

## ¿Cómo escribir un email formal?

### Consejos para buena intercomunicación

En la década de los 80, ya se enviaban correos electrónicos por todo el mundo, y desde entonces, el número no ha dejado de aumentar. De hecho, la comunicación por correo ya se encuentra en una etapa de madurez y, a pesar de ello, muchos mensajes están marcados por una falta de corrección que nada tiene que ver con escribir un email formal.

Dado que son muchos los receptores que aprecian un correo bien cuidado y trabajado, merecen la pena tener en cuenta algunos aspectos para conseguir un buen perfil de email de trabajo.

La mayoría de reglas que se aplican al email se basan en las cartas de negocios previas a la era digital, aunque también incluyen algunas características especiales no incorporados en la comunicación escrita tradicional. Pero ¿Qué debes tenerse en consideración un correo electrónico llegue bien, en todos los sentidos, al receptor?

Para diseñar un correo electrónico correctamente es fundamental conocer el propósito del mensaje y tu relación con el receptor. Para los amigos o la familia, las reglas son mucho más flexibles que al escribir un correo formal. Cuando tratamos con un grupo de personas de un ámbito que nos resulta familiar, desarrollamos patrones de comunicación que funcionan o se entienden correctamente solo dentro de dicho grupo. A veces, en este tipo de comunicación entre allegados ya hay conceptos interiorizados y asumidos que podrían sonar inapropiados o bruscos en la comunicación con un desconocido. Por lo tanto, seguir un protocolo en el sector profesional es imprescindible. En cuanto a la comunicación con tu gente de confianza, nadie la conoce mejor que tú.

Si deseas pulir tu estilo al redactar un email profesional y conseguir el efecto deseado en el receptor, asegúrate de seguir una serie de reglas innegociables. Hay dos aspectos primordiales aquí: por un lado, el diseño del contenido, y por el otro, los aspectos técnicos y formales.

El primer punto se aplica a cualquier comunicado de carácter profesional, ya sea electrónico o postal. La segunda categoría es más específica de las particularidades del medio, por lo tanto, se focaliza en el ámbito digital.

Para que tu correo electrónico tenga un efecto positivo en el destinatario debes prestar atención a ciertos puntos:

**Longitud:** Para cualquier texto de negocios la idea general es ser tan informativo y preciso como sea posible. Dado que hoy en día la mayoría de la gente recibe un sinnúmero de correos todos los días, generando que en ocasiones no leen todos, ya que consume demasiado tiempo.

Al lector le facilita mucho recibir un texto con un contenido detallado y preciso, sin pasajes innecesarios. Claro está que todo ello, no debe afectar ni a la cortesía, ni a la información requerida en el mensaje.

**Cortesía:** Cada carta comienza, después de las conocidas formalidades de dirección, con un saludo. Esto no ha cambiado con la comunicación digital. Actualmente, con el uso de mensajería instantánea (Whatsapp o Facebook Messenger), SMS o chats, muchos usuarios se han acostumbrado a otros estándares de comunicación escrita.

Los emails siguen reglas diferentes pero muy similares a las reglas de la comunicación cara a cara. Para los correos electrónicos, sin embargo, todavía se esperan saludos formales y despedidas adecuadas.

En cuanto a la selección del saludo, ante todo es importante entender la jerarquía y el grado de confidencialidad. Algunas elecciones efectivas son los clásicos “Estimado Sr. / Sra. (Apellido)” y “Atentamente,”.

**Gramática y ortografía:** Los correos siguen creciendo en número cada año. Hoy en día, muchas personas pueden escribir un correo electrónico a través de su smartphone en el tren o el autobús. En estos casos, la falta de concentración es comprensible, pero no puede ser una excusa para errores tipográficos, ortográficos o construcciones incorrectas. Tomarte la molestia de comprobar si la versión final de tu propio texto tiene errores, muestra respeto hacia los destinatarios.

Es necesario siempre repasar el texto independientemente de quién sea el receptor. Muchas aplicaciones para email tienen correctores automáticos, pero es recomendable no confiarle nuestra redacción, sino comprobarlo por uno mismo.

**Nota:** Los signos de puntuación también conservan su significado en el correo electrónico. No es de gran ayuda poner numerosos símbolos de exclamación, por ejemplo. Solo uno es suficiente para expresar vehemencia o carácter urgente.

**Formato:** Todo texto necesita un formato razonable que favorezca su lectura, lo que requiere uso de los párrafos. La estructuración de un texto ayuda a clasificar el contenido y establecer contextos.

Algo similar sucede con recursos como la negrita y la cursiva, estos dirigen los ojos a los pasajes más importantes o cambios de contenidos. Además, los autores pueden seleccionar la fuente, color y tamaño que favorezcan la estructura y lectura del correo electrónico.

**Abreviaturas:** Las abreviaturas deben usarse con moderación, hay dos motivos principales en contra del uso de las abreviaciones inusuales.

En primer lugar, dado que básicamente requieren ser descifradas, el lector debe construir palabras partiendo de una secuencia de letras, lo que a veces puede ser muy evidente. La segunda razón, es porque dan la impresión de que el autor no considera al lector lo suficientemente importante, como para tomarse tiempo en escribir el mensaje íntegro.

**Tono:** En una correspondencia de naturaleza escrita, a diferencia de la conversación oral, no puedes acompañar tu discurso con comunicación no verbal. El receptor no es capaz de percibir expresiones faciales o una determinada entonación que maticen el mensaje verbalizado.

En este sentido, los chats se han articulado con emoticonos que nos permiten acercarnos más a una conversación personal. Por el contrario, su uso no es adecuado al escribir un email formal, y por este motivo se recomienda eliminar alusiones satíricas, ironías y humor. En su lugar se aconseja un tono más concreto y amistoso.

## **Peculiaridades del email: dirección, asunto y destinatario**

Al redactar un correo electrónico nos guiamos en gran medida por las reglas generales de correspondencia profesional, pero hay algunas otras peculiaridades que debemos tener presentes exclusivamente para este formato. Veamos algunos de estos aspectos.

**Dirección de correo:** La mayoría de los usuarios todavía no utilizan su cuenta de correo principal para la correspondencia de negocios. Muchos nombres asociados del tipo “osito”, “Asterix”, “flor de verano”, etc., pueden tener un efecto positivo en determinados ámbitos, pero son inapropiados para intercambios con colegas de trabajo, socios o para solicitudes de trabajo.

Si no usas una dirección general de empresa (como por ejemplo info@nombredelaempresa.es o contacto@nombredelaempresa.es), debes asegurarte de crear una cuenta que incluya tu nombre en la dirección, pues se considera mucho más serio que ocultarse bajo un pseudónimo.

Se recomienda no usar un proveedor gratuito, sino optar por tu propio dominio. Así, además de incluir tu nombre antes del signo @, puedes indicar en la parte posterior de la dirección el nombre de la empresa.

**Correo electrónico con dominio propio:** Para que tu negocio hable por sí mismo, es necesario crear una dirección de correo electrónico personalizada y con tu propio dominio.



*Profesional*



*Seguro*



*Asistencia 24/7*

**Asunto:** Los empleados de muchas empresas reciben docenas de correos cada día. Para poder priorizar y organizarlos con agilidad, un título significativo en el asunto es de vital importancia. Por ello, debemos evitar el contenido muy reducido o poco informativo, como “una pregunta”, “pequeña solicitud” o “reunión”. Conviene aclarar brevemente en el asunto de qué trata el correo.

Ejemplos de asuntos de email para correos comerciales que generan aperturas:

1. «Encantado de saludarte Alfonso»: es decir: [Una introducción] + [nombre de quien recibe el correo]
2. «¿Te puedo hacer una pregunta?»
3. «Una pregunta rápida»
4. «Intentando contactarte»

**Prioridad:** Algunos programas de correo electrónico establecen niveles de importancia. Por eso, algunos remitentes recurren a estos para marcar sus correos como especialmente importantes. El problema es que, por lo general, cada remitente considera su correo electrónico prioritario, sin contar con que al final debe ser el lector quien debe decidir la importancia de los correos recibidos.

Asimismo, las aplicaciones no son siempre capaces de calificar de forma adecuada el nivel de importancia, por este motivo, debes evitar el uso de esta función ya que puede

generar incomodidad en el receptor porque el correo marcado como particularmente importante en realidad lo considera de baja prioridad.

**Dirección:** Los correos electrónicos tienen tres campos diferentes de dirección, que se pueden encontrar en el encabezado del correo electrónico: A, CC y CCO.

- A: Colocar el destinatario del correo electrónico, incluso si incluyes a varios receptores, puedes escribirlos en este campo.
- CC: esta abreviación se refiere a “Con copia”, término que hace referencia a una copia del mensaje original. Los sujetos que aparezcan en este campo recibirán una copia, pero no son tratados directamente e indica que el remitente no espera respuesta de ellos.
- CCO: la “O” adicional en el acrónimo significa “oculta” indica que se trata de un receptor oculto. Los destinatarios de los otros campos (A y CC) desconocen que esa persona recibe una copia del mensaje. En este caso, tampoco se espera respuesta de esta persona, ya que esta función se utiliza a menudo por razones de protección de datos al informar a grupos numerosos con un solo correo (como una newsletter). Al usar CCO, las direcciones de correo electrónico de los destinatarios permanecen ocultas entre sí.

**Respuesta:** Una guía para redactar un correo formal incluye lógicamente reglas para responder al mensaje. La mayoría de los programas y los servicios web proporcionan dos posibilidades: “responder” y “responder a todos”. En el espacio el asunto muchas veces se inserta automáticamente “Re” o “AW” como indicación de que se trata de una respuesta.

Además, los programas añaden el contenido original del correo como una cita en el nuevo texto y la dirección de correo electrónico del remitente o remitentes. Entonces, ¿qué necesitas tener en cuenta a la hora de responder a un correo?

- Responder a todos: tras leer un correo electrónico grupal y antes de presionar el botón “Responder a todos”, pregúntate: ¿Es mi respuesta realmente interesante para todos los destinatarios? Puedes ahorrarle trabajo innecesario a mucha gente si te diriges tan solo a aquellos que de verdad están interesados.
- Re: se utiliza en latín para “un asunto relacionado”, sirve para mostrar al destinatario que el mensaje recibido es una respuesta a otro correo enviado por él con anterioridad. Si responde de nuevo, aparecerá “Re: Re:” y así sucesivamente. Puedes hacer una discreta “limpieza” en la barra del asunto si empieza a ser un

poco

engorroso.

- Niveles de cita: lo mismo sucede con los textos que se amontonan por correos previos. En conversaciones muy extensas, pueden crearse auténticos monstruos de textos anteriores, se opta nuevamente por realizar una limpieza, pero con cuidado. La información importante siempre debería enviarse de nuevo, en especial si se hace referencia directa a ella.
- El tiempo ideal para responder un correo electrónico: no existe un tiempo para responder. De hecho, normalmente no se sabe la frecuencia con la que cada persona revisa sus emails. A veces, la frecuencia de intercambio de emails es muy alta y da la impresión de que hay bastante presión por responder pronto. Por eso, si necesitamos respuestas urgentes, una llamada telefónica puede ser la mejor solución

Respuesta automática: El texto del mensaje de respuesta automático lo escribe el usuario por adelantado. Tiene sentido utilizar esta función, por ejemplo, si no puedes hacerte cargo de tus emails entrantes por un largo periodo de tiempo.

**Formato HTML:** Este formato dentro del texto facilita su lectura. La función HTML ofrece numerosas posibilidades para diseñar correos con imágenes y otros archivos multimedia. Por eso, los códigos HTML, en el Email Marketing son muy populares. No obstante, usar HTML en correos electrónicos no está exento de problemas:

- Problemas de imagen: Al crear un sitio web en HTML hay que probarlo en diferentes navegadores y asegurarse de que el diseño llega a todos los usuarios. En el caso de los correos, la situación tiene todavía más matices, los mensajes electrónicos pueden leerse en diversas interfaces web, usando diferentes navegadores o programas tanto en computadoras como dispositivos móviles, esto genera la probabilidad de que se muestre el contenido de un correo en formato HTML con letras desordenadas a algunos usuarios es alta.
- Seguridad: la inclusión de códigos HTML en los correos electrónicos genera polémica, debido a que el código también puede portar virus. Muchos usuarios, por tanto, configuran las cuentas de sus clientes (como Outlook o Thunderbird) para bloquear elementos HTML y mostrar solamente el texto, lo que conlleva fallos en la presentación. Con un simple correo electrónico de texto, se evitan problemas de visualización y el texto llega como estaba planificado.

**Firma:** Muchos prestan poca atención a la firma del correo electrónico o la usan de forma incorrecta. La creación de una firma es verdaderamente importante por motivos de protocolo en la dirección de trabajo y su marco legal. La firma debe proporcionarle al receptor la siguiente información sobre el emisor:

- Nombre completo
- Posición dentro de la compañía
- Dirección
- Teléfono

Esta información es todavía más relevante si solo se ha mantenido el contacto por correo. Es necesario que el destinatario también puede comunicarse contigo rápidamente por teléfono o correo postal. Desde 2007, los emails de negocios se usan también como cartas legales y de empresa, por tanto, al redactar un email profesional, se debe incluir la siguiente información:

- Nombre de la empresa
- Dirección de la empresa
- Tribunal de registro competente y número de registro comercial
- Nombres de los directores generales, miembros del consejo de administración y/u otros cargos relevantes.

Además, generalmente la empresa no tendrá problemas para proporcionar información adicional al contacto, como enlaces a las redes sociales y la corporación de la web. También pueden enviarse con códigos HTML, exponiéndose así a los contratiempos que vimos anteriormente de códigos HTML en los emails, pero si te animas a utilizarlo, puedes incorporar el logotipo de la empresa.

**Archivos adjuntos:** Nos referimos a los documentos que en numerosas ocasiones se envían con el email y que acompañan al texto. Aquí destacamos algunos consejos sobre cómo escribir un correo formal con archivo adjunto:

- Ten en consideración el tamaño del documento: solo porque se te permita adjuntar archivos de gran tamaño no significa que el destinatario sea un objetivo ideal para sobrecargar el correo con otros documentos. Por este motivo, no sería

conveniente enviar archivos de más de 5 MB por correo electrónico si es posible (o solo si previamente se le ha consultado al receptor).

- Presta también atención al formato del archivo adjunto: No debes presuponer que el receptor tiene el programa apropiado para poder abrirlo. Para los archivos de texto es aconsejable enviar PDF en vez de documentos en Word, ya que tienen la ventaja de que pueden leerse independientemente de la plataforma, y en general, tampoco pueden modificarse. Word, por el contrario, se abre de una forma u otra dependiendo del software empleado, generando que el archivo que se envía y lo que recibe nuestro objetivo, podría no coincidir con exactitud.

### ¿Hay alternativas al correo electrónico?

Muchas veces enviamos un correo electrónico casi automáticamente, aunque quizás una llamada telefónica pueda ser más efectiva, en concreto en los casos en los que hay que discutir acerca de algún tema exponiendo pros y contras, en los que la comunicación por correo puede llegar a consumir demasiado tiempo. No conviene extender a varios días lo que puede resolverse por teléfono en cuestión de minutos.

También hay que evitar escribir los emails si la conversación puede generar tensión. Escribir un correo electrónico cuando se está enfadado no es una buena idea, en estos casos la comunicación verbal también puede ser más útil para evitar que la situación siga creciendo. Apuesta por una conversación personal y asegúrate de que tu mensaje no da lugar a malas interpretaciones.

Al enviar un correo electrónico, hay que contemplar todas las posibilidades. No tenemos control sobre lo que el destinatario hará con ese correo, dónde lo guardará y a quién se lo reenviará. Por lo tanto, debe considerarse cuidadosamente la inclusión de datos sensibles, incluso estando convencidos de las buenas intenciones del destinatario. Siempre hay un riesgo en la seguridad, para evitar espionaje de terceros, puedes usar SSL o PGP y así cifrar los mensajes de forma preventiva.

### ¿Cómo es el correo electrónico perfecto?

El correo electrónico perfecto en el día a día se caracteriza por un **tono informativo y educado**. Eso significa que al elaborar un correo electrónico debemos tomarnos nuestro



tiempo, un mensaje cuidado y con dedicación en un email de trabajo tiene muchísimo más efecto e impacto que uno repleto de errores y escrito con prisas. A largo plazo, las etiquetas del correo electrónico también ayudan a garantizar que las relaciones comerciales se desarrollen positivamente.

### **Consejos de etiqueta de correo electrónico:**

- Usa una dirección de correo profesional
- Asegúrate de que tu asunto vaya al grano
- Mantén los mensajes breves y al punto
- Evita reenviar correos
- Sé discreto con los signos de puntuación y el formato
- Usa una firma profesional
- Cuida el tono y el intentar expresar emociones
- No abuses de archivos adjuntos

### **Lista para revisar algunos errores habituales:**

Incluso las mejores normas sobre cómo escribir un email formal no funcionan si no son consistentes. Por eso, el mejor consejo es revisar el correo antes de enviarlo.

- ¿Son correctas las direcciones de correo a las que se les va a enviar el email?
- ¿Estás enviándolo desde la cuenta adecuada?
- ¿Están los nombres bien escritos en el saludo?
- ¿Has repasado las faltas de ortografía o de puntuación?
- ¿Se han adjuntado correctamente los archivos que comentas en el email?
- ¿Qué sucede si te das cuenta de que has mandado un correo con algún dato erróneo? Puedes enviar rápidamente un email en el que corrijas el fallo y te disculpes por el mismo, o directamente hacer una llamada.

ATENCIÓN: Puedes darle a la opción de enviar con relativa facilidad, incluso sin desearlo o con el correo a medio escribir. Para evitar estos envíos accidentales, se aconseja ingresar las direcciones de los destinatarios una vez se haya concluido la redacción.

Fuente: <https://www.ionos.es/digitalguide/correo-electronico/e-mail-marketing/como-escribir-un-correo-formal/>