texto podemos...

- (a) Crear, modificar y guardar documentos.
- (b) Imprimir un documento.
- (c) Insertar gráficos.
- (d) Todas las opciones son correctas.

COMPRUEBA TU APRENDIZAJE

Se describen adecuadamente las principales características y elementos de la comunicación escrita frente a otros tipos de formas de transmisión de información.

1. ¿Qué crees que es más complejo: transmitir un mensaje mediante comunicación oral o escrita? ¿Por qué?
2. Explica con tus palabras las principales características de la comunicación escrita.

Se ha identificado al destinatario, observando las normas de protocolo.

3. Indica qué tipo de tratamiento utilizarías en los siguientes documentos:
 - a) Correo electrónico a un cliente frecuente para informar del retraso de un pedido.
 - b) Una invitación dirigida al alcalde de la ciudad para asistir a la inauguración de las nuevas instalaciones de la empresa.
 - c) Carta comercial en la que le ofrecemos a un posible cliente nuestros servicios.
 - d) Correo electrónico del propietario de la empresa con un familiar.

Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.

4. Explica las diferencias entre carta comercial y carta circular.
5. Enumera las similitudes y diferencias que encuentres en la estructura de un aviso y de una nota interior.
6. Expresa con tus palabras las diferencias que hay entre cada uno de los estilos de redacción de una carta comercial.

Se han explicado los elementos y recursos básicos de la expresión escrita (puntuación, ortografía, cohesión y coherencia, estructura, terminología adecuada, redacción clara, concisa y coherente del documento).

7. Realiza un esquema/resumen sobre los elementos y recursos básicos de la expresión escrita.

Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.

8. Elabora un aviso del rector de la Universidad de Salamanca para informar del cierre de las instalaciones el próximo 12 de junio por ser festivo local.
9. Redacta una nota interna de empresa, mediante la cual informas a los comerciales de la aplicación de un descuento adicional del 10% en todos los productos de la empresa durante el próximo mes de enero.
10. Elabora la convocatoria de la junta general ordinaria de Xyscos, S. A., la cual se celebrará el próximo 15 de marzo a las 20.00 horas en la sede social de la empresa, y que tendrá como puntos del orden del día lo siguiente:

- Lectura y aprobación del acta de la junta anterior.
- Aprobación y reparto del resultado económico del ejercicio anterior.
- Ruegos y preguntas.

11. Elabora el acta correspondiente a la celebración de la junta general de accionistas que has convocado en el ejercicio anterior. En la misma debes recoger que los socios asistentes deciden por unanimidad destinar el resultado del ejercicio a reservas voluntarias y que, en el turno de ruegos y preguntas, don Juan Carlos Sánchez plantea la posibilidad de comenzar a enviar las convocatorias de junta por correo electrónico a todos los socios. Se decide por unanimidad incluir esta cuestión en el orden del día de la próxima junta general. Si para su elaboración necesitas algún dato adicional, inclúyelo.

12. Doña Eloísa Velasco ha comprado una casa en el casco antiguo de Segovia, concretamente en la siguiente dirección: calle Larga, número 12, 40004 Segovia. En esta hay garaje y desea que el ayuntamiento la autorice a poder entrar con su coche por dicha calle, ya que es peatonal y solo los residentes pueden circular por ella. Realiza una instancia a fecha de hoy para solicitar a la Concejalía de Tráfico y Movilidad dicha autorización.

13. A partir de la actividad anterior, elabora el oficio con el cual la Concejalía de Tráfico y Movilidad del Ayuntamiento de Segovia responde a la instancia. El citado organismo acuerda denegar dicha solicitud, ya que la solicitante todavía no figura en sus archivos como propietaria de la vivienda y la instancia no iba acompañada de ningún documento que lo demostrase.

14. Elabora un certificado similar al que te facilitarán en la secretaría de tu centro de estudios cuando finalices el ciclo formativo de grado superior que actualmente estás cursando.

Se han redactado notas de prensa de acuerdo con manuales de estilo tipo.

15. Elabora una nota de prensa dirigida a los medios de comunicación sobre el lanzamiento de un nuevo producto de la empresa. Para su redacción puedes inventarte los datos adicionales que necesites.

16. Redacta la nota de prensa de la actividad anterior para dirigirla por correo electrónico a medios *online*.

Se ha supervisado la redacción de documentos escritos de carácter institucional de acuerdo con los objetivos propuestos y utilizando el lenguaje adecuado.

17. En esta actividad cada alumno corregirá los documentos que uno de sus compañeros de clase haya elaborado como respuesta a las actividades 8-14.

18. Realiza en tu cuaderno la corrección de la siguiente carta de solicitud de un anticipo salarial:

COMPRUEBA TU APRENDIZAJE

Carta de solicitud de anticipo

5-4-2016

María Fernández Camacho

Sr. Rosario Martínez:

Ref: Solicitud de anticipo salarial

Por medio de la presente me permito solicitarle un anticipo de salario por 1.000 € (mil euro). Solicito además que este descuento se descunte en dos cuotas (500 € durante mes de octubre y 500 € en noviembre), para cubrir la cuota total a la brevedad.

La solicitante ya solicito otro adelanto ace unos meses pero ya paso el tiempo limite para otro.

La necesidad de este prestamos proviene de algunas cuestiones personales y familiares.

Agradesco su gentil atención

Atentamete,

María Fernández Camacho

Se han identificado los soportes y los canales más adecuados para elaborar y transmitir los documentos, en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.

19. Si recuerdas, cuando realizaste la matrícula en tu centro de estudios tuviste que cumplimentar y entregar un impreso de matrícula, del cual te entregaron copia. ¿Conservas todavía esa copia? ¿Hubo más impresos que rellenar? ¿Cuáles?

20. Enumera las principales ventajas e inconvenientes que, en tu opinión, tiene para cualquier empresa gestionar sus comunicaciones externas a través de correo electrónico en vez de por correo convencional.

Se han identificado herramientas de corrección de textos, aplicando criterios de corrección lingüística, gramatical, ortográfica y semántica.

21. Realiza un esquema/resumen sobre los distintos tipos de herramientas de corrección de textos que hemos visto en esta unidad.

22. Escribe correctamente en tu cuaderno las siguientes frases y expresiones:

- «Venga, pues haber si nos vemos y lo hablamos».
- «No creí a ver hecho nada mal».
- «El cliente le a dicho ha Pedro que no es conforme».
- «Es un echo que la mercancía no llegó a tiempo».
- «Supongo que el pedido llegara, sino tendremos un problema».

Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia.

23. Explica con tus palabras la importancia que tiene para la empresa la transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas.
24. Asistencias Del Río, S. L., es una empresa con un marcado espíritu social, que se dedica a la ayuda domiciliaria a discapacitados. El director quiere felicitar las fiestas a las familias de las personas que atienden y te pide que se lo redactes.
- ¿Qué documento sería el más adecuado?
 - ¿Qué soporte sería el más adecuado?
 - ¿Qué canal utilizarías?
 - ¿Qué elementos de transmisión de la imagen corporativa habría que cuidar especialmente?
 - Elabora el documento que te han pedido.

Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.

25. ¿Qué documento, soporte y canal utilizarías para elaborar y transmitir las siguientes comunicaciones?
- Francisco Marín ha abierto un despacho de abogados y desea presentarse a todos sus colegas.
 - Carmen López quiere comunicar el fallecimiento de su padre a un pariente que está de misionero en una aldea del Amazonas.
 - Jaime Ruiz quiere solicitar a la Consejería de Administraciones Públicas un documento que dé fe de que es funcionario.
 - La Consejería de Administraciones Públicas emite a Jaime Ruiz un documento para dar fe de que es funcionario.
 - Luisa Muñoz quiere enviar a tres primos que viven fuera las fotos y el vídeo del bautizo de su hija.
 - El jefe de compras de una empresa adelanta a su proveedor el pedido de materiales que enviará luego por correo convencional.
 - Supermercados de El Puerto avisa de un descuento del 10 % adicional para los clientes que estén registrados en su web.

Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

26. Realiza los documentos de las actividades 8-14 con un procesador de texto tipo Word.
27. Redacta una carta comercial utilizando un procesador de texto tipo Word y utiliza el corrector ortográfico para depurar los errores ortográficos y gramaticales.

www.sdelsol.com/mcgraw-hill/



software
DELSOL



McGraw-Hill Education y **Software DELSOL**
te acercan los mejores programas para ciclos formativos
de grado medio y superior.

CONTASOL | FACTUSOL | NOMINASOL

Consulta nuestras soluciones y solicita más información

www.sdelsol.com/mcgraw-hill



CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD

Ponemos a disposición de los centros todos los contenidos y soluciones necesarias para poder impartir Certificados de Profesionalidad, tanto en la modalidad **PRESENCIAL** y **TELEFORMACIÓN**. Los contenidos están **totalmente acreditados** según la normativa vigente.

Certificados de Profesionalidad
Acreditando tu experiencia

Los **Certificados de Profesionalidad** acreditan el conjunto de competencias profesionales que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral. Tienen carácter oficial, validez en todo el territorio nacional y son expedidos por el SEPE y los órganos competentes de las Comunidades. McGraw-Hill pone a tu disposición contenidos para impartir en modalidad presencial de las siguientes familias profesionales:

- Administración.
- Servicios socioculturales y a la comunidad.
- Comercio.

Servicio dirigido a Centros o entidades de formación que quieran impartir **Certificados de Profesionalidad**. Ponemos a tu disposición:

- 104 Certificados de profesionalidad online.
- Contenidos compatibles con todo tipo de dispositivos móviles.
- Plataforma elearning según requisitos del SEPE, personalizada con la imagen del Centro.
- Contenidos interactivos en HTML5.
- Actividades complementarias asociadas (casos prácticos, foros, trabajos en grupo, videos de apoyo, etc.).
- Documentación necesaria para tu proceso de acreditación: Proyecto formativo, guías del tutor y el alumno, modelo de tutoría presencial.

Certificados de Profesionalidad
Acreditando tu experiencia

Ponemos a disposición de tu Centro todos los contenidos y soluciones necesarias para que puedas impartir **Certificados de Profesionalidad** en modalidad **PRESENCIAL** y **TELEFORMACIÓN**. Contenidos totalmente acreditados según la normativa vigente.

- Contenido probado**
- Amplio catálogo**
- Tecnología innovadora**

Para más información, no dude en acceder a:

<http://www.mheducation.es/certificados-profesionalidad-home>

FORMACIÓN PRESENCIAL

CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD - MODALIDAD PRESENCIAL

Los certificados de profesionalidad son el instrumento de acreditación oficial de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales en el ámbito de la administración laboral. Estos certificados acreditan el conjunto de competencias profesionales que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral identificable en el sistema productivo sin que ello implique regulación del ejercicio profesional. Tienen carácter oficial, validez en todo el territorio nacional y son expedidos por el SEPE y los órganos competentes de las Comunidades. McGraw-Hill pone a tu disposición contenidos para impartir en modalidad presencial de las siguientes familias profesionales:

Administración | **Servicios socioculturales y a la comunidad**

Este certificado acredita las cualificaciones profesionales del área de Administración que se centra en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, tanto en empresas públicas como privadas. El conjunto de competencias básicas para conseguir el certificado de profesionalidad del área de Servicios Socioculturales y a la Comunidad, se centra en el cuidado y la integración social de las personas dependientes.

TELEFORMACION

CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD - TELEFORMACIÓN

Servicio dirigido a Centros o entidades de formación que quieran impartir Certificados de Profesionalidad en modalidad Teleformación. Ponemos a tu disposición:

- 104 Certificados de profesionalidad online
- Contenidos compatibles con todo tipo de dispositivos móviles
- Plataforma elearning según requisitos del SEPE, personalizada con la imagen del Centro
- Contenidos interactivos en HTML5
- Actividades complementarias asociadas (casos prácticos, foros, trabajos en grupo, videos de apoyo, etc.)
- Documentación necesaria para tu proceso de acreditación: Proyecto formativo, guías del tutor y el alumno, modelo de tutoría presencial.

[Acceder listado títulos online](#)

Publicaciones personalizadas a tu medida



¡Elige el contenido y crea el manual que mejor se adapta a tus necesidades!

Create permite crear una obra personalizada a través de un proceso fácil e intuitivo seleccionando material del catálogo de McGraw-Hill. Además, se puede adaptar a las necesidades de cada docente ¡añadiendo material propio!

El deseo de todos los profesores ha sido siempre tener el libro que refleje fielmente los temas del curso y con el que los alumnos dispongan de todo el material que necesitan para seguir la clase y superar la asignatura. McGraw-Hill Education fiel a su misión de ayudar a los docentes y enseñar a los estudiantes, pone a disposición de cualquier profesor su oferta editorial y la diversidad de las soluciones de aprendizaje de las que dispone para lograr este objetivo.

Entra en nuestra web:

 <http://create.mheducation.com>

¡Accede a todo el catálogo!
y crea tu libro a medida en 3 sencillos pasos

Centro de Enseñanza Online (CEO)

www.mhe.es

El Centro de Enseñanza Online (CEO) es un espacio donde encontrará información práctica y todos los recursos didácticos necesarios para el desarrollo de cada disciplina. Este espacio es de gran utilidad para el alumnado y el profesorado, y una herramienta imprescindible para afrontar los retos que exige el mercado laboral, cada vez más competitivo y especializado.

Organizado en tres partes:

Centro de información

El centro de información ofrece información práctica del contenido de la obra: presentación, tabla de contenido, etc. Consulte los diferentes apartados dependiendo de la información que necesite.

Centro del estudiante

El centro del estudiante está especialmente creado para que los alumnos accedan a información práctica que pueden utilizar para afianzar conocimientos y auto-evaluarse en cada disciplina.

Centro del profesor

El centro del profesor pone a su disposición material de apoyo que puede utilizar en sus clases. Rellene el formulario de registro y solicite la clave de acceso para poder consultar todos los apartados.





Una nueva forma de leer...
Una nueva forma de aprender

¿Te imaginas un libro de texto adaptado a las necesidades individuales de cada estudiante?



SmartBook®, ganador del Premio SIMO Educación al MEJOR RECURSO DIGITAL DE CREACIÓN EDITORIAL en la modalidad Tecnologías y recursos para el aula.

SmartBook® es la primera y única experiencia de lectura y aprendizaje adaptativo diseñada para cambiar la forma en la que los estudiantes leen y aprenden, rompiendo con el camino lineal de los libros de texto tradicionales y adaptándose a las necesidades y al ritmo de cada estudiante.

¿Qué es?

SmartBook® es una herramienta de aprendizaje adaptativo que combina una revolucionaria tecnología desarrollada por McGraw-Hill Education con un libro digital interactivo. **SmartBook®** analiza la forma en la que lee y aprende el estudiante y, en función de sus respuestas a preguntas sobre lo estudiado y la seguridad sobre sus conocimientos, le va guiando a través de los contenidos del libro, de una manera personalizada y adaptada a su propio ritmo de aprendizaje, para que cada minuto que pasa el alumno estudiando sea lo más efectivo posible.

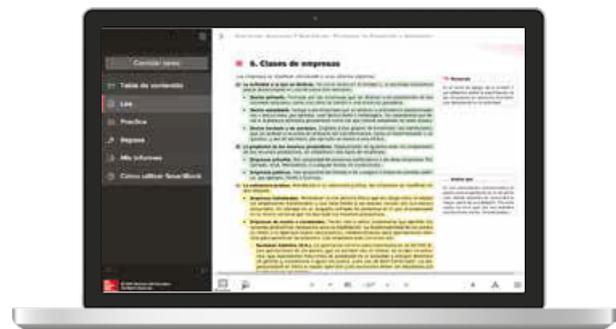
¿Cómo funciona?

SmartBook® consta de varias fases:



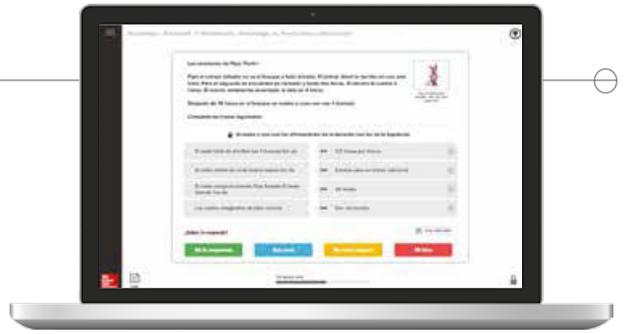
Lee

En la fase de lectura, el estudiante es guiado a través del texto para que lea de una manera adaptada a sus necesidades. En **SmartBook®** el estudiante tiene acceso al texto completo, pero se le mostrarán áreas resaltadas en **amarillo** que indican el contenido en el que debería centrar su estudio en ese momento concreto. Las áreas resaltadas del texto van variando en función de sus respuestas en la parte práctica, subrayando nuevos temas y conceptos de más nivel, una vez que el estudiante ha demostrado el dominio de los conceptos esenciales del tema.





Practica



En la fase de práctica, los estudiantes afianzan lo aprendido hasta el momento realizando una serie de actividades de diversa tipología.

Antes de responder, se pedirá al estudiante que evalúe el grado de seguridad sobre sus conocimientos:

Sé la respuesta

Eso creo

No estoy seguro

Ni idea

En función de las respuestas a esas preguntas, el grado de seguridad que establezcan y otros datos que va recogiendo el sistema mientras los estudiantes trabajan, **SmartBook®** irá ajustando el camino de aprendizaje de cada estudiante adaptándolo a su ritmo y necesidades y determinando cuál será la siguiente pregunta.



Lee



Practica

De vuelta en la fase **Lee**, el estudiante se encontrará con nuevas partes del texto resaltadas en **amarillo**, que indican el nuevo contenido a estudiar, y otras resaltadas en **verde**, que son los temas o conceptos que el estudiante ha demostrado que domina al responder correctamente a las preguntas en la fase de práctica.

Subrayado amarillo: muestra el contenido que es importante para el estudiante en este momento.

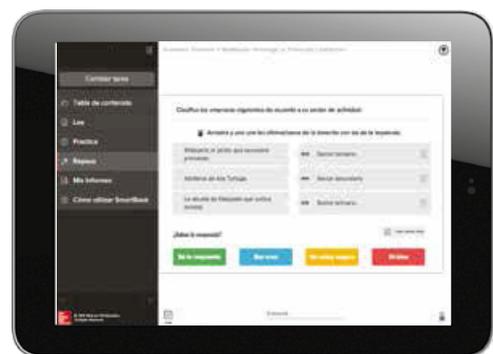
Subrayado verde: muestra el contenido que el estudiante ha demostrado que domina realizando preguntas en la fase de práctica.

La mejor manera de estudiar con **SmartBook®** es ir pasando de una fase a otra hasta completar la unidad. La propia herramienta ayudará al estudiante a identificar cuándo ha llegado el momento de cambiar de fase.



Repasa

Para asegurar el dominio de los temas y la retención a largo plazo de los conceptos aprendidos, en esta fase el estudiante repasa en forma de actividades el contenido importante que el sistema ha identificado que es más probable que olvide.



Informes completos sobre el progreso del curso



Profesor

Los informes del profesor le permiten conocer en tiempo real las fortalezas y las debilidades de sus alumnos de manera individual y a nivel global, y adaptar así sus clases y tutorías.

Estudiante

Los informes del estudiante proporcionan detalles sobre su progreso, sobre los temas que domina y los que necesita estudiar más, para que pueda maximizar su tiempo de estudio.



Beneficios

Todo son ventajas

Para el profesor:

- Mejora la calidad y la productividad de las clases.
- Facilita la adaptación de las clases al nivel y necesidades de los alumnos.
- Ayuda a prevenir el posible fracaso escolar y a remediarlo antes de que ocurra.
- Mejora el rendimiento de los alumnos y su nivel de notas.

Para el estudiante:

- Ofrece el contenido adecuado para cada estudiante en el momento preciso para maximizar el tiempo de estudio.
- Excelente preparación para clase y para los exámenes.
- Ayuda a retener conceptos clave a largo plazo.
- Ayuda a conseguir mejores notas.
- Herramienta *online*: sin descargas, sin necesidad de grabar el progreso.
- Acceso en cualquier momento a través de una conexión a Internet y desde múltiples dispositivos.
- Interfaz intuitiva y atractiva.
- Es divertido, porque permite competir con otros usuarios.



La mejor manera de sacar el máximo provecho a las ventajas de **SmartBook®** es crear una clase a la que se apuntarán tus alumnos. Los estudiantes pueden trabajar independientemente o asociados a tu clase, pero la experiencia es mucho más positiva y productiva si se integra **SmartBook®** como una parte más de la asignatura. Te damos algunas opciones o ideas:



SMARTBOOK® ...

... antes de ir a clase

Puedes decir a tus alumnos que estudien con **SmartBook®** antes de ir a clase. Así, podrás basar tus clases en los datos que obtengas con la herramienta.

... como deberes

Puedes presentar el contenido en clase y después, a modo de deberes, decirles que estudien el tema con **SmartBook®**. Posteriormente, en función de los datos que obtengas sobre el progreso, las fortalezas y las debilidades de tus alumnos, podrás reforzar ciertos contenidos y hacer un seguimiento general e individual de lo que realmente se ha aprendido.

... antes del examen

Puedes dar la unidad completa y recomendar a tus alumnos que utilicen **SmartBook®** para preparar el examen. Si tienen examen de final de curso, recuerda a tus alumnos que utilicen regularmente la fase **Repasa** para estar preparados cuando llegue el gran día.

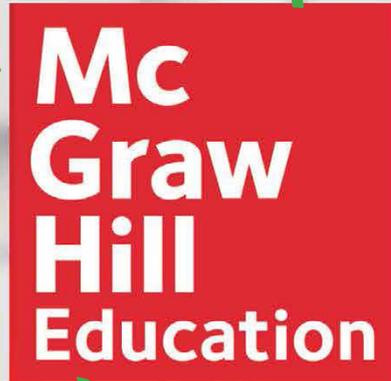


Si tus alumnos tienen dificultades para acceder a Internet, una buena solución puede ser dedicar periódicamente tiempo de clase a **SmartBook®** en el aula de informática.

McGraw-Hill Education

una editorial global a tu servicio

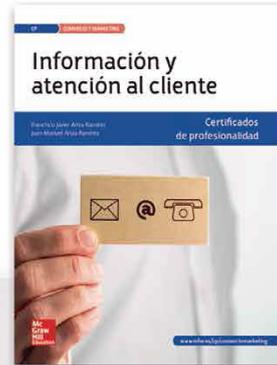
www.mheducation.es



CICLOS
FORMATIVOS



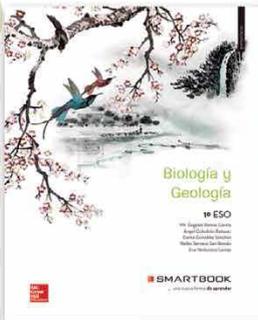
FORMACIÓN
PROFESIONAL
CERTIFICADOS



UNIVERSIDAD



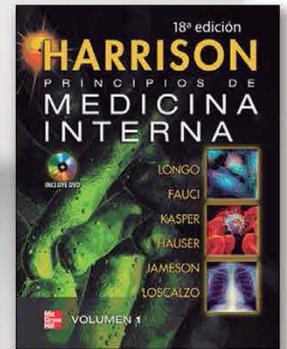
BACHILLERATO



SECUNDARIA



PRIMARIA



MEDICINA



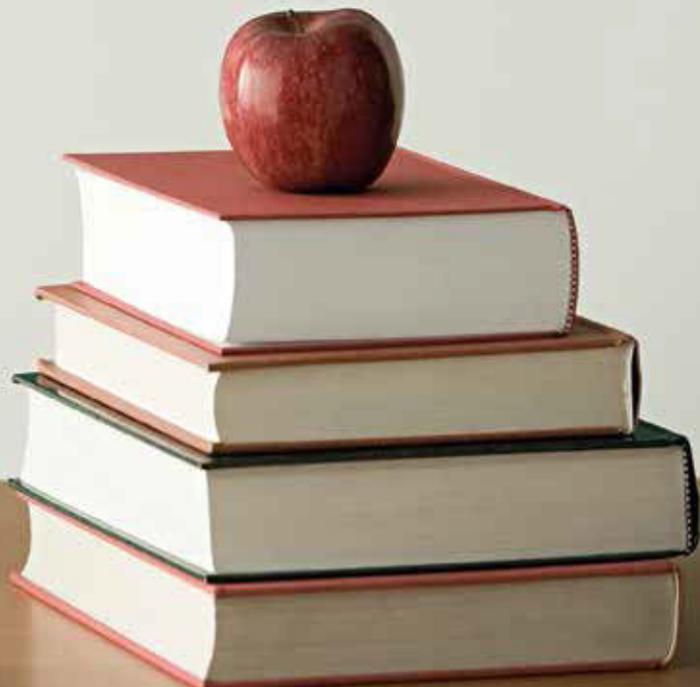
PROFESIONAL

Para más información: Tel. 902 289 888

educador@mheducation.com

www.mheducation.es / www.mhe.es

La tienda de **McGraw-Hill Education** te ofrece las **mejores ventajas**



Envío GRATIS

a partir
de 25€



**Consigue tus Gastos
de Envío GRATIS**

Ahora en McGraw-Hill Education te regalamos los gastos de envío. Si el importe de tu pedido es superior a 25€, los gastos de envío valorados en 5€ serán descontados de tu compra.

Tus libros de texto
con un
**20% de
descuento**



**¡Ahórrate un 20%
en los libros de
tus hijos cada curso!**

Compra cualquiera de nuestros títulos para Primaria y ESO y disfruta de un **descuento inmediato** del 20% en el precio de tus libros.

**5% de descuento
en todo nuestro
fondo
editorial**



**5% de descuento en todo
nuestro fondo editorial**

Todos los productos McGraw-Hill Education más económicos en nuestra tienda online. Selecciona tu producto y benefíciate de un **5% de descuento** comprando cualquiera de nuestros títulos.

Nuestro proceso de compra es muy sencillo 🛒



- 1 Localiza todos nuestros productos en el apartado **TIENDA** en el menú principal.
- 2 Encuentra tu producto navegando por nuestro catálogo o en el buscador.
- 3 Añade a la **CESTA** lo que quieres adquirir e inicia el proceso de compra, pinchando en **REALIZAR PEDIDO**.

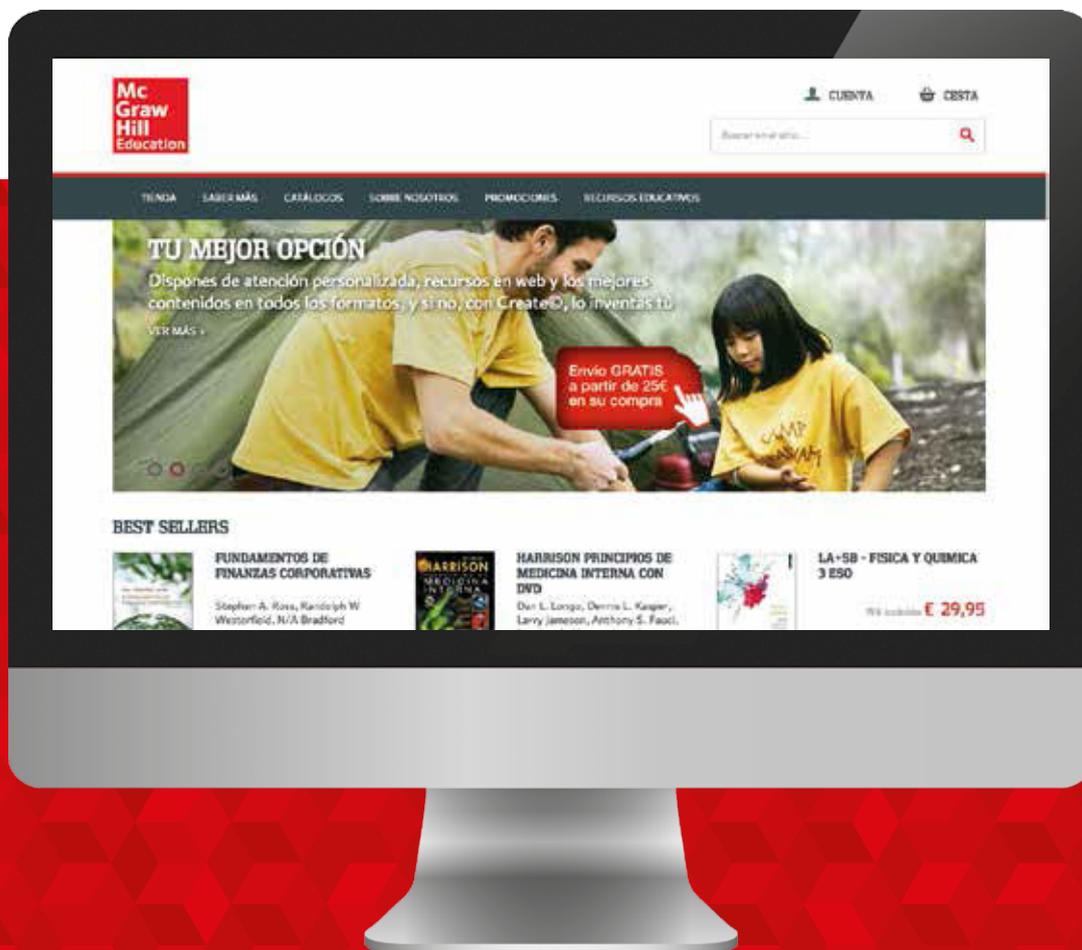
Regístrate como cliente y visualiza siempre que quieras el contenido de tu cesta o las compras realizadas

**¡Todo el fondo de McGraw-Hill Education
en papel o formato digital ahora más fácil y económico!**

www.mheducation.es

 Porque el aprendizaje lo cambia todo

Porque el aprendizaje lo cambia todo



¡La tienda *online* de McGraw-Hill Education!

www.mheducation.es

Toda la información | Todos los productos | Sencillo y rápido



Atención al profesorado:

902 929 008 • 902 289 888
educador@mheducation.com

McGraw-Hill Education
Basauri, 17 - Edificio Valrealty - Planta 1ª
28023 Aravaca (Madrid)
Teléfono: 91 180 30 00 • Fax: 91 180 31 00
www.mheducation.es