

*Cuaderno de Investigación*

# **Escritura académica y empresarial. Estrategias para la elaboración de documentos**

-----  
Colección de Pedagogía





**Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN**

López Lozano, Juana Alejandra  
Escritura académica y empresarial. Estrategias para la  
elaboración de documentos [Recurso electrónico] / María  
Clemencia Silva Agudelo, John Oswaldo Moya Barreto, Juana  
Alejandra López Lozano. -- Bogotá : Universidad EAN, 2014. --  
(Libro de investigación)

63 p.

ISBN: 978-958-756-299-6

1. Escritos académicos 2. Redacción de escritos técnicos

I. Moya Barreto, John Oswaldo II. Silva Agudelo,  
María Clemencia

808.0665 CDD 23



**Edición**

Dirección Gestión del Conocimiento

**Revisor de estilo**  
Stella Correa Escobar

**Diseño y finalización**  
Karen Olivia Sandoval Rojas

Universidad EAN, Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C., Colombia, 2014

© Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN

Producido en Colombia.

## Tabla de contenido

<b>Introducción</b> .....	5
<b>1. Documentos académicos</b> .....	8
<b>1.1 El informe</b> .....	8
1.1.1 ¿Qué es?.....	8
1.1.2 ¿Cómo es?.....	9
1.1.3 ¿Para qué se hace? .....	9
1.1.4 ¿Cómo se estructura? .....	9
1.1.5 Estrategias para su elaboración .....	10
1.1.6 Ejemplo de un informe académico.....	12
<b>1.2 La reseña</b> .....	16
1.2.1 Reseña descriptiva .....	16
1.2.1.1 ¿Qué es?.....	16
1.2.1.2 ¿Cómo es?.....	16
1.2.1.3 ¿Para qué se hace? .....	17
1.2.1.4 ¿Cómo se estructura?.....	17
1.2.1.5 Estrategias para su elaboración.....	17
1.2.1.6 Ejemplo de una reseña descriptiva.....	18
1.2.2 Reseña crítica.....	20
1.2.2.1 ¿Qué es?.....	20
1.2.2.2 ¿Cómo es?.....	20
1.2.2.3 ¿Para qué se hace?.....	21
1.2.2.4 ¿Cómo se estructura?.....	21
1.2.2.5 Estrategias para su elaboración.....	22
1.2.2.6 Ejemplo de una reseña crítica.....	22
<b>1.3 El ensayo</b> .....	24
1.3.1 Ensayo expositivo.....	24
1.3.1.1 ¿Qué es?.....	24
1.3.1.2 ¿Cómo es?.....	25
1.3.1.3 ¿Para qué se hace?.....	25
1.3.1.4 ¿Cómo se estructura?.....	25
1.3.1.5 Estrategias para su elaboración.....	26
1.3.1.6 Ejemplo de un ensayo expositivo.....	26

1.3.2 Ensayo argumentativo.....	29
1.3.2.1 ¿Qué es?.....	29
1.3.2.2 ¿Cómo es?.....	30
1.3.2.3 ¿Para qué se hace?.....	30
1.3.2.4 ¿Cómo se estructura?.....	31
1.3.2.5 Estrategias para su elaboración.....	31
1.3.2.6 Ejemplo de un ensayo argumentativo.....	33
<b>2. Documentos empresariales.....</b>	<b>38</b>
<b>2.1 El informe.....</b>	<b>39</b>
2.1.1 ¿Qué es?.....	39
2.1.2 ¿Cómo es?.....	39
2.1.3 ¿Para qué se hace?.....	40
2.1.4 ¿Cómo se estructura?.....	40
2.1.5 Estrategias para su elaboración.....	41
2.1.6 Ejemplo de un informe empresarial .....	42
<b>2.2 El acta.....</b>	<b>43</b>
2.2.1. ¿Qué es?.....	43
2.2.2 ¿Cómo es?.....	44
2.2.3 ¿Para qué se hace?.....	44
2.2.4 ¿Cómo se estructura?.....	45
2.2.5 Estrategias para su elaboración.....	46
2.2.6 Ejemplo de un acta.....	47
<b>2.3 La carta.....</b>	<b>49</b>
2.3.1 ¿Qué es? .....	49
2.3.2 ¿Cómo es?.....	49
2.3.3 ¿Para qué se hace?.....	50
2.3.4 ¿Cómo se estructura?.....	50
2.3.5 Estrategias para su elaboración.....	51
2.3.6 Ejemplo de una carta comercial.....	52
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>54</b>

## Introducción

En el ámbito académico y empresarial, la producción de textos escritos es esencial para la comunicación efectiva. Sin embargo, las investigaciones ponen en evidencia la falta de articulación entre las competencias escriturales desarrolladas en el aula y las que demanda el ámbito empresarial (Arancibia & Díaz, 2002; Calderón, 2009; Hernández, 2010; Kirschner, van Vilsteren, Hummel & Wigman, 1997; Suárez & Castellanos, 2006; Valencia, 2005).

En el contexto colombiano, el dominio de las competencias comunicativas es una exigencia para los profesionales. Garantizar el desarrollo de estas competencias es un compromiso de las instituciones educativas en el proceso de perfeccionamiento de las competencias genéricas, específicamente de lectura crítica y escritura, las cuales deben fortalecerse de forma transversal desde todas las disciplinas del conocimiento y son un indicador significativo en las pruebas de Estado Saber Pro.

Como respuesta a esta problemática, “Escritura académica y empresarial: estrategias para la elaboración de documentos” busca unificar criterios para la producción de textos escritos en las distintas esferas de la Universidad EAN, especialmente en la comunidad académica. Al unificar estos criterios, este documento orientará las prácticas escriturales de mayor relevancia en la vida académica y profesional de los estudiantes, lo cual propiciará una congruencia con las demandas que hacen las empresas a los profesionales en lo que se refiere a competencia discursiva.

Los alcances del presente documento son de índole orientador y reflexivo: orientador en cuanto espera brindar algunas pautas escriturales en lo relacionado con aspectos formales y de estructura (elementos esenciales para una adecuada comprensión y planteamiento de los contenidos textuales) en textos de uso frecuente, en contextos académicos y empresariales; y reflexivo en la medida en que, desde las disciplinas específicas (campos nucleares de las distintas facultades de la Universidad), se reconozcan los lenguajes de la organización,

los códigos organizacionales y los protocolos de comunicación, en su relación con los lenguajes de las disciplinas y sus perspectivas tanto epistemológicas como profesionales.

En este trabajo se caracterizan los documentos académicos y empresariales desde categorías teóricas provenientes de la lingüística textual y la pragmática. Según esta perspectiva, los documentos se describen a partir de su intención comunicativa, su macroestructura, su superestructura, sus características y las estrategias que se deben tener en cuenta para su elaboración. Estos elementos están orientados a facilitar el uso de este material tanto en el aula como en procesos autónomos de aprendizaje.

Este documento contiene dos partes: la primera se dedica a la elaboración de los documentos académicos más frecuentes, como son el informe, la reseña descriptiva y la crítica, y el ensayo expositivo y el argumentativo; y la segunda abarca los documentos más utilizados en la redacción empresarial, tales como el informe, la carta comercial y el acta.

La selección de estos documentos surgió del análisis de las encuestas diligenciadas en el marco del proyecto de investigación “Documentos empresariales y académicos contemporáneos”, las cuales se aplicaron a la comunidad académica y a las organizaciones en las que los estudiantes de la Universidad EAN realizan sus prácticas profesionales (Silva, Moya & López, 2012).

## Documentos académicos

## 1. Documentos académicos

Gran parte de las actividades académicas que se asignan para dar reporte de lecturas, conferencias, videos o laboratorios, entre otros, se consolidan a través de la escritura. Informar de manera objetiva acerca de una actividad o un área particular del conocimiento, dar a conocer el contenido de un texto, una obra o un hecho cultural proponiendo o no un punto de vista crítico, y precisar con argumentos sólidos la postura que se tenga frente a un tema determinado, son intenciones comunicativas que se concretan en textos académicos como el informe, la reseña crítica y la descriptiva, y el ensayo expositivo y el argumentativo.

Entre las características más relevantes del texto escrito en el ámbito académico, están la cohesión, la coherencia y la adecuación, que se refieren, respectivamente, a la calidad en la estructura, a la disposición acertada de las ideas y al uso de registros adecuados según el contexto comunicativo. Por lo tanto, garantizar la elaboración de textos académicos que reúnan estas características permite que haya claridad en la expresión de las ideas.

Si bien en este documento se trabaja principalmente en la definición y las pautas de elaboración de los textos mencionados, es en el interior de cada disciplina donde se construyen las ideas y el conocimiento que puede ser concretado en este tipo de escritos académicos.

### 1.1 El informe

#### 1.1.1 ¿Qué es?

En el ámbito académico, el informe es un texto expositivo-informativo que se escribe en prosa y que presenta, de manera objetiva, hechos y datos recopilados por su autor con el objetivo de respaldar conclusiones o generar recomendaciones que sean de trascendencia para comprender una problemática específica o responder a inquietudes concretas frente a un tema particular (consultas técnicas o requerimientos procedimentales).

#### 1.1.2 ¿Cómo es?

Las características del informe académico son las siguientes:

- Expresa ideas de manera enunciativa. Es así como, a partir de afirmaciones o negaciones, dirige una mirada objetiva respecto a la información suministrada y a los hechos relacionados con el tema que se aborda en el escrito.
- Da cuenta de información específica y detallada que permite comprender suficientemente la naturaleza del problema o tema en cuestión, así como los factores que lo componen y sus características.
- No surge de la inspiración espontánea del autor, sino que obedece a la solicitud de un destinatario determinado.
- Según el propósito comunicativo que oriente su elaboración, así como los procesos discursivos que se empleen para presentar los hechos, el informe puede catalogarse como interpretativo (analiza e interpreta hechos con la intención de extraer conclusiones y generar recomendaciones específicas), expositivo (presenta hechos concretos con base en la descripción de los antecedentes que dieron origen a la información) o demostrativo (se estructura a partir de una tesis, su demostración y las conclusiones del caso).

#### 1.1.3 ¿Para qué se hace?

El informe es un texto cuya intención comunicativa es dar a conocer, de manera objetiva, aspectos relacionados con un área específica del conocimiento, de tal modo que se brinde al interlocutor una mirada clara, concreta y profunda de la temática o la situación problema que ha suscitado su escritura.

#### 1.1.4 ¿Cómo se estructura?

El informe, en cuanto texto expositivo-informativo, consta de las siguientes partes:

- Portada.
- Tabla de contenido.
- Tabla de ilustraciones y anexos.
- Resumen ejecutivo.
- Introducción: se mencionan el tema, los antecedentes y los objetivos que propiciaron su escritura; se esboza el horizonte teórico y metodológico empleado.
- Desarrollo.
  - Conceptualización.
  - Descripción y desarrollo de temas.
- Cierre.
  - Conclusiones: se indica hasta qué punto se cumplieron los objetivos.
  - Recomendaciones.
- Referencias bibliográficas.

### 1.1.5 Estrategias para su elaboración

- Antes de redactar el informe, acuda a distintas fuentes de información que le permitan documentarse frente al tema que se desarrollará en el escrito.
- Elabore un plan de escritura que le sirva de guía para la redacción del informe. En este esquema, preocúpese por identificar el objetivo que orienta la elaboración del escrito, delimite el tema central, analice la situación comunicativa que motivó la escritura del informe (destinatarios, efectos, contexto social) y estructure el mensaje: introducción, ideas principales y cierre.

- Complemente el desarrollo del tema o problema que motiva la escritura del informe con estadísticas, cifras, comparaciones, citas de autores reconocidos, analogías y situaciones de la cotidianidad que no solo le permitan ilustrar suficientemente la información presentada, sino que también contribuyan a la comprensión del lector.
- Tenga en cuenta que el propósito que orienta la elaboración de un informe es dar a conocer, de manera objetiva y completa, los elementos esenciales que se relacionan con un tema o problema particular. Por lo tanto, es fundamental que usted acuda a procedimientos de descripción, explicación, definición conceptual y exposición.
- Evite adoptar un punto de vista subjetivo respecto al tema o problema que guía el desarrollo del escrito. Privilegie la perspectiva objetiva, los hechos y los datos concretos, las cifras, las estadísticas y la información susceptible de comprobación.
- Emplee un estilo directo, en el que predomine la presentación clara, sencilla y precisa de ideas y hechos concretos. Prefiera párrafos cortos y oraciones simples.
- Conceda a la información un orden jerárquico que favorezca la comprensión y la coherencia del escrito.



1.1.6 Ejemplo de un informe académico

A continuación se ilustran apartes del “Informe de la misión académica a Lima (Perú)”, presentado por el estudiante (en 2012-II) Sebastián Miranda, del programa de Administración de Empresas de la Universidad EAN¹.

Resumen ejecutivo

Este informe tiene como objetivo presentar las interpretaciones y deducciones que surgieron del análisis de los temas tratados y las experiencias vividas en el marco de una experiencia internacional académica en Perú.

Se determinó la importancia de indagar y profundizar en el entorno económico, político, social y cultural de este país, así como profundizar y entender el panorama macroeconómico del Perú en comparación con Colombia; en este sentido, se pone en evidencia que ambas son naciones en un proceso de reactivación económica, pero a su vez en la búsqueda de un desarrollo que proporcione un panorama más alentador. Se ahonda en este tema con el ánimo de tener una visión más clara del país visitado en temas como el comercio exterior y su logística, sus principales modelos agroexportadores y sus ventajas, la importancia del posicionamiento de una marca, la trascendencia del emprendimiento, las estructuras y los modelos de pymes tanto en Perú como en Colombia, entre otros aspectos observables.

En el análisis se puede observar que Perú es un país que, pese a tener unas dificultades marcadas en la historia, ha sido una región que ha tomado caminos acertados para lograr un crecimiento reconocido globalmente.

Finalmente, es importante mencionar que este informe toma como punto de partida una experiencia internacional que, desde el ámbito académico, es un espacio que se da para adoptar una visión global de los temas de gestión y administración, pero también para conocer la cultura y profundizar en la trayectoria de una nación. Con esta experiencia académica fue posible comparar dos naciones que son similares en términos de cultura y raíces, que geográficamente comparten ciertas características y que han tenido que superar crisis similares.

¹ Trabajo de grado en la modalidad de informe de experiencia internacional.

Desarrollo

Perú es un país que goza de una ubicación geográfica que le ha permitido desarrollar la agroindustria a través de los años con ciertas ventajas competitivas que otras regiones no tienen. Es importante destacar que el principio mismo del comercio indica que los países deben enfocar sus esfuerzos en producir todo aquello en lo que son más competentes y buscar los acuerdos necesarios para promover intercambios comerciales, puesto que no hay región o país que pueda ser autosuficiente en todo sentido y abastecer totalmente su demanda de recursos.

Ahora bien, gracias a la guía del ingeniero Fausto Robles, gerente de Agroconsult S.A.C., se ha logrado identificar que el Perú no solo cuenta con una ubicación geográfica privilegiada; también tiene climas relativamente estables, maneja una calidad alta en sus productos, los ecosistemas son favorables, tiene enorme biodiversidad, largas temporadas de cosecha y disponibilidad de mano de obra, entre otros. De igual forma, el Ing. Robles hace énfasis en las condiciones de ventaja que se presentan al tener intensidad en la radiación solar, y explica que “la luz solar es la energía de la fotosíntesis, proceso por el cual las plantas sintetizan azúcares y compuestos superiores” (Robles, s.f.). De esta manera, señala que la fotosíntesis es sinónimo de productividad y calidad. Por tanto, el Perú, al encontrarse en el trópico, goza de una intensidad que promueve el proceso natural.

... Conjuntamente, la proporción en la que los productos agrícolas modernos han venido aumentando su producción ha sido muy significativa. La AGAP nos indica, en su informe “Contribución e impactos de la agricultura moderna al desarrollo del Perú”, que la variación anual... de productos principalmente exportados, como el espárrago, el mango, la palta y la uva, ha sido con promedios de entre el 19% y el 36%, con lo cual la producción acumulada, comparando el año 2000 con el 2010, arroja que la producción ha aumentado entre un 99% y un 162% para el caso del espárrago y la uva respectivamente.

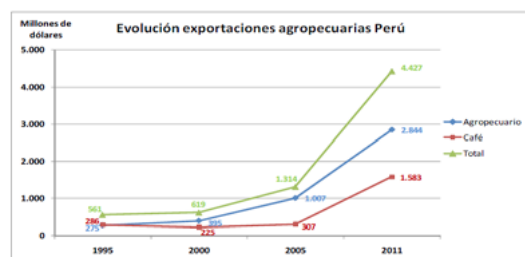
Producto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Var. 2000 - 2010	Var. prom. anual
Espárrago	168,357	181,533	183,104	189,601	192,533	206,026	259,954	284,103	326,374	313,880	335,209	99.1%	19.9%
Mango	125,185	144,914	179,627	196,490	277,899	235,406	320,267	294,440	322,721	167,008	454,330	262.9%	36.3%
Palta	63,671	93,459	94,236	99,975	108,460	103,417	113,259	121,720	136,303	157,415	194,370	120.4%	22.0%
Uva	107,035	127,516	135,530	145,966	155,445	169,540	191,642	196,804	223,371	264,367	280,468	162.0%	26.2%

Fuente: FAOSTAT

Fuente. AGAP (2012).

## Desarrollo

Ahora bien, es de precisar que el aumento en esta producción se da para abastecer el auge en las exportaciones, con lo cual vale la pena ilustrar lo planteado por Richard Webb en su trabajo “La nueva economía rural del Perú”, donde señala el comportamiento de las exportaciones agropecuarias y discrimina el monto en millones de dólares tanto de exportaciones agropecuarias (2844) como de exportaciones de café (1583), que suman un total de 4427 millones de dólares. Recordando un poco el nivel total de exportaciones del Perú para el año 2011, estamos hablando de que este rubro representa el 9.84% del total de las exportaciones.



Fuente. Webb (2012).

Si bien la producción ha aumentado junto con las exportaciones, el terreno para la producción también es un factor que se debe ampliar para satisfacer la demanda. Por eso la AGAP informa que, para los productos principales de exportaciones, los terrenos se han ampliado a razón de entre un 7% y un 8%, lo cual en hectáreas hace referencia a una ampliación que totaliza más de 88 000 hectáreas. Así mismo, existen proyectos como el Proyecto Alto Piura o el Proyecto Majes, que tienen como finalidad, junto con otros existentes, proporcionar alrededor de 236 000 hectáreas para expandir la frontera agrícola.

## Conclusión

Perú realiza una tarea eficiente en términos de agroexportaciones a nivel mundial y se caracteriza por aprovechar sus ventajas competitivas, como el clima favorable, las temporadas largas de cosecha y la intensidad solar que impulsa la fotosíntesis, entre otras, para incursionar en mercados emergentes que aprecian el valor de los productos de alta calidad; principalmente mercados de gran tamaño, como el sur de Asia. Aunque el crecimiento en las agroexportaciones ha sido grande, todavía hay falencias en el sistema en términos de estructura y crédito, por lo que se debe seguir buscando soluciones y alternativas innovadoras.

## Conclusión

Los tratados de libre comercio son indispensables para promover el comercio exterior y la evolución positiva de los diferentes sectores de la economía, porque no solo reducen los costos arancelarios, sino que proporcionan acceso a tecnologías de punta e innovaciones, fortalecen las ventajas competitivas, generan estabilidad social por la reducción de desempleo y promueven un ambiente transparente de negociación.

Vale la pena afirmar que la experiencia internacional en Perú ha proporcionado desde lo vivencial un panorama claro de su crecimiento, entendiendo hechos relevantes como las políticas monetarias del Banco Central, implementadas para mitigar riesgos e incentivar oportunidades; el crecimiento constante del PIB y el control sobre su inflación en los últimos periodos; el incremento en sus exportaciones gracias a la implementación de políticas, estructuras, agrupaciones, productos y demás; la consolidación de tratados internacionales; las ventajas competitivas del Perú; los impactos en la sociedad de todo ese auge; la reactivación económica; el reconocimiento internacional como una economía emergente; su actividad empresarial, su riqueza histórico-cultural y su diversidad étnica, entre otros factores.

## Referencias bibliográficas

AGAP - Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (2012). Contribución e impactos de la agricultura moderna al desarrollo del Perú. Recuperado de <http://www.apoyoconsultoria.com>

Robles R., F. (s.f.). Retos externos e internos de la agroexportación. Recuperado de <http://www.agro.pe/intranet/sesiones/6>

Webb, R. (2012). La nueva economía rural del Perú. Recuperado de [http://www.agrobanco.com.pe/pdf\\_cpc/laNuevaEconomiaRural](http://www.agrobanco.com.pe/pdf_cpc/laNuevaEconomiaRural)



## 1.2 La reseña

En el ámbito académico, la reseña es un escrito que describe, analiza o valora el contenido de un libro, un capítulo, un artículo, etc. No solo presenta las ideas esenciales del texto reseñado, sino también los aspectos más interesantes abordados en este. Según la forma como se presente dicho contenido, una reseña puede ser descriptiva o crítica.

### 1.2.1 Reseña descriptiva

#### 1.2.1.1 ¿Qué es?

La reseña descriptiva es un escrito que presenta, de manera objetiva, el contenido del texto reseñado. Debe referir sus ideas principales sin opinar sobre ellas, tal como aparecen; por eso algunos la llaman resumen.

#### 1.2.1.2 ¿Cómo es?

Las características de la reseña descriptiva son las siguientes:

- Expone las ideas de manera enunciativa, pues solamente informa sobre el contenido de un texto.
- Da a conocer solo las ideas esenciales del texto reseñado.
- Contiene los datos bibliográficos, así como el género, las partes y la estructura discursiva, del texto que se reseña.
- Usualmente presenta, al comienzo, información sobre el autor del texto reseñado.

#### 1.2.1.3 ¿Para qué se hace?

La intención comunicativa de la reseña descriptiva es dar a conocer el contenido de un texto a través de sus ideas principales y absteniéndose de opinar, ya que su propósito no es emitir juicios de valor, sino solo presentar un contenido tal como aparece. Es un escrito que sirve para informar brevemente sobre el contenido de un texto a quien esté interesado y, en el ámbito académico, es útil como herramienta de control de lectura y de revisión de literatura en trabajos de investigación.

#### 1.2.1.4 ¿Cómo se estructura?

La reseña descriptiva consta de las siguientes partes:

- Encabezamiento: se relacionan los datos bibliográficos completos del texto que se reseñará.
- Presentación: se da información sobre el autor del texto que se va a reseñar y se habla del género al que este pertenece, así como su estructura discursiva.
- Resumen expositivo: por un lado, se refieren las partes en que se divide el texto que se reseña y, por otro, se presentan, de manera objetiva, las ideas esenciales.
- Conclusiones: se exponen aquellas a las que llega el autor del texto reseñado.

#### 1.2.1.5. Estrategias para su elaboración

- Revise previamente la estructura del texto que reseñará: título, subtítulo, índice, prólogo, etc. De esta manera usted podrá orientarse sobre el propósito del texto y otros datos complementarios (como los bibliográficos).
- Lea analítica y comprensivamente el texto, tomando nota de los aspectos más relevantes y organizando las ideas principales.

- Redacte su reseña descriptiva teniendo en cuenta las partes de las que consta (expuestas en 1.2.1.4).
- No se aparte nunca de la objetividad y sea fiel al contenido del texto que está reseñando.

### 1.2.1.6 Ejemplo de una reseña descriptiva

La siguiente reseña descriptiva fue elaborada por Paula Andrea Aguirre, estudiante de segundo semestre (en 2012-II) del programa de Lenguas Modernas de la Universidad EAN<sup>2</sup>.

<b>Encabezamiento</b>	Uribe-Álvarez, G. & Camargo-Martínez, Z. (2011). "Prácticas de lectura y escritura académicas en la universidad colombiana". Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación, 3 (6), pp. 317-341.
<b>Presentación</b>	Graciela Uribe-Álvarez y Zahira Camargo-Martínez son docentes de la Universidad del Quindío. Palabras clave: prácticas de lectura y escritura académicas, investigación, educación superior.
<b>Resumen expositivo</b>	<p>El propósito fundamental de este recorrido es dar a conocer, a los docentes del ámbito universitario de diversas disciplinas, las formas como otros profesores intentan cualificar su ejercicio profesional y los resultados que la puesta en práctica de algunas teorías, estrategias y técnicas han tenido sobre el desarrollo de competencias lectoras y escritoras en sus estudiantes. Además, pretende evidenciar la preocupación que generan en los docentes las falencias detectadas en los procesos lectores y escritores de sus estudiantes y, por ende, la necesidad de encontrar soluciones a una problemática que está muy relacionada con la forma como se aprende, se enseña y se genera conocimiento.</p> <p>Este artículo de revisión presenta el análisis de algunas prácticas de lectura y escritura académicas en la universidad colombiana, conocidas por diversos medios (bases de datos,</p>

<sup>2</sup> Ejercicio académico presentado en la unidad de estudio Competencias Comunicativas I.

<b>Resumen expositivo</b>	<p>memorias en páginas web y en CD-ROMs de congresos, coloquios, encuentros y seminarios). Pretende aportar a la reflexión y el diálogo académico entre profesionales de la educación, a partir de experiencias en campos problemáticos específicos. Los resultados se sustentan en el análisis de cuarenta trabajos de investigación (algunos de ellos se reseñan) en los que es posible identificar: (1) temática, (2) institución, (3) población sujeto, (4) situación problemática, (5) reconocimiento de los marcos teóricos de referencia y explicitación de la metodología, y (6) presentación de resultados. Esta revisión, enmarcada en la investigación interinstitucional financiada por Colciencias "¿Para qué se lee y escribe en la universidad colombiana? Un aporte a la consolidación de la cultura académica", busca exponer las problemáticas que, de manera particular, han reconocido los diferentes investigadores y sus grupos con el propósito de mostrar cómo esta investigación interinstitucional acoge inquietudes e interrogantes, en relación con los procesos lectores y escritores en la educación superior.</p> <p>Como metodología, durante dos semestres y en la semana de inducción, las investigadoras aplicaron pruebas consistentes en la resolución de cinco preguntas abiertas, a partir de la lectura de un texto corto (990 palabras) y sencillo de carácter expositivo-argumentativo, al 55.7% de los estudiantes que ingresaron, por primera vez, en la Universidad Tecnológica de Pereira, a las diferentes carreras y jornadas. El porcentaje mencionado es alto, ya que una muestra aleatoria podría hacerse con el 10% o el 20%. Sin embargo, aprovecharon las circunstancias para garantizar la mayor participación de los estudiantes en condiciones ambientales semejantes, con el fin de obtener un corpus amplio que sirviera de herramienta para continuar las investigaciones en torno a un tema que preocupa en los ámbitos académicos regionales y mundiales. La prueba realizada no se limitó a ofrecer respuestas de opción múltiple que pudieran llevar a que los estudiantes optaran, en muchos casos, por adivinar la respuesta; por el contrario, dio la posibilidad de que los estudiantes construyeran su respuesta de manera espontánea, con libertad para argumentar sus puntos de vista y posiciones, para manejar la inferencia, hacer uso de sus conocimientos previos y, en fin, expresar la comprensión del texto por medio de su escritura.</p>
---------------------------	---

## Conclusiones

Las investigadoras concluyen que los procesos de lectura y escritura en la educación superior deben ser concebidos desde una perspectiva de la producción del conocimiento para el desarrollo científico, académico y tecnológico, de manera que el estudiante comprenda que es un proceso personal con capitales repercusiones sociales, laborales, profesionales y humanas.

## 1.2.2 Reseña crítica

### 1.2.2.1 ¿Qué es?

La reseña crítica es un escrito expositivo-argumentativo que presenta valorativamente el contenido del texto reseñado. El redactor, además de referir las ideas principales, reflexiona y opina al respecto, al tiempo que resalta los aspectos interesantes.

### 1.2.2.2 ¿Cómo es?

Las características de la reseña crítica son las siguientes:

- Expone las ideas de manera enunciativa y argumentativa, dado que, además de informar sobre el contenido de un texto, busca persuadir sobre sus virtudes o sus defectos.
- Da a conocer solo las ideas esenciales del texto reseñado.
- Contiene los datos bibliográficos, así como el género, las partes y la estructura discursiva, del texto que se reseña.
- Usualmente presenta, al comienzo, información sobre el autor del texto reseñado.
- Expresa juicios de valor y opiniones sobre el texto que se reseña.

### 1.2.2.3 ¿Para qué se hace?

La intención comunicativa de la reseña crítica es, por un lado, dar a conocer el contenido de un texto a través de sus ideas principales y, por otro, emitir y sustentar opiniones o juicios de valor sobre este, ya que su propósito es convencer al lector de los aspectos favorables o desfavorables del documento reseñado. Es un tipo de escrito de gran relevancia porque, además de informar brevemente sobre el contenido de un texto, sirve para saber cómo este es percibido por la crítica.

### 1.2.2.4 ¿Cómo se estructura?

La reseña crítica consta de las siguientes partes:

- Encabezamiento: se relacionan los datos bibliográficos completos del texto que se reseñará.
- Presentación: se da información sobre el autor del texto que se va a reseñar y se habla del género al que este pertenece, así como su estructura discursiva.
- Resumen expositivo: se refieren las partes en que se divide el texto que se reseña y se presentan sus ideas esenciales.
- Comentario argumentativo: se emiten opiniones y juicios de valor sustentados sobre el texto que se reseña, resaltando sus aspectos interesantes.
- Conclusiones: se exponen aquellas a las que llega el reseñador sobre el texto reseñado.

### 1.2.2.5 Estrategias para su elaboración

- Revise previamente la estructura del texto que reseñará: título, subtítulo, índice, prólogo, etc. De esta manera usted podrá orientarse sobre el propósito del texto y otros datos complementarios (como los bibliográficos).
- Lea analítica y comprensivamente el texto, tomando nota de los aspectos más relevantes y organizando las ideas principales.
- Planifique sus opiniones y juicios de valor sobre el texto leído. Plantee los argumentos que sustentarán dichos juicios y cerciórese de que sean fuertes.
- Redacte su reseña crítica teniendo en cuenta las partes de las que consta (expuestas en 1.2.2.4). Deje claro que la valoración que usted hace constituye su punto de vista sobre el texto que reseña, lo cual quiere decir que el lector puede generarse el suyo propio.
- Guíese por la justicia y la imparcialidad en la valoración que haga sobre el texto reseñado. El comentario argumentativo puede ir después del resumen expositivo o presentarse alternativamente con este.

### 1.2.2.6 Ejemplo de una reseña crítica

La siguiente reseña crítica fue elaborada por Rodrigo Sandoval y publicada en la Revista EAN<sup>3</sup>.

<b>Encabezamiento</b>	Isaacson, W. (2011). Steve Jobs: la biografía. México: Debate.
<b>Presentación</b>	Entender a Steve Jobs, el dueño de Apple Computer, no es tarea fácil. Lo es menos por el hecho de que se trata de un hombre multifacético y complejo. Para Walter Isaacson, Steve Jobs tiene al menos dos facetas muy importantes: el hombre de negocios y el artista. Dicho por el mismo Jobs: “Entonces leí algo que había dicho uno de mis héroes, Edwin Land, de Polaroid, acerca de la importancia de la gente capaz de mantenerse en el cruce entre las humanidades y las ciencias, y decidí que eso era lo que quería hacer”.

<sup>3</sup> La reseña mencionada puede ser consultada en la Revista EAN 72 enero-junio de 2012.

<b>Presentación</b>	A lo largo de la biografía de Steve Jobs, el autor explora los orígenes del hombre y nos ofrece, al mismo tiempo, una visita guiada por el desarrollo de la tecnología. Desde los inicios en el Valle del Silicio, las primeras computadoras —una de ellas la Mac I, desarrollada en el garaje de los padres de Jobs—, hasta la alianza entre Apple y la industria musical con el lanzamiento del iTunes Store.
<b>Resumen expositivo</b>	<p>Isaacson nos lleva a entender el origen de productos tan innovadores como el iPod, que revolucionó el mundo de la música; fue concebido por Jobs y su equipo de trabajo para cambiar la manera de escuchar música y comercializarla a través de un equipo portátil, reduciendo así la piratería y generando un negocio de contenidos tanto para las marcas más importantes como para su propia industria, lo cual atraería nuevos clientes que adquirirían sus equipos. Dice Jobs: “[E]l iPod se convirtió en la esencia de todo lo que Apple estaba destinado a ser: poesía conectada con ingeniería” (p. 393).</p> <p>Jobs no era un gran matemático (p. 566), dice Isaacson, sino alguien que tenía la sensibilidad de un artista y el colmillo de un emprendedor, alguien que podía “oler” lo que venía y que podía ofrecerlo a los consumidores. “La mejor manera de predecir el futuro es inventarlo”, dijo Jobs citando a Alan Kay (p. 95).</p>
<b>Comentario argumentativo</b>	<p>La biografía que nos ofrece Walter Isaacson retrata una parte de la historia actual. No solo porque delinea cuidadosamente a Steve Jobs y su mundo, sino porque ofrece una contribución para entender cómo paulatinamente nos fuimos haciendo más dependientes de las máquinas, esa transformación social en la que los seres humanos fuimos avanzando en la tecnología y la innovación al crear nuevos aparatos que supuestamente hicieran nuestra vida más sencilla.</p> <p>Es la biografía acerca de cómo estos veinte años han transformado drásticamente la forma en que consumimos, ahora contenidos digitales, mañana quién sabe. Nos resume cómo Apple invadió nuestras vidas comenzando por nuestro escritorio y terminando en la sala de estar, en la mano del teléfono o en el reproductor de música. Dice Jobs: “Pienso que usted todavía tiene que pensar diferentemente para comprar una Apple... La gente que la compra piensa</p>

<b>Comentario argumentativo</b>	diferente. Ellos son los espíritus creativos en este mundo y están por cambiar el mundo. Nosotros hacemos herramientas para ese tipo de gente” (p. 322)
<b>Conclusión</b>	En suma, la vida de Jobs muestra una ventana de cómo podríamos mirar el mundo de la tecnología bajo la lente de uno de los hombres clave, que con sus ideas, su tenacidad y su ingenio revolucionó la manera como se construye una empresa de tecnología, se crean innovaciones, se inventan mercados de la nada y se convierte en una empresa tan exitosa y perdurable que conviene voltear los ojos a ella para entender sus buenas prácticas, su estrategia y la forma en que logró sus metas; y para ello la mejor manera es adentrarnos en la vida de su fundador y líder: Steve Jobs.

## 1.3 El ensayo

El ensayo es un escrito en el que el autor expone su interpretación sobre un tema determinado de cualquier índole. Generalmente es breve y, dado que en él prevalece el punto de vista de quien lo escribe, se caracteriza por lo personal y subjetivo. Aunque existen varias clases de ensayos según la perspectiva que adopte el autor, su intención comunicativa, la estructura y el contenido, en el ámbito académico se destacan dos: el expositivo y el argumentativo.

### 1.3.1 Ensayo expositivo

#### 1.3.1.1 ¿Qué es?

El ensayo expositivo es un escrito en el que se divaga acerca de un tema determinado. Sin embargo, esta divagación debe ser interesante para el lector, así que el autor tiene que sacar sus mejores dotes de escritor para lograrlo.

#### 1.3.1.2 ¿Cómo es?

Las características del ensayo expositivo son las siguientes:

- Expone las ideas de manera enunciativa y muy libre.
- Presenta información sobre el tema en cuestión y se la matiza con una interpretación propia.
- Ofrece opiniones personales pero interesantes.

#### 1.3.1.3 ¿Para qué se hace?

El ensayo expositivo tiene como propósito exponer ideas sobre un tema determinado y sirve para que el autor exprese libremente sus puntos de vista al respecto, ya que no cuenta con una estructura tan específica como la del ensayo argumentativo. Dado que su escritura debe ser esmerada, constituye para el lector una forma amena de conocer una perspectiva sobre un tema específico.

#### 1.3.1.4 ¿Cómo se estructura?

El ensayo expositivo consta de las siguientes partes:

- Introducción: se hace un planteamiento que suscite el interés del lector, que lo cautive. Puede ser a través de una opinión, un interrogante o una metáfora.
- Desarrollo: se presenta información sobre el tema en cuestión y, alternativamente, se exponen las ideas que se tengan al respecto. Se las debe plantear de manera contundente.
- Conclusión: se cierra el escrito retomando ideas, sacando consecuencias o generando reflexiones.



### 1.3.1.5 Estrategias para su elaboración

- Elija un tema básico que sea de su interés y haga una asociación libre de ideas relacionadas con él.
- Haga un plan esquemático de los aspectos que usted quiera plantear en su escrito sobre el tema en cuestión.
- Redacte su ensayo expositivo con un estilo propio, teniendo en cuenta las partes de las que consta (expuestas en 1.3.1.4).
- Independientemente del estilo que caracterice su escritura, este texto debe contar con una claridad y una concisión tales que, a través de ellas, se muestre la autenticidad del pensamiento que usted está plasmando.
- Use términos precisos, que no sean ambiguos. Evite las palabras rebuscadas y el uso descuidado de sinónimos.
- Cuide la relación lógica de las ideas, ya que su escrito debe ser coherente.
- Durante el proceso de elaboración de su ensayo expositivo, no descuide nunca el plano del contenido (los conceptos que se plantean) ni el de la forma (la expresión lingüística que se adopta).

### 1.3.1.6 Ejemplo de un ensayo expositivo

El siguiente ensayo expositivo fue escrito por Natalia Carolina Caicedo, estudiante de segundo semestre (en 2012-II) del programa de Lenguas Modernas de la Universidad EAN<sup>4</sup>.

<b>Título</b>	Ecología: lenguaje ignorado por la sociedad
<b>Introducción</b>	Desde mediados del siglo XX, se ha incrementado la preocupación ambiental como respuesta al primer hecho de contaminación registrado, que...

<sup>4</sup> Ejercicio académico presentado en la unidad de estudio Competencias Comunicativas II.

<b>Introducción</b>	<p>Sucedió en la bahía de Minamata, en Japón, donde se asentaba la planta química de la empresa Chisso, que para deshacerse de sus residuos de mercurio los arrojó a las aguas, contaminando peces, pescadores y habitantes. Entre 1965 y 1968 más de mil personas murieron y muchas más tuvieron enfermedades congénitas. (La ecología como lenguaje universal, s.f.)</p> <p>Después de acontecimientos como este, se empieza una discusión a nivel internacional en torno al medio ambiente, su importancia y las repercusiones que genera su manejo. Sin embargo, estos debates han presentado desde sus inicios un problema centrado en el mal uso del lenguaje a causa de diversos factores (desconocimiento del tema, medios de comunicación desinformados, trampas sociales, etc.), lo cual ha hecho que campañas y otras actividades creadas con el fin de avivar la conciencia social y ambiental sean desaprovechadas o poco efectivas.</p>
<b>Desarrollo</b>	<p>Aunque ecología y ecologismo sean términos relacionados, no significan lo mismo. Se parte de la idea de que en la ecología el objetivo principal no es proteger ni defender el medio ambiente, sino que se refiere a un “estudio de todas las complejas interrelaciones que Darwin consideraba como condiciones de la lucha por la existencia” (Haeckel, citado por González, 2005). A su vez...</p> <p>El medio ambientalismo propiamente dicho, que tiene sus raíces en la obra Silent Spring de Rachel Carson, y que combina una defensa activa de la naturaleza con el uso de los medios de comunicación de masas para la difusión de tales acciones o la participación en organizaciones no gubernamentales, se popularizó en nuestro idioma como ecologismo (González, 2005).</p> <p>Sin embargo, este no es el único problema que se relaciona con el tema, ya que existe uno inclusive mencionado en la citación anterior y que involucra los medios de comunicación de masas y sus múltiples frustraciones a la hora de provocar o generar conciencia y cultura ambiental; y es por el hecho de no tener en cuenta que “para que el ser humano amplíe su visión global y con ella genere un plan de acción con objetivos fijos, tiene que haberse imaginado un triángulo que involucra al lenguaje, el pensamiento y la realidad” (Bojacá, 2006).</p>



<b>Desarrollo</b>	<p>... Así mismo, los medios de comunicación masivos, al intentar imponer una cultura ambiental, han convertido los problemas ambientales en una moda; esto se debe al uso inadecuado de herramientas comunicativas como los eslóganes, que muchas veces se vuelven algo característico de una marca, e incluso contradictorio, pues son patrocinados o, mejor, representados por empresas generadoras de contaminación. Con casos como este se puede ver que “existe una fe ciega en una ciencia y tecnología, postulándose que los problemas ambientales exigen únicamente soluciones técnicas” (Gudynas &amp; Evia, 1995).</p> <p>... No obstante, los medios de comunicación no son los únicos culpables; también hay que incluir el gigantismo urbano, los niveles precarios de educación ambiental y, a su vez, el desconocimiento de los derechos ambientales, hechos que al unirse revelan una causa principal de la falta de conciencia ambiental y ecológica. Desde que empezaron los debates sobre la importancia del medio ambiente, no se ha tenido en cuenta que “ya no bastará con diagnosticar el daño que minuto a minuto el ser humano le causa al planeta, sino difundir los mecanismos para protegerlo” (González &amp; Enciso, 1991).</p> <p>Pero para poder difundir estos mecanismos hay que empezar por la educación de los seres humanos. “El reto para los ambientalistas consiste en exponer su caso en un lenguaje que puedan entender los directivos de las empresas. Para estos últimos el reto consiste en escuchar” (Biervliet, 2000). Este ejemplo no solo va dirigido a las empresas, sino a todo aquel que desee ser partícipe del cambio.</p>
<b>Conclusión</b>	<p>En términos generales, el lenguaje empleado actualmente para enfrentar los problemas ambientales se asemeja al juego del teléfono roto, en el que constantemente se distorsiona la comunicación debido a que uno de los interlocutores no supo escuchar o, en cambio, escuchó lo que no quería oír y lo transformó a beneficio propio. Irónicamente los medios de comunicación son los que en muchas ocasiones personifican al individuo y, por lo tanto, en cierta medida son los causantes de que la desinformación habite en los hogares de la población ingenua e incrédula, la cual está cegada por espectáculos amarillistas diseñados como barrera informativa, espejismos en los que se ahoga la necesidad de saber la verdad y vivir la realidad.</p>

<b>Conclusión</b>	<p>Para romper los hilos que nos manipulan a través de la comunicación de masas, hay que reflexionar acerca de las acciones que cotidianamente estamos realizando y las consecuencias que directa o indirectamente repercuten en el equilibrio ambiental. El lenguaje informativo debe ser empleado por todos los habitantes de este planeta, y, por lo tanto, debemos dejar a un lado las ideologías individualistas, que son las que nos impiden hacer parte del cambio.</p>
<b>Referencias bibliográficas</b>	<p>Anónimo (s.f.). La ecología como lenguaje universal. Recuperado de <a href="http://econciencia1.galeon.com/articulo1.htm">http://econciencia1.galeon.com/articulo1.htm</a></p> <p>Biervliet, J. H. (2000). La ecología humana: una perspectiva sociológica. Revista Universidad de Medellín, (71), pp. 8-14.</p> <p>Bojacá Acosta, J. (2006). Sociedad global, ciencia social y lenguaje. Bogotá: Logos-edit.</p> <p>González Iturriaga, C. &amp; Enciso Revelo, M. (1991). La defensa del medio ambiente y la ecología. Nueva Frontera, (842), pp. 21-23.</p> <p>González O., J. A. (2005). Reflexiones sobre el uso del lenguaje en ecología, medio ambiente y biología de la conservación. Elementos: Ciencia y Cultura, 12 (57), pp. 3-11.</p> <p>Gudynas, E. &amp; Evia, G. (1995). Ecología social: manual de metodologías para educadores populares. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.</p>

### 1.3.2 Ensayo argumentativo

#### 1.3.2.1 ¿Qué es?

El ensayo argumentativo es un escrito en el que se defiende una tesis (punto de vista) frente a un tema de carácter polémico, es decir, uno que suscite discusión y opiniones contrapuestas. Obviamente dicho

tema está enmarcado en un contexto histórico determinado, pues así como en el pasado hubo temas polémicos que ya no lo son en el presente, así mismo en la actualidad hay temas polémicos que podrían dejar de serlo en el futuro. Para efectos prácticos, basta con que el tema en cuestión realmente sea polémico en el momento en que se escribe el ensayo.

### 1.3.2.2 ¿Cómo es?

Las características del ensayo argumentativo son las siguientes:

- Expone las ideas de manera argumentativa y las estructura en un esquema fijo, ya que es un tipo de escrito que cuenta con las categorías propias de un texto argumentativo.
- Presenta el tema en cuestión, explicita el problema que se da al respecto (esto es, la polémica) y plantea una tesis (es decir, un punto de vista frente a dicho problema), la cual será defendida argumentativamente durante el desarrollo del escrito.
- Ofrece argumentos que se caracterizan por la rigurosidad lógica.
- Su tono discursivo es claramente persuasivo.

### 1.3.2.3 ¿Para qué se hace?

El objetivo del ensayo argumentativo es defender una tesis de tal manera que el lector termine convencido de ella. Es un tipo de escrito muy importante porque promueve no solo el desarrollo del pensamiento por medio de la reflexión, el análisis y la síntesis, sino también el estudio y la búsqueda de información con miras a la construcción de conocimiento. Este proceso permite que se fortalezca la habilidad lectoescritora.

### 1.3.2.4 ¿Cómo se estructura?

El ensayo argumentativo consta de las siguientes partes:

- Introducción: se presenta el tema, se explicita el problema (polémica que suscita el tema) y se plantea la tesis (punto de vista del autor frente a la polémica suscitada). Esta introducción debe escribirse de tal manera que logre despertar el interés del lector.
- Desarrollo: se demuestra argumentativamente la tesis planteada. Durante el desarrollo se debe presentar no solo los argumentos que aduce el autor para defender su tesis (razonamientos, pruebas, citas, ejemplos, etc.), sino también los argumentos de la contraparte (es decir, los que contradicen la tesis que el autor quiere probar) para poder refutarlos contundentemente. Además, es recomendable la anticipación, esto es, contradecir de antemano las objeciones que puedan surgir frente a los argumentos planteados.
- Conclusión: se cierra el escrito retomando ideas, sacando consecuencias o generando reflexiones, pero, ante todo, reiterando la tesis.
- Referencias bibliográficas: se relacionan todas las fuentes que se utilizaron para la elaboración del ensayo.

### 1.3.2.5 Estrategias para su elaboración

- Elija un tema que sea de su interés, pero cerciórese de que realmente exista alguna controversia al respecto.
- Busque información sobre el tema elegido y estúdielo en profundidad.
- Determine cuál es su punto de vista frente a la controversia suscitada.
- Haga un esquema de las ideas que va a desarrollar en su ensayo.
- Haga un plan de la propuesta argumentativa con la que usted defenderá su punto de vista.

- Redacte su ensayo argumentativo con un estilo propio, teniendo en cuenta las partes de las que consta (expuestas en 1.3.2.4).
- Ponga un título sugestivo, que no exprese abiertamente su punto de vista frente al tema en cuestión.
- En el momento en que explicita el problema (la controversia), es recomendable que lo concrete a través de una pregunta, que es la que precisamente da lugar a discusión y opiniones contrapuestas.
- En el momento en que plantea la tesis (el punto de vista), hágalo por medio de una oración, es decir, una construcción lingüística que cuente con un sujeto y un predicado. La tesis debe ser la respuesta del autor a la pregunta problema que haya planteado.
- Independientemente del estilo que caracterice su escritura, esmérese por ser claro y conciso, de modo que su pensamiento sea transparente.
- Use términos precisos, que no sean ambiguos. Evite las palabras rebuscadas y el uso descuidado de sinónimos.
- Plantee preguntas que generen expectativas frente a lo que usted va a decir. Se valen las preguntas retóricas.
- Dé a conocer todas las evidencias con las que cuente para sustentar su tesis y sus ideas: hechos, ejemplos, citas (parafrásticas o textuales), referencias, datos, estadísticas, investigaciones, razonamientos, pruebas, etc.
- Cuide la relación lógica de las ideas, ya que su escrito debe ser coherente.
- Evite del todo la contradicción, ya que su escrito debe ser consistente.
- Durante el proceso de elaboración de su ensayo argumentativo, no descuide nunca el plano del contenido (los conceptos que se plantean) ni el de la forma (la expresión lingüística que se adopta).

- No referencie fuentes bibliográficas que no haya citado ni usado en el texto, ni cite ni use en el texto fuentes bibliográficas que no vaya a referenciar.

### 1.3.2.6 Ejemplo de un ensayo argumentativo

A continuación se presentan apartes de un ensayo argumentativo escrito por Andrew Cantillo, estudiante de séptimo semestre (en 2012-II) del programa de Lenguas Modernas de la Universidad EAN<sup>5</sup>.

Título	El nuevo sistema de la globalización
Introducción	<p>La historia nos ha enseñado que dentro de las intenciones del hombre –ya en pleno uso eficiente y perceptivo de su razón– ha preponderado la idea de ser más poderoso que los demás: primero, en la prehistórica guerra del fuego; luego, con manifestaciones de dominación colonial; y ahora, no menos parecido que antes, con el surgimiento de la globalización.</p> <p>La cultura es la realización de la existencia humana, y el desarrollo económico representa el crecimiento de las naciones; pero los procesos de modernización que la globalización trae consigo están relacionados directamente con hechos de desigualdad social y económica que, a través de los años, han estado impidiendo la plena conservación étnica y el desarrollo de los pueblos. A su vez, la globalización se puede entender como un proceso económico que consiste en la integración de las distintas economías nacionales en un único mercado capitalista mundial; pero, según lo mencionado, ¿constituye la globalización una alternativa para preservar la identidad cultural y el desarrollo económico de los pueblos? Desafortunadamente, la realidad es clara: el gran capital, las grandes empresas multinacionales y la supremacía del dinero y de la competitividad pasan por encima de las culturas, los pueblos, las naciones y los gobiernos.</p> <p>La representación de estos hechos la efectúan los países desarrollados, que se imponen sobre los países menos favorecidos utilizando como medio principal la globalización. Mario Vargas Llosa, escritor peruano, expresa en su ensayo “Las culturas y la globalización” (2000) que esta última abre oportunidades y</p>

<sup>5</sup> Ejercicio académico presentado en la unidad de estudio Lengua y Redacción Española.

<b>Introducción</b>	constituye, a grandes rasgos, un paso adelante para el conjunto de la sociedad; pero es relevante decir que un argumento cultural contra la globalización es que el mundo en el que vamos a desarrollarnos va a ser mucho menos típico y expresivo que aquel en el que vivíamos alguna vez. Las celebraciones, costumbres y creencias que identifican a un pueblo irán desapareciendo con el fin de adaptarse a lo que se hace llamar sociedad moderna, la adecuada realidad de nuestro tiempo.
<b>Desarrollo</b>	<p>Las grandes potencias mundiales actúan sobre la cultura y la personalidad y crean lenguajes, imágenes y representaciones del mundo y de nosotros mismos, con lo que construimos una versión de lo que nos rodea. Las mercancías ya llegan hasta los rincones más apartados del planeta, pero, antes de estos bienes, han llegado ya las expresiones, las palabras y las imágenes de muchas otras culturas, y en particular de la norteamericana. Varios autores han tratado este asunto; entre ellos, Alain Touraine, sociólogo francés, quien considera que la globalización puede comprenderse como un proceso ideológico para imponer una cultura global al resto del mundo (1997). Esta cultura global procedería según el modo de vida de Estados Unidos, incluidos los McDonald's, los bluyines y la Coca-Cola, solo por nombrar estos agentes de consumo como prueba de que la gente se está volviendo muy parecida en todo el mundo.</p> <p>... En consecuencia, parece que la colonización ha surgido de nuevo bajo el nombre de globalización, ya que vivimos hoy en un sistema autoritario y centralizado que no dista del sistema antiguo. Autoritario por las consecuencias sociales que causa su desarrollo, en el que no se consideran los países del Tercer Mundo como parte de la planeación económica; y centralizado tanto por la existencia de naciones dominantes como por la estructura limitada de la economía. Evidencia de esto son los avances que presentan hoy los países industrializados, obtenidos a costa del colonialismo y que, posteriormente, permitieron el desarrollo económico de las grandes metrópolis.</p> <p>... No existe la competencia perfecta en el libre mercado, y, aunque los defensores de la globalización manifiesten lo contrario, se evidencia claramente que las condiciones para que todos puedan competir en igualdad no se cumplen casi nunca, y que tanto las clases privilegiadas como los países poderosos</p>

<b>Desarrollo</b>	<p>parten con una ventaja abrumadora. Aun si el libre comercio crea riqueza, existe un privilegio corporativo de los gobiernos hacia las empresas más fuertes, cuya competencia directa son mercados que apenas entran en la economía mundial, y sus poblaciones no se han modernizado poco a poco, sino bruscamente, a causa de la locomotora sin frenos que representa la globalización y que exige igualar su velocidad.</p> <p>... En efecto, los defensores de la globalización argumentan que el libre mercado es un aliado de los trabajadores porque genera capital, y si cada país puede comerciar con libertad, entonces la economía mundial crecerá, se facilitará el intercambio de nuevas tecnologías y mejorarán, por ejemplo, la educación, la sanidad y el medio ambiente en todo el mundo. Pero los hechos muestran la otra cara de la moneda, el lado oscuro y menos utópico. En los últimos cincuenta años la economía mundial se ha duplicado seis veces; pese a esto, la FAO (Food and Agriculture Organization) estima que en 1999 más de 30 millones de personas murieron de hambre, teniendo en cuenta que nuestro planeta podría alimentar más del doble de la población actual (ReoCities, s.f.). Sin embargo, según un estudio de la ONU (Organización de la Naciones Unidas), si en 1820 la brecha por persona entre los ricos y los pobres era de 3 pobres por 1 rico, en 1950 pasó a ser de 35 a 1; y en 1992 fue de 72 a 1 (Anónimo, s.f.). Como puede verse, cada día es mayor la diferencia entre ricos y pobres.</p>
<b>Conclusión</b>	Para concluir, se puede decir que la globalización parece ser una elección imposible, pero se ha convenido en considerarla como la única alternativa posible. Aunque se impone a muchos en un universo donde el centro se define por la intensidad de intercambios económicos, informativos y, sobre todo, financieros, parece más racional aceptar una diversidad regulada únicamente por el mercado. Por eso es necesario que las culturas locales resalten con autoridad y orgullo todo lo que haya en ellas de valioso y digno de sobrevivir, para que logren encontrar en el marco de la apertura mundial un espacio adecuado para desarrollarse. No permitamos que la desvalorización del mundo humano crezca en razón directa a la valorización del mundo de las cosas; en definitiva, es este mundo el que no nos vamos a poder llevar al otro mundo.

## Referencias bibliográficas

Anónimo (s.f.). ¿Qué es el capitalismo?. Recuperado de <http://rolandoastarita.com/QUEELCAPITALISMO.htm>

Reocities (s.f.). El movimiento antiglobalización. Recuperado de <http://www.reocities.com/capitolhill/embassy/4596/antiglob.htm>

Touraine, A. (1997). ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes. Madrid: PPC Editorial.

Vargas Llosa, M. (2000, 19 de abril). Las culturas y la globalización. Caretas. Recuperado de <http://www.sololiteratura.com/var/vargartlasculturas.htm>

## Documentos empresariales

## 2. Documentos empresariales

La comunicación comercial en las organizaciones se fundamenta en la comunicación escrita y es crucial en la toma de decisiones. El uso inadecuado de la escritura en el contexto empresarial puede convertirse en una amenaza para la organización, pues debilita su imagen corporativa y genera desinformación en los actores y los grupos de interés vinculados a la empresa.

Informar de manera clara y concisa mensajes formales, oficiales y confidenciales; dar cuenta en forma objetiva de lo sucedido, tratado y acordado en una reunión; proporcionar información, describir hechos y procedimientos, argumentar o analizar los datos obtenidos, son algunas de las intenciones comunicativas en que se fundamentan y concretan documentos escritos como el informe, el acta y la carta.

Entre las características más relevantes del texto escrito, se puede mencionar su facilidad para ser almacenado, editado y releído. Por consiguiente, garantizar la elaboración de documentos claros y precisos es imprescindible para la gestión del conocimiento empresarial.

En suma, los documentos académicos exigen de su autor resignificar estructuras y contenidos de acuerdo con las situaciones comunicativas específicas en las que se produce el escrito. Por lo tanto, desde el aula, es necesario propiciar en el futuro profesional una mirada analítica respecto a las características y las circunstancias que motivan los procesos de escritura en el ámbito empresarial; en este contexto, los propósitos, los efectos y los destinatarios de los textos escritos se convierten en elementos esenciales para asegurar la redacción de documentos efectivos, y es aquí donde adquieren mayor valor los procesos metacognitivos e interpretativos de la realidad que suscitan las tareas de escritura.

## 2.1 El informe

### 2.1.1 ¿Qué es?

En las organizaciones, la resolución de problemas y la necesidad de generar planes para el futuro demandan la elaboración de documentos que contribuyan a la toma de decisiones. En este sentido, el informe aparece como un escrito de uso frecuente en las empresas en cuanto presenta una reflexión personal o grupal que surge a raíz de un problema específico y que espera generar conclusiones convincentes empleando recursos argumentativos sólidos.

De esta manera, el informe es un documento más autónomo que el acta, e incluso que la carta, puesto que sus propósitos comunicativos oscilan entre informar y convencer al lector para orientar la toma de decisiones en la organización. Por tal razón, para su elaboración se requiere no solo suficiente conocimiento de la situación problema que motiva su redacción, sino también fuentes de documentación consistentes y variadas, dominio de estrategias argumentativas, capacidad para la adecuada selección de la información y tiempo para su elaboración.

### 2.1.2 ¿Cómo es?

Las características del informe empresarial son las siguientes:

- Es un documento flexible en cuanto a su redacción, dado que parte de la reflexión personal.
- Surge de una problemática previa que se convierte en la situación que inspira su redacción.
- Si bien la reflexión personal es la que orienta su elaboración, su redacción debe mantener tintes de objetividad.



- Exige la estructuración de argumentos sólidos, que sustenten el punto de vista defendido y contribuyan a la disertación.
- Adopta una perspectiva diagnóstica y analítica respecto a la realidad organizacional.
- Suele ser un escrito extenso, que puede superar las diez páginas.

### 2.1.3 ¿Para qué se hace?

El informe es un escrito extenso. Su intención comunicativa es servir de respaldo a los integrantes de una organización para la toma de decisiones efectivas o para la resolución de problemas específicos, que exijan una mirada analítica y documentada de la situación. Asimismo, los informes se convierten en una exposición de acciones adelantadas (o que se sugiere adelantar) al brindar un panorama completo y reflexivo del estado actual de la organización o de alguna de sus dependencias.

### 2.1.4 ¿Cómo se estructura?

El informe empresarial consta de las siguientes partes:

- Introducción: se presentan el tema objeto del informe y los objetivos que orientan su escritura; asimismo, se hace una breve referencia a la naturaleza del (los) problema(s) identificado(s) y a su alcance (aquello a lo que se dará respuesta en el escrito). También se debe mencionar los apartes en los que se ha dividido el documento, el orden en el que se van a presentar y una síntesis del contenido que se abordará en ellos.
- Caracterización de la(s) problemática(s) identificada(s): se describe(n) el (los) problema(s) que motiva(n) la elaboración del informe, haciendo énfasis en sus antecedentes (causas), en los actores implicados y en las consecuencias que ha(n) generado en la organización; asimismo, se ofrece una mirada prospectiva de las implicaciones que podría(n) traer para la organización en un futuro.

- Posibles soluciones (plan de mejoramiento): se pasa de la esfera informativa al ámbito de la argumentación, puesto que aquí se debe plantear propuestas que permitan a la organización modificar las situaciones o las conductas que estén afectando su funcionamiento o, en el caso de los informes de gestión, relacionar las acciones (actividades) desarrolladas según los planes estratégicos de la empresa con los objetivos trazados en los modelos de gestión organizacional, de manera que sirva de balance y respuesta para las problemáticas planteadas.
- Conclusiones: se suele presentar un resumen del (los) problema(s) identificado(s) y las posibles soluciones o actividades de mejora que deben emprenderse, así como expresar la necesidad de continuar trabajando en este ámbito para optimizar los modelos de gestión de la organización.

### 2.1.5 Estrategias para su elaboración

- Antes de iniciar la redacción del informe, defina cuál es la problemática que va a orientar su escrito. Esta se convertirá en el punto de partida para la elaboración del documento.
- Recopile información que le permita documentarse suficientemente acerca de la problemática que va a abordar en el informe. En este sentido, conviene acudir a información disponible en actas, entrevistas, diarios de campo (producto de su observación), artículos, balances o reportes.
- Identifique las variables que están incidiendo en la problemática esbozada.
- A partir de las variables que haya identificado, elabore una tabla en la que sintetice la información más importante (variables en estudio, situación, análisis del contexto, posibles soluciones).
- Adopte un punto de vista respecto a la problemática que va a presentar en el documento.

- Recuerde que los informes tienen un componente argumentativo sólido. Para ello, puede respaldarse en datos, cifras, apreciaciones de autores/interlocutores reconocidos o ejemplos tomados de otros contextos.
- Evite los planteamientos temáticos (suelen responder a la pregunta ¿qué es?), pues estos no permiten efectuar un análisis en profundidad. Prefiera los planteamientos de diagnóstico (responden a la pregunta ¿qué está ocurriendo?), los cuales favorecen una perspectiva más completa en lo concerniente a factores de causa y consecuencia.
- Elabore un plan de escritura. En él incluya tres aspectos esenciales: la identificación de la problemática, el análisis de las causas que la han suscitado y las posibles soluciones o mejoras.
- Dado que este tipo de documento empresarial insta al interlocutor a la acción, es esencial que delimite muy bien la problemática y que su redacción sea clara, concisa, coherente, sencilla y efectiva.

### 2.1.6 Ejemplo de un informe empresarial

La siguiente es una adaptación de una presentación en PowerPoint (ppt) del “Informe de gestión estratégica del año 2012”, elaborado por Mara Rocío Benavides Reina, gerente de contenidos editoriales de Carvajal Soluciones Educativas.

<b>Introducción</b>	Teniendo en cuenta el interés de la industria editorial por optimizar los costos y plazos del proceso editorial a través de la búsqueda de sinergias entre diferentes equipos interdisciplinarios, en distintas partes del mundo, los objetivos que orientaron la realización de este informe son aportar al cumplimiento del margen bruto del 63% en el 2014, garantizar que el inventario en proceso esté conformado únicamente por los proyectos que se encuentran en desarrollo, mejorar el cumplimiento de la entrega de proyectos del 61% al 75%, disminuir los tiempos de producción editorial en un mínimo de 5% diferenciando los proyectos nuevos de las adaptaciones y las reediciones, aumentar en un 25% el valor ahorrado
---------------------	---

<b>Introducción</b>	(USD\$187.669) por la reutilización de imágenes y cumplir con la meta de ahorro de USD\$817.633, definida desde las estructuras editoriales ideales del 2012.
<b>Caracterización de la problemática identificada</b>	La problemática que suscita el presente informe es la necesidad de sensibilizar a los equipos editoriales frente al proceso de seguimiento y medición de sus operaciones, de manera que se generen ahorros en compras editoriales, se optimice el cumplimiento de los tiempos de entrega, se incremente el porcentaje de procesos que se desarrollan internamente y se propicie la alineación de operaciones editoriales y matrices (áreas globales y textos Colombia).
<b>Plan de mejoramiento</b>	Entre las posibles soluciones a la problemática mencionada, se encuentran el acompañamiento en la elaboración y ejecución del presupuesto en distintos países, la implementación de buenas prácticas editoriales entre equipos interdisciplinarios alrededor del mundo, el acompañamiento a la gestión de contratos y la capacitación de usuarios Xtent.

## 2.2 El acta

### 2.2.1 ¿Qué es?

Las reuniones constituyen una de las prácticas comunes en el interior de las organizaciones. Cada reunión que se lleve a cabo tiene un propósito específico y contribuye en cierta medida al desarrollo y al funcionamiento adecuado de la organización. Por eso es necesario e importante que cada uno de los puntos discutidos en una reunión quede consignado en algún documento. Pues bien: el acta es, precisamente, un documento que, en forma objetiva y organizada, presenta todo lo que sucede, se trata o se acuerda en una reunión. Es un tipo de escrito que, dada su naturaleza, se produce de manera obligatoria en diversos organismos, y es el secretario del organismo en cuestión quien se encarga de redactarlo.

### 2.2.2 ¿Cómo es?

Las características del acta son las siguientes:

- Toda acta debe llevar el nombre del grupo que se reúne. Además, se debe aclarar si la reunión es ordinaria o extraordinaria.
- Las actas se redactan en tiempo pasado, excepto las de descargos, que deben redactarse en presente. Ningún párrafo debe iniciarse con un gerundio.
- Los párrafos deben ser concisos y claros, y hacer énfasis en las decisiones tomadas. Sin embargo, por solicitud expresa de algún participante, se pueden anotar las discrepancias o las aclaraciones necesarias.
- Cuando haya votaciones, se indica el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco.
- En caso de nombramientos, se registran los resultados y los nombres completos.
- Cuando haya una moción, se indica el nombre de la persona que la presenta; no es necesario anotar los nombres de quienes se adhieren a ella.
- Cuando sea necesario mencionar la intervención de algún asistente, se hace con su nombre completo.

### 2.2.3 ¿Para qué se hace?

El acta se utiliza para registrar todo lo acontecido y lo acordado en una reunión o una situación específica, sin que se describan detalles intrascendentes.

### 2.2.4 ¿Cómo se estructura?

El acta consta de las siguientes partes:

- Encabezamiento:
  - Título de la reunión.
  - Número del acta, ciudad, fecha y hora.
  - Ubicación.
  - Asistentes y cargos.
  - Invitados.
  - Ausentes.
  - Nombre completo/Institución.
- Desarrollo:
  - Agenda.
  - Descripción de los principales temas discutidos en la reunión.
  - Acuerdos y respectivos responsables.
  - Resultado de las deliberaciones, o de las votaciones si las hay.
  - Resultado.
  - Acuerdos alcanzados.
- Hora de finalización y firma de los asistentes.

### 2.2.5 Estrategias para su elaboración

- Un acta debe ser breve, ordenada y económica.
- Redacte oraciones breves: son más fáciles de leer, entender y recordar que las largas. Los periodos breves facilitan la comprensión del mensaje y favorecen la legibilidad.
- Sitúe la información más importante al principio de la oración. Esa información consiste en decir quién hizo qué; en términos gramaticales, estamos hablando de sujeto y predicado. El lector espera encontrar esta información al comienzo de la oración, así que no la relegue al final ni la oculte detrás de términos irrelevantes. Al redactar una oración, decida quién es el protagonista y cuál es su acción.
- Evite los incisos demasiado largos. Un inciso es una frase u oración intercalada en otra, que proporciona información adicional. Bien utilizados, los incisos articulan el estilo y confieren expresividad y ritmo a la prosa.
- Elimine las palabras irrelevantes. La buena escritura utiliza el lenguaje de manera económica: con el mínimo de elementos se propone conseguir el máximo resultado.
- Los rodeos, las muletillas y las palabras innecesarias empobrecen el estilo. Un acta no debe presentar los detalles de la discusión, sino las observaciones y los acuerdos.
- Las muletillas son palabras o frases que sirven de apoyo a la expresión, como, por ejemplo, «valga la redundancia», «como su nombre lo indica», «por decirlo de alguna manera». Estas expresiones no deben, en general, proliferar en los documentos empresariales.
- Utilice un estilo verbal, evite construir frases u oraciones con demasiados sustantivos. Las construcciones con más sustantivos que verbos son difíciles de leer. Aunque de entrada puedan parecer más objetivas, resultan demasiado abstractas. Si abundan los verbos, en cambio, el estilo adquiere un tono más vital y enérgico.

### 2.2.6 Ejemplo de un acta

A continuación se presentan apartes del acta de una reunión táctica del Núcleo de Lengua Materna y Competencias Comunicativas de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad EAN, realizada el 11 de abril de 2012.

<b>Encabezamiento</b>	<p><b>Reunión de alineación táctica del Núcleo de Lengua Materna y Competencias Comunicativas</b></p> <p><b>Consecutivo:</b> 03 <b>Lugar:</b> Salón 203 del Edificio El Nogal <b>Fecha:</b> 11/04/2012 <b>Hora inicio:</b> 10:00 a.m.    <b>Hora final:</b> 11:00 a.m. <b>Asistentes:</b> María Clemencia Silva Agudelo Coordinadora del Núcleo María Clara Correal Pachón Docente de tiempo completo Angélica María Guzmán Rivera Docente de cátedra Juana Alejandra López Lozano Docente de cátedra John Oswaldo Moya Barreto Docente de cátedra <b>Ausente:</b> William Fernando Rodríguez Torres Docente de cátedra</p> <p><b>Universidad EAN</b></p>
<b>Desarrollo</b>	<p><b>Agenda:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentación de la docente Aleida Patarroyo</li><li>2. Exposición de la bibliografía de la editorial Pearson</li><li>3. Día del Idioma</li><li>4. Cronograma del ciclo II</li><li>5. Estandarización de la prueba final de Competencias Comunicativas I</li><li>6. Varios</li></ol>

<b>Desarrollo</b>	<p><b>4. Cronograma del ciclo II</b></p> <p>Observaciones: se hace especial énfasis en el seguimiento de la asistencia y el rendimiento académico de los estudiantes, con el objetivo de brindar ayuda oportuna y evitar inconvenientes al finalizar el ciclo. Se insta a la asistencia a conferencias y salidas pedagógicas, así como a sugerir otras clases de actividades a propósito. El reporte de notas se realizará en la quinta semana. A este respecto, es importante digitar una nota de cero (00) en caso de inasistencia o incumplimiento de trabajos para que las actas queden cerradas. En cuanto a las guías de trabajo autónomo, se recuerda el valor pedagógico y de autodisciplina que los estudiantes deben reconocer en ellas. Igualmente, estas deberán tener un porcentaje en el proceso calificado del estudiante. Se recuerda que las guías autónomas 1 y 2 son entregables, mientras que la 3 se constituye en una directriz para la preparación del examen final. Con relación a la Semana de las Lenguas, se sugiere trabajar el español latinoamericano: diferencias dialectales (léxico).</p> <p>Acuerdos: enviar el reporte de estudiantes en la fecha asignada. Planear las actividades de clase para que no interfieran en la asistencia a las conferencias y las salidas pedagógicas. Por tal motivo, se debe incentivar a los estudiantes para que asistan y establecer una relación entre los temas de estas actividades y los de la unidad de estudio. Hacer el reporte de seguimiento a biblioteca y enviarlo del 3 al 9 de mayo. Realizar el proceso correspondiente a las guías de trabajo autónomo. Trabajar en las propuestas para la Semana de las Lenguas.</p> <p>Responsables: docentes y coordinadora del Núcleo de Lengua Materna y Competencias Comunicativas.</p> <p>Fecha prevista para cumplimiento: ciclo II, semestre I, 2012.</p>
<b>Hora de finalización y firma de los asistentes</b>	<p>La reunión finaliza a las 11:00 a.m. En constancia de aceptación, firman:...</p>

## 2.3 La carta

### 2.3.1 ¿Qué es?

La carta comercial es un documento que se escribe en un tono claro, conciso y formal, cuyo objetivo es establecer una comunicación entre la empresa y sus clientes, sus proveedores o, en general, su entorno, de modo que exista un diálogo sobre los temas relacionados con las actividades de la organización.

A pesar de la incursión de las nuevas tecnologías en las organizaciones, la carta comercial sigue siendo un documento indispensable en los procesos de comunicación empresarial. Si bien el correo electrónico se ha convertido en un canal importante para la circulación de este tipo de información, la carta en formato físico, en papel membretado y con los datos de la empresa continúa vigente, dado su carácter formal y los protocolos de comunicación que maneja.

### 2.3.2 ¿Cómo es?

Las características de la carta comercial son las siguientes:

- Es un texto claro, con oraciones cortas que dan precisión al mensaje.
- Dispone adecuadamente la sintaxis, lo cual se evidencia en la unidad y en la relación entre los párrafos.
- Muestra las ideas de manera precisa y suele tratar un solo asunto para poder despertar el interés del lector.
- Se redacta preferiblemente en primera persona plural y se dirige al destinatario en segunda persona singular o plural: usted o ustedes.
- Utiliza fórmulas de cortesía con las que se muestran el respeto y el interés por el destinatario.

### 2.3.3 ¿Para qué se hace?

La carta comercial tiene diversas intenciones comunicativas, como, por ejemplo, dar información comercial, ya sea de la empresa o de sus productos y servicios, solicitar información, establecer relaciones o contactos comerciales, solicitar empleo, presentar agradecimientos, quejas o reclamos, o felicitar por algún logro obtenido o alguna fecha particular.

### 2.3.4 ¿Cómo se estructura?

La carta comercial consta de las siguientes partes:

- **Membrete:** es una inscripción impresa en la parte superior del papel, en la que se indica el nombre, el domicilio y la ciudad donde se encuentra la persona, el negocio o la sociedad que remite la carta. Se suele usar un tipo de formato que incluye el logo de la empresa y el eslogan, si lo tiene.
- **Lugar y fecha:** se relaciona el nombre de la ciudad de donde se remite la carta, así como el día, el mes y el año en que se escribe.
- **Encabezamiento:** lleva el nombre, el cargo y la razón social de la empresa o de la persona a quien se remite la carta. Se ubica debajo del lugar y la fecha, y se alinea al margen izquierdo superior.
- **Saludo:** se ubica debajo y en dirección vertical al margen del destinatario. Al finalizar su escritura, se escriben dos puntos.
- **Cuerpo (texto):** es el desarrollo del tema o asunto de la carta. Se recomienda empezar con una introducción y terminar con una conclusión. Puede ocupar dos o más párrafos.
- **Despedida:** es la frase final de la carta. Se debe tener en cuenta las fórmulas de cortesía y el registro adecuado según el tipo de comunicado y la persona a quien va dirigido.

- **Firma:** es un elemento formado, por una parte, por el nombre y los apellidos del remitente y, por otra, por su respectiva rúbrica.
- **Cargo:** es el oficio que desempeña la persona que suscribe la carta. Se ubica debajo de la firma.
- **Anexos:** si se adjunta algún documento a la carta, se debe especificar en la parte inferior, debajo del cargo.
- **Otros datos:** cuando la carta vaya dirigida a otros destinatarios, se hace por medio de copias, se ordenan los cargos por jerarquía y se usa la abreviatura c.c. (con copia a).

Si un comunicado como este se envía por correo electrónico, se debe conservar la formalidad en el estilo. En este caso, se omiten algunas partes de la estructura (se inicia con el saludo), ya que las herramientas de este canal permiten dirigir la carta a varios destinatarios, adjuntar datos e incluir firmas digitales con los datos corporativos del emisor.

### 2.3.5 Estrategias para su elaboración

- Determine el objetivo de la comunicación.
- Precise el contenido, el tono y los efectos del mensaje.
- Utilice un registro adecuado, un vocabulario conciso.
- Evite entrar en detalles innecesarios.
- Escriba desde la perspectiva del lector.
- Evite el lenguaje sexista, racista o discriminatorio.
- Exprese respeto, interés y cortesía.
- No se exceda en la formalidad, pero tampoco caiga en la informalidad.



- Ocupe preferiblemente una sola página; si es necesario, resuma el contenido y anexe documentos.
- Evite la ambigüedad.
- Sea cuidadoso con los términos que use cuando la comunicación consista en una queja o un reclamo; en estos casos, conserve la cortesía.

### 2.3.6 Ejemplo de una carta comercial

La siguiente carta comercial fue elaborada por Juana Alejandra López, coautora de esta publicación.

<b>Membrete</b>	<b>Madecentrales S.A.</b> <b>Carrera 19A # 60-35</b>
<b>Lugar y fecha</b>	Bogotá, 22 de septiembre de 2012
<b>Encabezamiento</b>	Señor <b>José Reyes Acosta</b> Gerente Ferrosoluciones
<b>Saludo</b>	Respetado señor gerente:
<b>Cuerpo</b>	Lo saludo cordialmente y me presento ante usted para exponerle los servicios de nuestra empresa, Madecentrales S.A.  Nuestra compañía se especializa en la comercialización de productos y servicios para el sector del mueble y la madera. Contamos con el apoyo de compañías nacionales y extranjeras líderes en la fabricación de productos de madera certificados bajo las normas internacionales, lo cual asegura nuestra alta calidad; además, aplicamos tecnología de punta, lo que nos otorga un valor agregado importante en la comercialización de nuestro portafolio.

<b>Cuerpo</b>	Somos una empresa con muchos años de experiencia en el sector. Nuestra preocupación constante está en la capacitación permanente y la modernización de infraestructura y servicios, razón por la cual hoy le ofrecemos una nueva y mejorada presentación que nos gustaría mostrarle.  Si usted está interesado en conocer nuestra compañía, podemos concertar una cita para que visite nuestras instalaciones y conozca las ventajas competitivas que tendrá su negocio al trabajar con nosotros.
<b>Despedida</b>	Agradezco su atención y quedo atento a su respuesta.  Respetuosamente,
<b>Firma</b>	<b>Octavio Sepúlveda</b> Gerente Madecentrales S.A.

## Referencias bibliográficas

Arancibia, V. & Díaz, R. (2002). El enfoque de las competencias laborales: historia, definiciones y generación de un modelo de competencias para las organizaciones y las personas. *Psykhé*, 11 (2), pp. 207-214. Fuente académica: EBSCOhost.

Benavides, M. (2012). *Informe de gestión estratégica*. Carvajal S.A. [presentación en ppt].

Calderón, M. (2009). La escritura y los universitarios. *Universitas Humanística*, (68), pp. 297-340. Fuente académica: EBSCOhost.

Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

Kirschner, P., van Vilteren, P., Hummel, H. & Wigman, M. (1997). The design of a study environment for acquiring academic and professional competence. *Studies in Higher Education* 22 (2), p.151. Psychology and Behavioral Sciences Collection. Fuente académica: EBSCOhost.

López Lozano, J. A., Moya Barreto, J. O. & Silva Agudelo, M. C. (2012). Informe final del proyecto de investigación “Documentos empresariales y académicos contemporáneos”. Bogotá: Universidad EAN.

Sandoval, R. (2012). El hombre y la máquina: biografía de Steve Jobs. *Revista EAN*, (72), 224 - 227.

Suárez, R. & Castellanos, O. (2006). Bases conceptuales e impacto de la implementación de las competencias laborales en la relación individuo-organización. Modelo de aplicación en la industria gráfica colombiana. *Cuadernos de Administración*, 19 (31), pp. 81-101. Business Source Complete. Fuente académica: EBSCOhost.

Valencia, M. (2005). Las competencias laborales: ¿la estrategia laboral para la competitividad de las organizaciones? *Estudios Gerenciales*, (96), pp. 31-55. Business Source Complete. Fuente académica: EBSCOhost.

