AcreditaPRO

MANUAL DE ESTUDIO

Comunicación Profesional Escrita: Email, Informes y Documentos

Material de apoyo para la preparación del examen

Formación impartida conforme al Marco Europeo de Competencias Digitales DigComp 3.0 (Comisión Europea, diciembre 2025), Área 2: Comunicación y Colaboración.

Generado el 18/11/2026

© AcreditaPro

Índice

1. 1. Introducción y objetivos del curso
2. 2. La comunicación escrita en el entorno profesional
3. 3. Principios de escritura clara y eficaz
4. 4. El email profesional: estructura y buenas prácticas
5. 5. El asunto del email: la clave de la apertura
6. 6. Tono y registro en la comunicación escrita
7. 7. Errores frecuentes en el email profesional
8. 8. El informe profesional: qué es y cuándo usarlo
9. 9. Estructura estándar de un informe
0. 10. Redacción del resumen ejecutivo
11. 11. Uso de datos y evidencias en documentos
12. 12. Documentos internos: actas, memorandos y circulares
13. 13. Presentaciones escritas y propuestas comerciales
4. 14. Lenguaje inclusivo y no discriminatorio
5. 15. Revisión y corrección de textos profesionales
6. 16. Gestión de documentos: naming, versiones y archivo
17. 17. Confidencialidad y protección de datos en documentos
8. 18. Buenas prácticas y casos prácticos
9. 19. Resumen de puntos clave
0. 20. Anexo normativo: marco de referencia de este curso
21. 21. Glosario de términos

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

Este curso acredita competencias en comunicación escrita profesional, conforme al Marco Europeo de Competencias Digitales DigComp 3.0 (Área 2: Comunicación y Colaboración). Es una acreditación de competencias profesionales, no una obligación normativa de formación.

1. Introducción y objetivos del curso

La comunicación escrita es la que deja huella — un email mal redactado, un informe confuso o una propuesta mal estructurada pueden costar un cliente, una oportunidad de negocio o simplemente tiempo valioso que hay que dedicar a aclaraciones innecesarias.

Al finalizar este curso, serás capaz de:

- Redactar emails profesionales claros, directos y con el tono adecuado.
- Estructurar informes y documentos internos de forma eficaz.
- Elegir el registro correcto según el destinatario y el contexto.
- Revisar y corregir textos propios antes de enviarlos.

2. La comunicación escrita en el entorno profesional

En el entorno laboral, la comunicación escrita tiene características propias que la distinguen de la conversación oral:

- **Deja registro permanente**: lo que escribes puede leerse mañana, dentro de un año, o en un juicio.
- **No tiene lenguaje no verbal**: no puedes corregir con el tono de voz ni con la expresión facial.
- **Es asíncrona**: el receptor puede leerlo en un momento de buen o mal humor, sin que puedas saberlo.
- **Se puede reenviar**: cualquier email que escribes puede acabar en manos de personas a las que no iba dirigido.

Por eso, antes de enviar cualquier comunicación escrita, merece la pena preguntarse: ¿estaría cómodo si cualquier persona de la empresa leyera esto?

3. Principios de escritura clara y eficaz

La claridad en la escritura profesional no es un lujo — es una obligación. Estos principios sirven para cualquier tipo de documento:

- **Una idea por párrafo**: cada párrafo desarrolla una sola idea principal.
- **Frases cortas**: máximo 20-25 palabras por frase. Las frases largas con muchas subordinadas son difíciles de seguir.
- **Palabras sencillas**: si puedes decir "usar" en vez de "utilizar", hazlo. Si puedes decir "ahora" en vez de "en el momento actual", mejor.
- **Voz activa**: "El equipo aprobó la propuesta" es más claro que "La propuesta fue aprobada por el equipo".

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

- **Sin relleno**: elimina las frases que no añaden información ("En primer lugar, me gustaría señalar que...").

4. El email profesional: estructura y buenas prácticas



Un email profesional eficaz tiene cinco partes bien diferenciadas:

1. **Asunto**: debe resumir en pocas palabras el contenido y la acción esperada. Es lo primero que lee el receptor.
2. **Saludo**: formal ("Estimado/a Sr./Sra. [apellido]") o semiformal ("Hola [nombre]"), según la relación.
3. **Cuerpo**: máximo 5 líneas por bloque, con una idea por párrafo. Si el email tiene más de 3 puntos distintos, usa una lista numerada.
4. **Cierre**: indica claramente qué acción esperas del receptor y cuándo. "Quedo a su disposición para cualquier aclaración" es mejor que dejarlo sin cierre.
5. **Firma**: nombre completo, cargo, empresa, teléfono y email. Siempre la misma firma en todos los emails, no algo improvisado.

5. El asunto del email: la clave de la apertura

El asunto es la única parte del email que el receptor ve antes de decidir si lo abre. Un asunto malo puede hacer que un email importante se ignore o se archive sin leer.

Principios para un buen asunto:

- **Concreto**: "Reunión del lunes 15 — confirmación de asistencia" es mejor que "Reunión".
- **Accionable**: indica si el email requiere una acción ("Pendiente: aprobación del presupuesto") o es solo informativo ("Informe mensual de ventas — junio 2026").
- **Sin mayúsculas en todo el asunto**: se percibe como gritos.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

- **Sin "Urgente" en todo** — si todo es urgente, nada lo es. Reserva ese calificativo para cuando sea real.

6. Tono y registro en la comunicación escrita

El tono de un email o documento depende de tres variables: quién es el receptor, cuál es la relación, y cuál es el objetivo.

- **Formal**: para clientes nuevos, directivos de otras organizaciones, administraciones públicas. Tratamiento de usted, lenguaje cuidado, sin abreviaciones.
- **Semiformal**: para compañeros de trabajo, clientes habituales con los que hay confianza. Tuteo natural, lenguaje claro pero no coloquial.
- **Coloquial**: solo para comunicaciones internas muy informales. Nunca en emails externos.

Un error frecuente es usar el mismo tono en todas las comunicaciones — demasiado formal con los compañeros (suena distante y burocrático) o demasiado informal con clientes externos (puede parecer poco profesional).

7. Errores frecuentes en el email profesional

- **Responder a todos cuando solo era necesario responder al remitente**: contamina las bandejas de entrada con información irrelevante.
- **Escribir en mayúsculas**: se interpreta como gritar.
- **Emails demasiado largos**: si necesitas más de tres párrafos, considera si es mejor una llamada o una reunión.
- **No revisar antes de enviar**: errores ortográficos en un email profesional dañan la credibilidad.
- **Enviar en caliente**: si estás molesto, escribe el email pero espera 10 minutos antes de enviarlo.
- **CC y CCO mal usados**: CC (con copia) es visible para todos; CCO (con copia oculta) es invisible. Usar CCO para ocultar destinatarios en conversaciones donde otros esperan transparencia puede crear problemas de confianza.

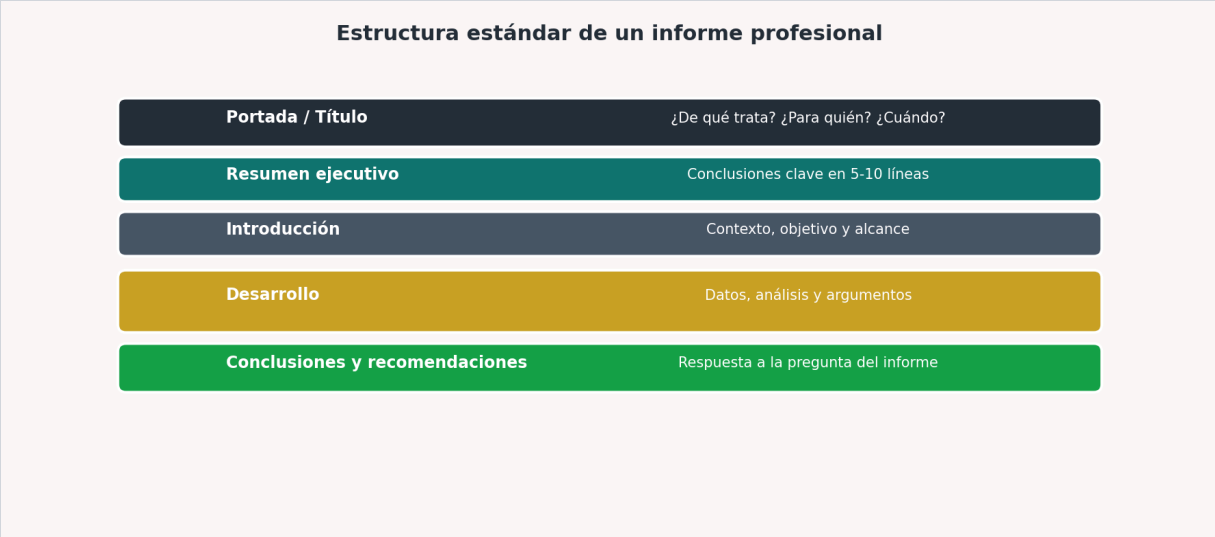
8. El informe profesional: qué es y cuándo usarlo

Un informe es un documento estructurado que presenta información sobre un tema concreto para apoyar la toma de decisiones. No es un email largo — es un documento con formato propio, numeración de páginas, índice y referencias.

¿Cuándo se usa un informe en vez de un email? Cuando la información es compleja o extensa, cuando se necesita que quede constancia formal, cuando el destinatario es externo o de nivel jerárquico superior, o cuando el documento se va a distribuir a múltiples personas con roles distintos.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

9. Estructura estándar de un informe



Un informe profesional estándar tiene estas secciones:

1. **Portada / Título**: título del informe, autor/es, fecha y destinatario.
2. **Resumen ejecutivo**: las conclusiones clave en 5-10 líneas. Es lo que leerá quien no tenga tiempo para el informe completo.
3. **Introducción**: contexto, objetivo del informe y alcance (qué incluye y qué no).
4. **Desarrollo**: los datos, el análisis y los argumentos. Es el cuerpo principal del informe.
5. **Conclusiones y recomendaciones**: respuesta a la pregunta que motivó el informe, y acciones sugeridas.

Opcional según el tipo de informe: **Anexos** (datos extensos, tablas, gráficos) y **Referencias** (fuentes citadas).

10. Redacción del resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es la parte más importante de un informe — y la más difícil de escribir bien. Debe permitir al lector entender las conclusiones clave sin leer el resto.

Claves para un buen resumen ejecutivo:

- Se escribe al final, aunque vaya al principio del documento.
- Máximo una página (o 10-15 líneas para informes breves).
- Incluye las conclusiones y recomendaciones principales — no es un índice de lo que viene después.
- Usa lenguaje no técnico si el destinatario no es especialista en el tema.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

11. Uso de datos y evidencias en documentos

Los documentos profesionales ganan credibilidad con datos concretos. "Las ventas aumentaron significativamente" es vago; "Las ventas aumentaron un 23% en el primer trimestre de 2026 respecto al mismo periodo del año anterior" es información accionable.

Principios para el uso de datos:

- Cita la fuente de cada dato — si no puedes citar la fuente, no uses el dato.
- Usa gráficos solo cuando añaden comprensión — no como decoración.
- Un gráfico mal elegido puede confundir más que una tabla simple.
- Redondea los números cuando la precisión extrema no aporta ("el 73,42% de los clientes" suele comunicarse mejor como "casi 3 de cada 4 clientes").

12. Documentos internos: actas, memorandos y circulares

Acta de reunión: documento que recoge los puntos tratados, las decisiones tomadas y los compromisos adquiridos (con nombre del responsable y fecha límite). No es una transcripción — es un resumen ejecutivo de la reunión.

Memorando (memo): comunicación interna breve entre departamentos o entre distintos niveles jerárquicos. Más formal que un email pero menos que un informe.

Circular: comunicación dirigida a múltiples destinatarios dentro de la organización sobre un mismo asunto (un cambio de política, una nueva normativa interna, una convocatoria general).

13. Presentaciones escritas y propuestas comerciales

Una propuesta comercial escrita es diferente de una presentación de diapositivas — es un documento que el cliente puede leer sin que tú estés presente para explicarlo. Por eso debe ser autoexplicativo.

Estructura básica de una propuesta comercial:

- **Portada**: nombre del cliente, nombre de tu empresa, fecha.
- **Entendimiento de la necesidad**: demuestra que has entendido el problema del cliente.
- **Solución propuesta**: qué ofreces y por qué es la solución adecuada.
- **Precio y condiciones**: claro y sin letra pequeña sorpresa.
- **Próximos pasos**: qué tiene que hacer el cliente para avanzar.

14. Lenguaje inclusivo y no discriminatorio

El lenguaje inclusivo en documentos profesionales no es solo una cuestión de corrección política — es también una cuestión de alcance: si una circular usa solo el masculino genérico, parte de los destinatarios puede sentir que no va dirigida a ellos.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

Técnicas para un lenguaje más inclusivo sin forzar la redacción:

- Usar colectivos neutros cuando sea posible: "el equipo", "el personal", "la plantilla", "el cliente".
- Usar el infinitivo en instrucciones: "solicitar", "enviar", "confirmar" en vez de "el trabajador solicitará".
- Evitar expresiones que asocian roles a géneros ("los hombres de ventas", "las chicas de administración").

15. Revisión y corrección de textos profesionales

Antes de enviar cualquier documento profesional, revisa siempre:

1. **Ortografía**: el corrector automático no detecta todos los errores (confunde "haber" con "a ver", por ejemplo).
2. **Puntuación**: una coma en el lugar equivocado puede cambiar el significado.
3. **Coherencia**: ¿el documento fluye? ¿Las ideas se presentan en orden lógico?
4. **Tono**: ¿es adecuado para el destinatario?
5. **Información completa**: ¿has incluido todo lo que el receptor necesita para actuar?
6. **Datos adjuntos**: si menciona "adjunto encontrará...", ¿has adjuntado realmente el fichero?

Truco: leer el texto en voz alta ayuda a detectar frases demasiado largas o párrafos que no fluyen bien.

16. Gestión de documentos: naming, versiones y archivo

Un buen nombre de fichero ahorra tiempo a toda la organización. Principios:

- **Descriptivo**: "Propuesta_ClienteABC_2026-09.docx" es mucho mejor que "Propuesta final definitiva2.docx".
- **Fecha en formato AAAA-MM-DD**: este formato ordena cronológicamente de forma automática.
- **Control de versiones**: añade "_v1", "_v2" o "_FINAL" al nombre para distinguir versiones — nunca tengas dos ficheros que se llamen igual con contenido distinto.

Para el archivo: establece una estructura de carpetas coherente desde el principio. Una vez que hay muchos documentos, reorganizar es costoso.

17. Confidencialidad y protección de datos en documentos

Cualquier documento que contenga datos personales (nombres de clientes, empleados, datos de salud, datos económicos individuales) está sujeto al RGPD:

- **No envíes documentos con datos personales a destinatarios no autorizados**.
- **No uses el email personal** para enviar documentos de trabajo con datos personales.
- **Destruye correctamente** los documentos impresos con datos personales — no los tires enteros a la papelera.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

- **Marca los documentos confidenciales** con la etiqueta "CONFIDENCIAL" en la cabecera — crea conciencia sobre su tratamiento.

18. Buenas prácticas y casos prácticos

Caso 1 — El email de escalada: cuando hay que comunicar un problema a un superior, el email debe ir al grano: qué pasó, cuál es el impacto, qué se ha hecho ya y qué se necesita del receptor.

Caso 2 — El informe que nadie lee: si los informes de tu empresa nadie los lee hasta el final, el problema suele estar en la estructura — el resumen ejecutivo no resume las conclusiones reales, o el desarrollo es demasiado largo para lo que aporta.

Caso 3 — La propuesta perdida: si una propuesta comercial no prospera sin que sepas por qué, revisa si el "precio y condiciones" estaba claro y si los "próximos pasos" eran concretos.

19. Resumen de puntos clave

- Una idea por párrafo, frases cortas, voz activa y sin relleno: los cuatro principios de la escritura clara.
- El asunto del email determina si se abre o no — debe ser concreto y accionable.
- El resumen ejecutivo de un informe se escribe al final pero va al principio, y es la parte más importante.
- Revisar antes de enviar: ortografía, tono, coherencia, datos adjuntos y destinatarios.
- Los documentos con datos personales están sujetos al RGPD independientemente del formato.

20. Anexo normativo: marco de referencia de este curso

- **DigComp 3.0 — Marco Europeo de Competencias Digitales** (Comisión Europea, diciembre 2025): Área 2 (Comunicación y Colaboración), que incluye la comunicación en entornos digitales, el intercambio de información y la colaboración mediante herramientas digitales.

El certificado que acredita la superación de este curso es un documento privado de formación, no un certificado oficial de la Administración.

21. Glosario de términos

- **Resumen ejecutivo**: sección inicial de un informe que recoge las conclusiones y recomendaciones clave en pocas líneas, para lectores que no dispongan de tiempo para el documento completo.
- **Voz activa**: construcción gramatical en la que el sujeto realiza la acción ("El equipo aprobó la propuesta"), más clara y directa que la voz pasiva.
- **CC (Con copia)**: campo del email que permite enviar una copia visible a destinatarios secundarios. Todos los receptores pueden ver quiénes están en CC.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.

- **CCO (Con copia oculta)**: campo del email que permite enviar una copia invisible a destinatarios. El resto de receptores no sabe que están incluidos.
- **Memorando (memo)**: comunicación interna breve entre departamentos o niveles jerárquicos.
- **Acta de reunión**: documento que recoge los puntos tratados, decisiones y compromisos de una reunión, con responsables y fechas.
- **Propuesta comercial**: documento escrito que presenta una solución a la necesidad de un cliente potencial, con precio y condiciones.
- **Lenguaje inclusivo**: uso del lenguaje que evita la exclusión o discriminación de personas por razón de género, origen u otras características.
- **Control de versiones**: sistema para identificar las distintas versiones de un documento (v1, v2, FINAL) y distinguirlas sin confusión.
- **RGPD**: Reglamento General de Protección de Datos — normativa europea que regula el tratamiento de datos personales, aplicable también a documentos que contengan dicha información.

© AcreditaPro — Bimedio. Material gratuito, prohibida su reventa.