

## **Tema 5: Elaboración de comunicación escrita en la licenciatura en contaduría**

- **Objetivo del tema:** Conocer y poner en práctica formas de comunicación escrita fundamentales para el profesional de la contaduría.

### **Sesión 1**

#### **Subtema 5.1 Cartas de sugerencia**

- **Objetivo del subtema:** Precisar cuáles son las funciones de las cartas de sugerencia y especificar sus elementos, así como el tono de comunicación que deben tener.

#### **Una carta que requiere cuidado**

Así es: en el trabajo contable, es muy importante la comunicación: tanto la manera en que se presenta un informe, como el modo en que se redacta una carta, son procesos que influyen en la toma de decisiones. De ahí que sea importante que ambos procedimientos se realicen con claridad y que cumplan con su objetivo.

Para que tengas una idea de cómo realizar productos comunicativos eficaces, te proponemos que analicemos la carta de sugerencia.

#### **La carta en ámbito profesional**

Todos alguna vez nos hemos visto en la necesidad de redactar una misiva y, quizá por esta misma frecuencia, asumimos que documentos de este tipo no tienen formas específicas. En realidad, sí las hay, como también existe una estructura fundamental para entender el contenido.

Comencemos, pues, por definir qué es una carta: se trata de un mensaje escrito de manera formal que por lo general es breve (en áreas administrativas y de negocios rara vez excede las dos cuartillas) y que transmite un mensaje, muchas veces, urgente.

#### **La carta para el contador**

Para el profesional de la contabilidad, las cartas pueden hacer las veces de informes: comunican el resultado de algún balance y también describen algunas de las medidas que, a juicio de la instancia emisora, es importante concretar en el corto plazo (sobre todo si los números no favorecen a la firma). El mensaje, sin duda, será un llamado de atención para estrategias correctivas en áreas que no están resultando tan productivas como se espera.

#### **Otras ramas de la contabilidad también precisan de cartas**

Pero también, las cartas de sugerencias pueden ser útiles en otros ámbitos de la actividad contable: en la rama que se enfoca en los costos, por ejemplo, se puede hacer saber a la instancia responsable de autorizar los presupuestos (y cuyo personal, por lo general, tiene amplios conocimientos en temas contables) cómo lograr que la compañía erogue lo justo, es decir, sin asumir grandes riesgos, con un margen de ganancia prácticamente seguro y sobre el terreno de la experiencia.

#### **Ejemplo de una carta en áreas contables**

Ilustremos lo anterior a través de un ejemplo. Pensemos que tú laboras en una compañía que fabrica y comercializa productos de limpieza. Su presupuesto es limitado, pero que tiene planes de expansión. Para esta firma resulta fundamental optimizar sus recursos y, por ejemplo, contratar proveedores que proporcionen calidad al mejor precio. Entonces, después de un concienzudo estudio, vas a dirigirte al responsable del departamento de compras; su nombre es Roberto Mendoza y es, como tú, contador.

### **El encabezado**

El encabezado será el siguiente:  
Contador Roberto Mendoza  
Jefe del departamento de Compras  
Productos Alquimia  
Avenida Manchuria 73  
Colonia Lejano Oriente

Estimado contador Mendoza:

### **El mensaje**

Como parte del estudio de mercado que hemos realizado para elegir al mejor proveedor de envases plásticos, encontramos que la firma Elastiteq ha mejorado todas las ofertas hasta ahora recibidas. Como muestra de lo anterior, anexamos el siguiente comparativo:

	Costo por 200,000 unidades
Elastiteq	\$75,000.00
Polymerkt	\$120,000.00

### **La conclusión**

Hemos constatado, asimismo, que la calidad de los productos de Elastitek es muy similar a la de los competidores que lo superan en precio.

Por los motivos antes expuestos, sugerimos contratar los servicios de Elastitek a la brevedad, pues estamos seguros de que esta decisión traerá enormes beneficios a nuestra fábrica.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes

XXX

### **Redacta tu propia carta de sugerencia**

Cualquiera que sea el objetivo que elijas, no olvides que es fundamental transmitir tu mensaje con claridad y concisión.

Es importante siempre apoyar tu texto con datos, pues éstos darán la pauta para tomar decisiones.

## **Sesión 2**

### **Subtema 5.2 Dictamen**

**Objetivo del subtema:** Determinar en qué casos opera el dictamen y cómo se estructura este documento, vital para comunicar las decisiones de una empresa.

### **Qué es un dictamen**

Como respuesta y complemento al tema anterior, resulta idóneo conocer cómo opera un dictamen y para qué es útil. En las empresas, sean particulares o de gobierno, los dictámenes son opiniones formuladas por un concejo o un grupo de autoridades. Tales puntos de vista, expresados en un escrito formal, por lo general sirven como antecedente al asunto central: la autorización o el rechazo a cierta medida propuesta o a determinado producto (por ejemplo, literario).

### **Cómo se formula un dictamen**

Cada empresa y cada sociedad tienen su propio modo de elaborar dictámenes: no es lo mismo, por ejemplo, el dictamen respecto a una obra literaria que da a conocer el departamento de publicaciones de una universidad, que aquel redactado por el área de compras de una firma contable. Así que, vamos a apegarnos a nuestros objetivos: el aprendizaje de las formas comunicativas útiles para el contador, y redactemos un dictamen.

### **Dictamen favorable a una compañía**

A menudo, cuando un gran corporativo o una empresa mediana desean contratar los servicios de una firma, lo que procede es convocar a un concurso.

Una vez que se han entregado todas las propuestas, el comité responsable de la elección se encarga de dar a conocer su veredicto. Es importante subrayar que no en todos los casos el dictamen se da a conocer a través de un documento: en la actividad empresarial impera la costumbre de llamar telefónicamente al ganador. Sin embargo, no hay nada comparable a la formalidad.

### **Pongamos un caso**

Supongamos que tú laboras en el departamento administrativo de un hospital y que, junto con tus compañeros de área, eres el responsable de elegir una firma que sea capaz de ofrecer un servicio de limpieza profesional especializado, dadas las características de cada laboratorio. El proceso para elegir a los mejores proveedores es conocido como licitación. Si tanto tú como tus colegas ya tomaron su determinación, lo que conviene es comunicarla al ganador a través de un escrito.

### **Cómo podría ser la estructura**

El encabezado puede ser muy libre: el asunto que ocupa a la institución:

*Dictamen técnico- económico de la licitación referente a la contratación de una firma de limpieza especializada en el mantenimiento de equipos de laboratorio.*

Los datos siguientes señalan el lugar en el que se llevó a cabo el procedimiento:

*En la Ciudad de México, el día 17 de agosto de 2007, en el auditorio Jesús Blanco del Hospital Bancario Mexicano, con domicilio en calle de las Ciruelas 20, y con la presencia de José Ignacio Smith, jefe de los laboratorios de dicho hospital y de los integrantes del Departamento administrativo y de la Comisión de licitación se comunica que:*

Muchos son los organismos que desglosan cada una de las determinaciones en puntos, por ejemplo:

*PRIMERO. Que de acuerdo con la convocatoria dada a conocer el 4 de marzo de 2007 para la contratación de una firma especializada en servicios de limpieza de laboratorios clínicos, la elección recae en la firma Labytec, con domicilio fiscal....*

*SEGUNDO. Que la elección de dicho proveedor se hace conforme a la Ley de Adquisición, Arrendamientos y Administración y Enajenación de Bienes Inmuebles y Contratación de Servicios Externos del organismo rector.*

*TERCERO. Que la firma seleccionada debe comprometerse por escrito a respetar la reglamentación interna y debe, igualmente firmar un documento emitido por el licenciado Ausencio Terrones director general del hospital, y por las partes convocadas a tal efecto.*

### **Como ves, todo depende de las políticas internas**

Te sugerimos que tanto en internet como en archivos disponibles en instancias gubernamentales, consultes al menos cinco tipos de dictámenes. Podrás comprobar, así, que cada institución se rige por sus propios principios. Con todo, un rasgo es común a todos los dictámenes: la estructura formal, casi protocolaria, y la descripción precisa (y por momentos excesiva) de cada una de las determinaciones tomadas y de las responsabilidades que corresponderán a cada uno de los involucrados.

## **Sesión 3**

### **Subtema 5.3 El informe**

▪ **Objetivo del subtema:** Estudiar, a manera de introducción, qué es el informe, cuáles son sus características y en qué casos es útil. De esta manera, el alumno podrá elaborar documentos informativos concisos y consistentes.

### **La estructura y el contenido de cada informe dependen de su objetivo...**

Lo anterior puede parecer una obviedad, sin embargo, tal y como lo acabamos de comprobar en nuestra lección anterior, en la que analizamos los dictámenes, lo que se enuncie dependerá en gran medida de los propósitos que se persigan: no es lo mismo un documento en el que se hace un balance del primer semestre de actividades, que otro en el que se describen los costos de un proyecto. Lo cierto es que, en ambos casos, los textos conducirán a tomar decisiones relevantes.

### **Qué es un informe**

Se trata de un documento que describe un asunto o un estado de las cosas en particular. Su estructura no se puede reducir a esquemas sencillos ni únicos: cada informe dependerá, tanto en extensión como en contenido, de los objetivos y también de los estilos de redacción de cada empresa.

### **Para el caso de un informe breve**

Si el asunto que se va a comunicar a la compañía o institución en la que laboras no exige gran complejidad, lo primero que debes hacer es priorizar los aspectos que abordarás. Pongamos un ejemplo: es tu deber informar el estado de la estructura industrial. Primeramente, elabora una estructura breve, eficaz y clara que vaya guiando al lector, es decir, a tu supervisor.

### **Una propuesta de estructura**

Un índice que te puede servir como mapa y que puede resultar conveniente para tus superiores, puede ser el siguiente:

1. Introducción. En este apartado, de un modo impersonal, puedes describir el porqué de tu documento, puede que sea un requisito a cumplirse cada determinado periodo o, bien, que se trate de una medida recientemente adoptada por las autoridades de la empresa.
2. Catálogo de activos. Este rubro puede contribuir para explicar cuál es el capital y la infraestructura con que cuenta la firma para la producción, y también puede servir para que tus superiores evalúen si es preciso adquirir nuevos equipos o no. Es, junto con las cifras posteriores, un punto de análisis

que puede hacer evidente si se hace un uso pobre de la tecnología o si el personal no es el adecuado.

3. Inversiones. El conocimiento de los porcentajes de participación de los inversionistas, al igual que la información actual de los montos que son adeudados a la firma, son aspectos imprescindibles para planear las estrategias financieras.

4. Circulante. Este punto puede abarcar los siguientes datos: Documentos por pagar, proveedores nacionales, proveedores extranjeros, préstamos bancarios directos, préstamos con vencimiento a corto plazo, pasivo acumulado a corto plazo, préstamos refaccionarios y préstamos hipotecarios. Recuerda que ésta es sólo una propuesta, la complejidad puede aumentar o disminuir en cada caso.

#### **Algunas recomendaciones adicionales**

- Toma en cuenta que un informe debe prescindir en lo absoluto de juicios de valor y palabras que cumplan la función de adjetivar: incluso si lo que pretendes es comunicar una situación alarmante, en tu calidad de contador, deja que las cifras hablen por sí solas.
- Siempre concluye la redacción con uno o dos párrafos que resuman la situación general antes expuesta.

### **Sesión 4**

#### **El memorándum**

**Objetivo del subtema:** Aprender a redactar uno de los documentos más comunes y relevantes entre los empleados de una compañía, por el carácter apremiante de su contenido.

#### **El memorándum es parte de la correspondencia interna**

Quizá pocos mensajes llaman tanto la atención de los empleados de una firma como el memorándum.

Y esto es por una razón muy simple: su contenido casi siempre refiere acciones correctivas que los empleados deben llevar a cabo. De ahí su carácter amenazante e impositivo.

#### **Definición**

El origen de la palabra memorándum, es el latín; en esta lengua el vocablo significa “cosa que debe recordarse”. De ahí que sea una prioridad por dos razones: su sola mención evoca obligatoriedad inexcusable, y el prefijo *memo-* subraya que se debe tener presente en todo momento.

#### **La estructura**

El cuerpo de esta clase de documentos es breve, e integra los siguientes elementos:

Asunto: si se transmite por correo electrónico, éste debe ser directo y sin palabras que maten.

Mensaje: no debe ser demasiado extenso, pues no se trata de sermonear, sino de comunicar.

La firma: el mensaje debe ser responsabilidad de alguien al interior de la empresa cuyo nombre debe aparecer rematando el documento.

#### **El tono de la comunicación**

Muchos empleados consideran que el memorándum es sólo portador de malas noticias. No es así: en realidad, puede dar cuenta de nuevas políticas restrictivas, pero también informar de los días de vacaciones, del lugar y la hora de una reunión de carácter social o de los incentivos que pueden ganar los equipos por su buen desempeño.

#### **Redacta tu propio memorándum en cinco líneas**

A menudo, el personal de Recursos humanos, o quienes están en áreas contables, deben comunicar nuevas políticas a través de memorándums. Así que te invitamos a elaborar el tuyo. Los aspectos que debes cuidar son los siguientes:

- Redacta el asunto en no más de cinco palabras.
- No emplees un lenguaje regañón ni califiques a tus compañeros de trabajo, sobre todo, si se trata de rectificar alguna conducta.
- Sé concreto y señala el mensaje sin preámbulo alguno.

### **Bibliografía básica**

Bally, Charles. *El lenguaje y la vida*. Buenos Aires: Editorial Losada. 1957. p.p. 248.

Escalante, Beatriz. *Curso de redacción para escritores y periodistas*. México: Porrúa. 1999. p.p. 348.

Rojas Soriano, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1980. p.p. 280