



ELEMENTOS BÁSICOS PARA UNA COMUNICACIÓN ESCRITA EFICAZ (en la empresa)

Diego Levis – Consultor en comunicación
info@diegolevis.com.ar

Comunicación escrita (en la empresa)

No utilice el correo electrónico para evitar una comunicación cara a cara.

Un mensaje escrito proporciona un documento permanente.

Se puede consultar en cualquier momento y enviar a cuantas personas desee.

Le brinda la oportunidad de transmitir ideas e información complejas en un formato que permite al receptor asimilarlas del modo y al ritmo que le desee.

Es preferible utilizar el nombre de la persona a la que va dirigido el mensaje que recurrir al uso de fórmulas de cortesía

Antes de enviar su mensaje púlo para asegurarse de que el lector pueda entender exactamente lo que desea decir

Los puntos clave que debe plantear el mensaje son:

1. **Situación:** Resuma el contenido de la carta subrayando los hechos
2. **Consecuencias.**
3. **Resolución:** Sugiera una posible solución para la situación planteada
4. **Acción:** Lo que usted hará o espera que haga la persona a la que le escribe
5. **Cortesía**

La comunicación de los conocimientos e ideas de los miembros de un equipo permite mejorar la eficiencia en el trabajo

Es importante entender los puntos débiles y fuertes de cada persona de su equipo

Adopte un enfoque positivo ante los problemas y las personas.

Antes de la redacción

Qué, a quién, como, cuando, donde y porqué?

Disponga de tiempo suficiente para estructurar y adaptar su mensaje de manera que facilite la comprensión del receptor .

- 1- Qué deseo decir (solicitar/responder/informar) Qué deseo obtener. Establezca con claridad su objetivo
- 2- ¿Quién o quienes son los destinatarios: Superior, miembro de mi equipo, colega, subordinado, alguien a quien no conozco?
- 3- ¿Cómo? ¿A través de qué medio lo voy a transmitir? ¿Necesito registro?
- 4- ¿Cuándo debo o deseo enviarlo?
- 5- ¿Adónde lo voy a enviar?
- 6- ¿Porqué es importante para mí y para el receptor el contenido del mensaje?

Otras consideraciones:

1. ¿Deseo una respuesta inmediata?
2. ¿Deseo que piense sobre el mensaje y responda más tarde?
3. ¿A cuántas personas deseo que llegue el mensaje? ¿Es el mismo para todos?
4. ¿El mensaje debe ser formal o informal?
5. ¿Tengo posibilidad de hablar con el receptor o es difícil hacerlo?
6. ¿Existen limitaciones físicas en los medios que puedo utilizar?

Unos minutos suplementarios en la redacción del mensaje puede representar un ahorro importante de tiempo para usted y para el destinatario del mensaje. Si el mensaje es sencillo y está dirigido a alguien a quien conoce apenas presenta problemas

Elija el medio que considere más eficaz para sus fines.

Recuerde que el **medio utilizado supone también un mensaje**. En ocasiones, el receptor puede considerar que el tema no merece una comunicación escrita Un mensaje **oral** suele ser considerado **menos importante** que uno comunicado por **escrito**.

Para obtener buenos resultados es vital adecuar la forma y el modo de transmisión al destinatario: contribuirá a eliminar posibles barreras provocadas por un receptor que no esté predispuesto a recibir el mensaje

Redacción

El mensaje debe ser sencillo, claro, concreto y directo.

Adecuar el mensaje al receptor:

- 1- Adecue el uso de palabras técnicas a las características de su audiencia
- 2- Vigile el nivel de información, el estilo y el tono del mensaje No dé por sentado que el receptor entenderá su mensaje
- 3- Cuando prepare su mensaje intente tener en cuenta los posibles diferentes modos de interpretación que podría tener según las personas que lo reciban.
 - Añada comentarios sobre sus percepciones si están pueden ser distintas a las del receptor Muchas veces damos por sentado que los demás comparten nuestras percepciones y puntos de vista: .
 - i. Por ejemplo el anuncio del tipo “ se acercan muchos cambios” puede ser tomado por algunos como una oportunidad de progreso personal y por otros como una amenaza
 - Es importante asegurarse que su mensaje será comprendido en toda su dimensión por el receptor
 - Que lo recibido sea lo mismo que se desea decir.

La repercusión del mensaje depende del modo en que se recibe y entiende

Es posible que el receptor no comparta su punto de vista.

- Es necesario que centre la atención del destinatario en la importancia que tiene para hacer su trabajo de modo eficaz la información o tarea solicitada- *la otra persona puede considerar que se trata de algo irrelevante.*
- Intente adaptar el nivel de información del mensaje a las necesidades del receptor
 - i. La cantidad de detalles depende de los conocimientos previos que el receptor tenga del tema
 - ii. El nivel de profundidad de la información solicitada está relacionada con el uso/fin que le dará el receptor
 - iii. Si el receptor tiene poca experiencia o conocimiento del tema necesitará más información
- Indique por que la información es importante para usted, sin este dato el destinatario puede responder de modo diferente al deseado

Después de la redacción, antes de enviar el mensaje

- 1- Asegúrese que está completo
- 2- Asegúrese que expresa realmente lo que pretende.
- 3- Vigile la sintaxis y la ortografía: No confié en los correctores de los procesadores de texto informáticos
- 4- Asegúrese que el mensaje contiene toda la información necesaria y que refleja con precisión sus necesidades o intenciones

- 5- Especifique los plazos requeridos para una respuesta, sobre todo si se trata de un tema que necesita una respuesta urgente.
- 6- Asegúrese que le mensaje se envía por el medio adecuado (pregúntese si le gustaría que le envíen el mensaje tal como usted lo ha hecho)
- 7- Asegúrese que el modo de envío asegurará la recepción del mensaje en tiempo y forma.



Tabla comparativa entre textos escritos y orales:

	Oral	Escrita
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Transmisión rápida - Flexibilidad/ Agilidad - El emisor controla el momento y lugar de transmisión - Permite obtener respuestas rápidas, es más directa. - Permite aclarar dudas en el mismo momento - Más adecuada para comunicaciones informales - <u>Cara a cara</u> <i>Las mismas que en el caso anterior más:</i> - Modo más personal. Aumenta la motivación - Se cuenta con la ayuda de la comunicación no oral (mirada, sonrisa, actitud corporal, etc.) - Enfatiza los ambientes o situaciones en las cuales ocurre la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Queda registro. Un mensaje escrito se puede guardar y archivar. - Se puede consultar en cualquier momento y enviar a cuantas personas se desee - Brinda la oportunidad de transmitir información compleja en un formato que permite al receptor asimilarla del modo y al ritmo que quiera. - Permite que el receptor, si lo estima necesario, repita la lectura del mensaje hasta su total comprensión - Se adecua a mensajes largos - Más apropiada para comunicaciones formales
Inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> - No queda registro - Se puede olvidar. - Si el mensaje es complejo o largo se puede perder parte de la información - Puede generar confusión / entenderse mal - El mensaje puede tomarse como de menor importancia del que realmente tiene - <u>Cara a cara</u> - La gestualidad puede ser mal interpretada 	<ul style="list-style-type: none"> - Requiere más tiempo de preparación. - Requiere mayor dominio de las herramientas del lenguaje - No se obtiene una respuesta inmediata
Observaciones/ Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> - En caso de que se estime necesario guardar un registro de lo tratado en una reunión es conveniente levantar un minuta escrita. Otra posibilidad es hacer una grabación de la reunión (en audio o video) . - Los cambios operativos en las rutinas de trabajo conviene hacerlos por escrito (mail, memo, circular, etc.) - Para notificación de promociones del personal, cambio de funciones, relevos o incorporaciones utilice medios escritos. - Tenga en cuenta que existen temas que es mejor tratar personalmente - Un mensaje verbal puede ser seguido de una nota escrita lo que favorece la percepción de importancia. - Las señales no verbales suponen un mensaje 	
<p>Medios orales: Conversación cara a cara, teléfono, reuniones, presentaciones Medios escritos: E.mail, informes, cartas, comunicados escritos, gacetillas, notas, memos, etc.</p>		

Comunicación escrita: Consejos y recomendaciones

Situación	Acción	Observaciones
<u>Preparación de un mensaje escrito</u>	<p>Redacte de un modo claro y sencillo. Sea concreto Consejos básicos de redacción Escriba frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado En lo posible, evite el uso de frases subordinadas. Escriba párrafos cortos. Para pedidos, indicaciones y envíos de información utilice tiempos verbales del indicativo. Controle el uso del subjuntivo y el condicional. Arme frases simples y sepárelas con signos de puntuación (.) esto ayuda a que el destinatario comprenda el sentido del mensaje. Jerarquice la información, esto le facilitará ordenar los datos y redactarlos de manera apropiada.</p>	Muchas veces, el origen de un problema está en la mala comprensión de un texto debido problemas en su sintaxis.
<u>Antes de enviar el mensaje</u>	<p>Asegúrese que el mensaje está completo Asegúrese que expresa realmente lo que usted desea decir Asegúrese de que contiene toda la información necesaria y que refleje con precisión sus necesidades o intenciones Especifique los plazos requeridos para una respuesta, en especial si se trata de un tema urgente</p>	
<u>Al enviar un mensaje</u>	<p>Utilice el nombre de la persona la que va dirigido el mensaje. Es preferible al uso de fórmulas de cortesía, más impersonales. Salude cordialmente y firme los mensajes que envía.</p>	
<u>Envío de documentación escrita</u>	<p>Cuando envíe un documento escrito (planilla, memo, nota, etc) indique con claridad el nombre del remitente y las instrucciones.</p>	Sin este requisito el receptor puede no saber que hacer con el documento en cuestión.



DIEGO LEVIS
Estrategias de Comunicación

Comunicación escrita: Recomendaciones para el uso del correo electrónico en la empresa

<p>Consideraciones iniciales</p>	<p>El uso interno del e.mail (correo electrónico) en las empresas contribuye a agilizar la comunicación entre distintos sectores de la compañía. Para conseguir un buen aprovechamiento de las posibilidades que ofrece el email es importante evitar un uso indiscriminado de esta herramienta, que pueda llevar a una saturación en el número de mensajes recibidos. Por otro lado, es importante asegurarse de que los mensajes estén dirigidos a las personas indicadas. Para conseguir una mayor eficacia en la comunicación es fundamental establecer una categorización de los mensajes que permita a los destinatarios de los mismos conocer de una manera sencilla y rápida la importancia del mensaje recibido para poder actuar en consecuencia. Lograr esto requiere que el conjunto de la organización utilice criterios unificados en el envío y recepción de correo electrónico</p>
<p>Indicaciones básicas para hacer un uso productivo del email en la empresa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilice el apartado “ASUNTO” para indicar el tipo de mensaje, <u>de acuerdo a su objetivo e importancia</u>. 2. Cree una carpeta para los las solicitudes y demandas pendientes de respuesta y otra para los asuntos solucionados. Esto le permitirá realizar un seguimiento más sencillo de su propia tarea y le facilitará la resolución de posibles reclamos y/o malos entendidos que pudieran producirse. El trabajo ordenado y el registro son indispensables en el desarrollo de procesos y tareas que requieren la integración de varios interlocutores y áreas de la compañía.
<p>Recomendación</p>	<p>Establezca la rutina de chequear sus emails al menos dos veces al día (al llegar al trabajo y media hora antes de completar la jornada laboral). Resulta práctico como método de control para evitar la acumulación de mensajes y la demora en los plazos de respuesta. Este hábito puede también ayudarle a organizar mejor su tarea y a distinguir las prioridades con mayor facilidad.</p>



DIEGO LEVIS
Estrategias de Comunicación