

Cómo redactar un informe técnico profesional

Antonio L. Flores Galea



Revista Digital de ACTA

2023

Publicación patrocinada por



ACTA representa en CEDRO los intereses de los autores científico-técnicos y académicos. Ser socio de ACTA es gratuito.

Solicite su adhesión en acta@acta.es

Cómo redactar un informe técnico profesional

© 2023, Antonio L. Flores Galea

© 2023, 

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Se autorizan los enlaces a este artículo.

ACTA no se hace responsable de las opiniones personales reflejadas en este artículo.

INTRODUCCIÓN

Los informes son una parte esencial de la comunicación en el entorno de la empresa, por lo que aunque uno no tenga un rol específico destinado a redactar informes, muy probablemente necesitará escribir alguno a lo largo de su vida profesional. Los informes profesionales cumplen una serie de funciones importantes en las organizaciones, ya sean grandes corporaciones, pequeñas asociaciones sin ánimo de lucro, organismos públicos, centros de investigación o cualquier otro tipo de organización.

En algunos casos, estas organizaciones deben producir informes por ley, como una empresa que cotiza en bolsa y, por lo tanto, está obligada a presentar cada año sus estados financieros auditados por un tercero homologado y una memoria anual para los accionistas. Otros informes son documentos internos cortos para cumplir propósitos internos específicos, como una revisión del desempeño de los empleados que se acercan al final de su período de prueba en la empresa.

Aunque cada organización, departamento o sector pueden tener particularidades a la hora de redactar un informe – por ejemplo, los informes médicos, los informes de peritaciones judiciales, las solicitudes de ofertas o RFPs, por sus siglas en inglés (“*Request For Proposal*”), etc. – este artículo recoge los conceptos básicos sobre cómo redactar cualquier informe con el nivel de calidad que se espera de un buen profesional.

Aunque, como se aprecia, existe una gran variedad de tipos de informes y propósitos que cumplen, hay algunos parámetros básicos que siempre deben tenerse en cuenta, comenzando con la regla número uno: conocer quién es el lector y ponerlo en el centro a la hora de redactar el informe.

¿QUÉ ES UN INFORME PROFESIONAL?

Un informe profesional es un documento que presenta información relevante sobre un determinado trabajo realizado, dirigido a una audiencia concreta. Por este motivo, se verá que tres de los elementos más importantes cuando se escribe un informe son conocer quién será el lector, determinar el propósito del informe y hacer un esquema para presentar la información de manera adecuada.

El informe profesional puede tener cualquier longitud, desde una sola página hasta cientos de páginas. Se trata de un documento utilizado para compartir información relevante sobre un trabajo realizado. Lo más habitual es que sea el experto o autoridad en la materia quien lo realice, aunque pueden ser encargos realizados por terceros, dentro o fuera de la empresa, para condensar en un solo documento la información que pueda existir sobre un tema o acontecimiento.

Los informes pueden tener a priori cualquier formato, salvo que existan normas estrictas – plantillas o guiones – que se deban seguir por algún motivo. Sin embargo, los informes siempre consisten en un documento escrito, redactado de forma que pueda *leerse* de manera sencilla e inequívoca. Es decir, un informe no puede elaborarse como una presentación de diapositivas o un compendio de documentos inconexos, por ejemplo.

Como se ha mencionado, existe una infinidad de posibles informes, que van desde memorandos, informes de actividad, informes de análisis de resultados, actas de reuniones, informes de progreso de un proyecto, memorias anuales de la empresa, informes de cumplimiento de una normativa o estándar, informe de análisis de situación sobre alguna cuestión, etc. En la siguiente sección se ofrece un listado no exhaustivo.

TIPOS DE INFORMES PROFESIONALES

Hay un sinnúmero de tipos de informes que se pueden elaborar. Aquí se listan algunos de los tipos más comunes:

- Memorias anuales de proyectos o empresas.
- Informes periódicos de actividad de un equipo de personas, de un servicio, etc. (diarios, semanales, mensuales, trimestrales...).
- Informes de proyectos (de progreso o estado, final...).
- Informes departamentales (de ventas, de existencias, de marketing, etc.).
- Informes de investigación (sobre un suceso, asunto, prueba pericial, sondeo estadístico e incluso una tesis doctoral entraría dentro de este tipo).
- Informes sectoriales, que describen un sector concreto.
- Informes analíticos, donde se presentan resultados y conclusiones sobre un análisis realizado sobre cualquier materia.
- Informes operativos, que describen el funcionamiento de un producto o servicio.
- Informe informativo, que suele incluir la información más relevante sobre una cuestión planteada.
- Informe de propuesta, que suele presentar una propuesta de actuación o decisión en sus conclusiones, justificada mediante la información aportada en el cuerpo del informe.
- Actas de reuniones, donde se recogen todos los datos relevantes de una reunión, desde sus asistentes a los puntos tratados y siguientes pasos.
- Informe de resultados, que deben ser publicados por todas las empresas que cotizan en bolsa con la periodicidad que establezca el mercado donde operen (anual, semestral...)
- *Due diligence*, informe realizado sobre una empresa u organización en un ámbito determinado para confirmar o descubrir determinados hechos relevantes ante una determinada situación (posible adquisición de la empresa, embargo de bienes, determinar la responsabilidad de determinadas personas ante un incidente de la empresa, etc.).

Sin embargo, al margen del tipo de informe que haya que elaborar, hay dos cuestiones generales que van a definir las características de este: si se trata de un informe público o interno y si el documento debe seguir una plantilla o es completamente libre. A continuación se detallan las particularidades de cada aproximación.

INFORMES INTERNOS Y EXTERNOS

Si un informe es para una audiencia interna de la organización – por ejemplo, un informe presupuestario entre departamentos – la forma de redactarlo cambiará en comparación con un informe externo, como un informe sobre el estado de madurez digital de las empresas por sectores, que se publica por una consultora en abierto o para quien desee adquirirlo. Los informes internos tienden a ser más breves y sencillos, y dan por conocidas determinadas cuestiones comunes a todos los miembros de la organización o incluso asumen una audiencia con unos niveles de conocimientos más o menos homogéneos. Por el contrario, los informes externos tienden a ser más largos, incluyendo más detalles, y tienen un aspecto más refinado, incluido su formato, ilustraciones y mayor cantidad de tablas y gráficas.

La Tabla 1 muestra algunas de las diferencias típicas entre informes para audiencias internas y externas. Sin embargo, es importante resaltar que lo que se recoge aquí no son reglas. Algunas organizaciones tendrán sus propios estilos internos que pueden ser más restrictivos o exigentes y desviarse en cierta medida de lo indicado en la tabla.

Características	Informe interno	Informe externo
Autores	Sí, incluyendo sus cargos	Puede incluir los autores y sus roles o solo el nombre de la organización que lo publica
Fecha	Completa	Completa, solo el mes y año o solo el año
Audiencia a la que se dirige	Suele indicar al menos el rol o departamento al que va dirigido	Puede indicarla o no
Longitud	Normalmente cortos	Normalmente largos
Posición del título/asunto, autor, fecha y audiencia	Encabezado en la primera página	Portada independiente
Imágenes	Solo si son necesarias	Sí, se utilizan para mejorar el aspecto visual
Tablas y gráficas	Solo si son necesarias	Sí, se utilizan para mejorar el aspecto visual y el acceso a la información, que suele ser más voluminosa y densa
Estética y diseño	Minimalista	Cuidados para resultar atractivo y fácil de leer y realizar consultas rápidas
Uso de plantillas	Se pueden utilizar plantillas sencillas y algún diseño interno básico	Puede haber una plantilla estándar para algunos documentos, aunque lo más probable es que haya un diseño único para cada informe
Resumen ejecutivo	Infrecuente	Casi siempre
Índice	Infrecuente	Siempre
Bibliografía	Infrecuente	Siempre
Impreso/digital	Normalmente diseñado para leerlo en formato digital	Se suele diseñar tanto para acceder en formato digital como impreso

Tabla 1. Diferencias principales entre un informe para una audiencia interna y externa

PLANTILLA O DISEÑO LIBRE

Algunos informes se desarrollan a partir de una plantilla determinada al efecto. Por ejemplo, una empresa puede tener una plantilla establecida para que el personal responsable de la organización de eventos elabore un informe post-evento con los datos de interés sobre este. Otro ejemplo es cuando una institución pública o empresa privada publican una petición de ofertas comerciales durante un proceso de licitación. A menudo se dispone de plantillas que recogen no solo los puntos que quien publica la petición (RFP) sino también parte de los contenidos comunes a todos los informes de RFP, como la normativa aplicable, el proceso de evaluación de ofertas, plazos de adjudicación, etc.

A continuación, a modo ilustrativo, se muestra un trozo de la plantilla definida para la solicitud de ayudas NEOTEC para proyectos innovadores por empresas de nueva creación, publicadas por el CDTI, organismo público del Estado:

Número máximo de páginas: 40. Si se excede este número, las páginas restantes no se tendrán en cuenta para la evaluación.

Tamaño de letra: Arial 11.

Los solicitantes deberán presentar un plan de empresa a cinco años, con todas las líneas de actividad que la empresa tenga previsto acometer en dicho plazo, y que deberá regular, al menos, los siguientes aspectos:

1. Resumen ejecutivo (Máximo 1 página)

- a. *Presentación de la empresa y del sector de actividad. Señalar si es spin-off de un centro de investigación.*
- b. *Breve descripción de la base tecnológica de la empresa. Propiedad industrial y/o intelectual.*
- c. *Relaciones con Universidades / Organismos de Investigación. Acuerdos científico-técnicos y comerciales suscritos con otras entidades tanto públicas como privadas.*
- d. *Modelo de negocio.*

2. Plan de explotación comercial del proyecto

- a. *Modelo de negocio. Previsión de generación de ingresos.*
 - i. *Aplicaciones del producto/proceso/servicio que se plantea desarrollar. Ventajas que comporta para el cliente o usuario, en comparación con la oferta presente en el mercado.*
 - ii. *Descripción de los clientes potenciales y estrategia de ventas.*
 - iii. *Plan de desarrollo internacional del mercado.*
 - iv. *Organización comercial. Estrategia de marketing.*
 - v. *Cuantificar las previsiones de venta, diferenciando las nacionales de las internacionales.*
- b. *Mercado potencial, barreras de entrada al mercado.*
 - i. *Tamaño potencial del mercado y cuota de mercado esperada. Datos de mercado más relevantes (tamaño, evolución).*
 - ii. *Barreras potenciales de entrada y modo de superación.*
- c. *Competencia y las ventajas del producto/proceso/servicio*

...

En el otro extremo se encuentran los informes que deben producirse como documentos completamente originales, como una *due diligence* sobre una empresa o un informe sobre el nivel de adopción de un determinado producto o servicio en la población.

Existe también un punto intermedio donde, aunque el diseño y contenido del informe sea completamente libre, el propio autor opte por definir una plantilla, ya sea con el fin de reutilizar partes del informe que se repitan en otros similares, para transmitir cierta coherencia y “marca personal” a la audiencia o simplemente por cuestiones de orden y método que el propio autor desea seguir en todos sus informes.

FORMATO DEL INFORME PROFESIONAL

Aunque, como se ha dicho, los informes suelen tener una estructura bastante libre en cuanto a su contenido y formato, todos deben comenzar con una portada, seguida de un resumen ejecutivo, el índice, el alcance o motivación del informe, el cuerpo de contenidos y las conclusiones.

A modo de anexos, se pueden añadir opcionalmente otras secciones al final, tras las conclusiones. Por ejemplo, aunque en el cuerpo del informe se pueden incluir tablas, gráficas e imágenes, el autor puede considerar más adecuado – ya sea por limitación de páginas en la guía o plantilla del informe o por cuestiones estéticas o de legibilidad – agrupar todas ellas o aquellas de mayor tamaño, complejidad, o menor relevancia, en un anexo. También se pueden añadir otros anexos, como un índice de vocabulario o acrónimos utilizados en el informe, documentos que se quieran aportar como pruebas o para mayor detalle, etc.

PORTADA

La primera página de un informe debe ser una portada que incluya todos los datos para identificar el informe correctamente: el nombre del proyecto o trabajo sobre el que se realiza, el autor del informe, su cargo o cualificación (por ejemplo, en informes médicos o de peritación debe añadirse el número de colegiado), la fecha en la que se emite el informe y el nombre de la organización en la que se enmarca el trabajo realizado.

En informes muy cortos, normalmente de una o dos páginas, la portada se suele sustituir por un sencillo encabezado en la primera página. En todo caso, este contenido ayuda a darle contexto al trabajo realizado y darle crédito a su autor.

Además, como la portada es lo primero que se ve de un informe, puede aprovecharse para incluir en ella los datos de contacto del autor (si se desea estar accesible para consultas o futuros encargos), el logotipo de la empresa, e incluso cuidar la estética de dicha página, ilustrándola o utilizando colores y tipografía adecuados para transmitir la sensación que se quiere conseguir en el lector.

Por ejemplo, como la medida más sencilla, se pueden utilizar los colores corporativos de la empresa o su tipo de letra corporativo. Sin embargo, también se pueden utilizar otros colores para "adelantar" las conclusiones del informe. Por ejemplo, si el informe advierte de riesgos o problemas serios, se puede incluir el rojo. Si, por el contrario, trata sobre cuestiones ambientales o impactos positivos, se puede utilizar el verde. Si se quiere provocar un estado de ánimo negativo en el lector desde el inicio, se puede usar una portada con fondo negro.

Una recomendación sobre el uso de colores de fondo e imágenes en la portada, aunque también es aplicable al resto del informe, es recordar que el documento puede ser leído habitualmente de dos formas: en la pantalla de un ordenador (documento PDF) o impreso. Y, en este último caso, puede ser impreso en color o en blanco y negro. Estas variaciones hacen importante elegir bien el uso de colores y el abuso o no de fondos de color, especialmente porque provocarán un derroche de tinta al imprimir cada copia del informe lo que, además de contaminar gratuitamente el medioambiente, puede provocar cierto malestar en el lector. También hay colores que no se distinguirán correctamente en una copia blanco y negro, aunque esta cuestión afectará más a las gráficas que a la portada.

RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es la parte más visible e importante de un informe, junto con las conclusiones. En bastantes ocasiones se considera el resumen ejecutivo incluso más importante que estas, debido a que es la única parte del informe que es leída completamente por el máximo decisor, el alto ejecutivo de una empresa o un dirigente político.

El resumen ejecutivo se escribe siempre **después de haber finalizado y revisado el informe completo**, nunca antes. De esta manera, se garantiza que contiene toda la información de mayor interés del documento y que no existen inconsistencias, incoherencias u omisiones.

El resumen ejecutivo está diseñado como un sub-documento independiente dentro del informe para ser leído por alguien que dispone de muy poco tiempo para dedicárselo a la cuestión que ha motivado el informe, pero que está directamente implicado en las consecuencias o decisiones posteriores al informe. Como se ha indicado, suele ser un alto ejecutivo o alguien cuyos minutos de tiempo tienen un coste elevado y, por lo tanto, necesita la información *digerida* y *al grano*.

En ocasiones, el resumen ejecutivo la única parte del documento que imprime este perfil de lector y, si se trata de un documento impreso, la hoja que *arranca* del informe para llevarse consigo. Por

este motivo, el resumen ejecutivo debe ir justo en primer lugar, tras la portada, y poder ser arrancado literalmente del documento impreso, quedando ambos como documentos independientes.

Una consecuencia de esto es que un resumen ejecutivo **jamás** debe hacer mención al cuerpo del informe (por ejemplo, "en la sección 4 se explica cómo..." o "la gráfica 2.2 muestra la evolución...") ni a ninguna otra sección del mismo. Se suele redactar en párrafos muy cortos, incluso puntos ("*bullet points*", en inglés). Idealmente **no debería superar una página** y, si el informe es muy complejo o se tratan muchas cuestiones, dos páginas como máximo. Jamás más de dos páginas, aunque hay plantillas que establecen más longitud para esta sección porque, en realidad, no solicitan un resumen **ejecutivo**, sino un resumen general del documento.

Para visualizar cómo debe ser redactado el informe, se sugiere imaginar a un alto ejecutivo que recibe el informe completo en su despacho justo antes de acudir a su siguiente reunión. Mira el título, piensa que es una cuestión interesante, lo abre, localiza la primera hoja – la del resumen ejecutivo –, la arranca y se la lee en el taxi, camino de la reunión, mientras el ruido del tráfico, el movimiento del vehículo y lo que debe tratar en la reunión le impiden concentrarse en lo que está leyendo.

Por eso debe ser corto, con frases cortas, ideas claras y directas y contener solo las cuestiones más importantes con las que el autor pretenda que esta persona se quede, probablemente casi nunca todas las que se tratan.

Una práctica muy eficaz para elaborar el resumen ejecutivo es ir seleccionando los párrafos más importantes del cuerpo y conclusiones del informe, para después convertir cada párrafo en una frase o idea y, por último, realizar una lectura, eliminando aquellas que no aportan verdadero valor al hilo del texto que ha resultado. Resulta sorprendente pero, con esta técnica, informes de 60 páginas pueden transformarse en 15 párrafos (3 páginas), después en 15 ideas (1,5 páginas) y, por último, en 8 ideas fundamentales y conectadas coherentemente entre sí (menos de 1 página).

ÍNDICE

En los informes profesionales particularmente largos se debe incluir un índice para que el lector no se pierda y sea capaz de realizar consultas posteriormente con agilidad. El índice puede tener distintos niveles jerárquicos de esquema, aludiendo a secciones, apartados y sub-apartados del informe. Más adelante se describe una técnica para generar un esquema para exponer los contenidos del informe, del que resultará sencillo extraer el índice.

En informes cortos – menos de diez páginas – o aquellos donde no haya apartados diferenciados no será necesario añadir un índice, aunque puede ser recomendable siempre que aporte valor para ilustrar la estructura y contenidos del informe. En todo caso, al igual que ocurre con la portada, si el informe es corto, se puede incluir el índice justo después de la cabecera con el título y los datos identificativos del informe, en la primera página del documento.

Se destaca que el índice se sitúa después del resumen ejecutivo y no antes y que, además, no incluye el resumen ejecutivo como un punto del informe. Aunque esta técnica es discutida por algunos autores, la naturaleza y finalidad del resumen ejecutivo es muy diferente a la introducción, alcance o motivación – que sí debe ser la primera sección tras el índice y aparecer en él – y, si está correctamente ejecutado, debe actuar de manera completamente independiente al resto del documento. Por este motivo no se vincula al cuerpo del informe y no debe aparecer en índice.

ALCANCE O MOTIVACIÓN

Todo informe debe tener una introducción que indique por qué se elabora, por qué es importante y cualquier otra información introductoria que sea relevante destacar al principio. La sección de introducción puede ser breve, incluso dos o tres párrafos, o extensa, si es necesario citar y describir un conjunto de circunstancias. En cualquier caso, debe brindar algo de contexto e información para que el lector sepa qué esperar del informe y por qué se ha elaborado como se ha hecho.

Esta sección puede denominarse introducción, alcance o motivación, aunque en todos los casos contendrá el contenido indicado. Es norma de estilo que, si se denomina "introducción", no esté numerada en el índice, es decir, la sección inmediatamente siguiente comenzará como sección 1 mientras que, si se opta por "alcance" o "motivación" sí puede ser la primera sección numerada, aunque tampoco es obligatorio.

CUERPO DEL INFORME

Esta será la sección más larga del informe, pudiendo contener decenas de páginas, según el caso. El cuerpo debe proporcionar toda la información que se desea comunicar en el informe y explicar todas las cuestiones y hechos relevantes adecuadamente y con el máximo nivel de detalle que se desee transmitir. El cuerpo del informe se divide normalmente en varias secciones, coincidiendo con el esquema propuesto. A su vez, se pueden añadir apartados o sub-secciones según se considere oportuno para aumentar la claridad expositiva. Salvo que exista una plantilla que sea necesario seguir, no existe limitación en el número de secciones y sub-secciones, ni en su longitud, en un informe.

Es importante remarcar que toda la información relevante debe ir en el cuerpo del informe. No es correcto desvelar nueva información ni en las conclusiones ni en los anexos. En la sección de conclusiones se puede repetir cierta información ya mencionada en el cuerpo del informe para introducir una conclusión, mientras que los anexos se incorporan para apoyar la información mencionada en el informe, pero no para proporcionar nueva información relevante para los objetivos del informe.

Por ejemplo, en un informe sobre el estado de madurez de las PYMEs españolas en digitalización, una buena aproximación es incluir en el cuerpo del informe todos los resultados de posibles estudios, sondeos o encuestas realizados por terceros que sean utilizados en el informe para obtener conclusiones e incluir en el anexo todos los detalles de los estudios que suelen facilitar quienes los realizan (tamaño de la muestra, distribución poblacional, metodología seguida, etc.).

CONCLUSIONES

La conclusión debe incluir cualquier información de resumen, sugerencias, opinión del autor y cualquier información orientada a responder directamente a los objetivos marcados para el informe. Así, la sección de conclusiones puede resumir el contenido del cuerpo del informe, pero siempre orientado a indicar los siguientes pasos o los hallazgos de interés directamente relacionados con las cuestiones planteadas – objetivos – cuando se encargó la elaboración del informe.

No existe tampoco una extensión determinada para este apartado aunque, lógicamente, será generalmente menor que la del cuerpo del informe, donde se exponen todos los detalles. Aun así, tampoco siempre se cumple esto pues podría haber informes donde el cuerpo de información sean muy pocas páginas y el autor extraiga numerosas conclusiones, requiriéndose más espacio.

Una cuestión importante a la hora de redactar las conclusiones es que no se debe utilizar la primera persona del singular para expresar opiniones o recomendaciones. Lo más correcto es utilizar la voz

pasiva ("se recomienda", "se cree más oportuno", etc.) aunque también se puede utilizar la primera persona del plural o plural *de modestia* ("llegamos a la conclusión", "recomendamos", etc.).

Otro punto importante es evitar el modo condicional y, en su lugar, utilizar siempre el presente, pues el condicional transmite inseguridad en las afirmaciones que se dan. Por ejemplo, en vez de escribir "se podría renovar la maquinaria de etiquetado; esto reduciría el número de incidencias técnicas y el personal de la planta estaría más motivado" una conclusión más sólida y convincente, aunque diciendo exactamente lo mismo, es "se recomienda renovar la maquinaria de etiquetado para reducir el número de incidencias y mantener al personal de la planta más motivado".

Por último, conviene advertir que, en bastantes ocasiones, las secciones no se leen enteras con el mismo nivel de detalle. Como el apartado de conclusiones es, probablemente, el más importante de todo el informe, es una buena práctica ordenar las conclusiones de más importantes a menos, con independencia de si se corresponden en orden con las secciones del informe o, incluso, con las preguntas o cuestiones planteadas en los objetivos. Así, si hay una conclusión que puede tener gran trascendencia, debería ser mencionada en primer lugar. De esta forma se garantiza que el lector lee y comprende con la máxima atención las conclusiones principales del informe.

ANEXOS

Normalmente, los anexos pueden tener cualquier longitud. Podría tenerse, por ejemplo, un informe con cinco páginas y doscientas páginas de anexos. No obstante, como se ha indicado anteriormente, esta sección es opcional y gran parte de los informes suele no tener anexos.

Una cuestión muy importante sobre los anexos es que, como su propio nombre indica, los anexos (anejos, acompañantes) son documentos que *acompañan* al informe, para ampliar su contenido o apoyar los datos o afirmaciones que se hacen en el informe. Por lo tanto, los anexos NUNCA pueden contener información vital para comprender el informe o que el autor pretenda que se tenga en consideración para las conclusiones del informe. Es muy frecuente en informes mal redactados que se traslade información relevante del informe a los anexos para cumplir con una restricción en el máximo de páginas. Esta mala práctica puede arruinar completamente el informe, ya que los anexos son rara vez leídos y se suelen consultar solo cuando existen discrepancias o dudas a la hora de interpretar algún dato del cuerpo del informe.

PROCESO COMPLETO PARA ELABORAR UN INFORME PROFESIONAL

La redacción de un informe profesional es el último paso de un proceso que comienza bastante antes. A continuación, se indican los pasos que típicamente se siguen desde el principio hasta el final:

1. Determinar el alcance y los objetivos
2. Recopilar la información necesaria
3. Organizar la información y definir la estructura del informe
4. Redactar el borrador del informe
5. Darle formato y añadir las figuras y tablas
6. Revisar y corregir el informe
7. Prepararlo para su entrega o publicación

Para cada uno de estos pasos se dan algunas descripciones y recomendaciones en los siguientes apartados.

DETERMINAR EL ALCANCE Y LOS OBJETIVOS

Antes de nada, lo más importante es comprender la tarea encomendada. Para producir un informe, es fundamental conocer el propósito del informe. ¿Qué objetivos se persiguen con el encargo? ¿Para quién? ¿Cuál es el motivo por el que se ha solicitado el informe? ¿Qué información concreta o conclusiones espera el receptor? La respuesta a todas estas preguntas, además de enfocar perfectamente los siguientes pasos, constituirá casi por completo el contenido del resumen ejecutivo.

Conocer al futuro lector es una de las partes más importantes, que a menudo se pasa por alto, de escribir un informe profesional. Es esencial que el documento sea relevante para quien lo recibe. En ocasiones, el receptor será una persona concreta, por ejemplo, un directivo de una empresa, un superior jerárquico, un comité de evaluadores, el director de un fondo de inversión o un capital riesgo, un juez, etc. En otras, la audiencia será más amplia, como el colectivo de una asociación, los médicos de una especialidad o, incluso, el público general. Hay que tener en cuenta tanto los conocimientos previos como el estilo y cultura al que está acostumbrada la audiencia a la hora de elaborar un informe. También influirá la audiencia en el formato y la extensión del informe, en muchas ocasiones.

Saber cuánta información de apoyo incluir para justificar las afirmaciones aportadas, qué partes técnicas explicar en detalle o dar por conocidas y qué argot es conveniente o no incluir en el informe es importante para que sea útil y comprensible.

Hacerse en este momento una composición de cómo podría quedar el informe una vez terminado resultará de gran ayuda para enfocar el contenido del documento y dejar clara la relevancia de cada cuestión que se vaya a tratar. En todos los casos, es necesario asegurarse de que los objetivos que se persiguen estén claros *antes* de comenzar a escribir el informe. Esto ayudará a determinar qué información es importante y relevante incluir, de modo que no se sobrecargue al lector con información irrelevante, que solamente restará credibilidad e interés al documento.

Dedicar tiempo a esta fase preliminar tiene dos ventajas importantísimas: primera, determinará el rumbo de todas las demás tareas para conseguir un informe útil y claro para el lector, evitando inconsistencias, repeticiones, secciones de poco o nulo valor, etc. Y, segunda, ahorrará tiempo en la elaboración del informe, evitando trabajo de investigación y redacción de cuestiones irrelevantes y pasar tiempo a posteriori "pensando" qué más incluir para que el informe quede completo.

RECOPIRAR LA INFORMACIÓN NECESARIA

Esta fase del proceso se suele denominar "de investigación". Cuando se acude a las fuentes de información, se distingue entre fuentes primarias y secundarias. En las fuentes primarias, la información se consigue directamente recopilando los datos deseados. En las secundarias, la información se consigue procesando los datos proporcionados por las fuentes.

Para comprender mejor estas afirmaciones, es importante saber distinguir entre datos e información, conceptos que con enorme frecuencia se confunden en todos los ámbitos, especialmente en artículos periodísticos. Mientras los datos son los valores que toman ciertas variables medidas – por ejemplo, la temperatura que hace en el salón de mi casa medida cada quince minutos –, lo cual puede no tener utilidad alguna para un determinado propósito como, por ejemplo, determinar en qué año fue construida mi casa, la información es un dato o conjunto de datos que aporta conocimiento para un determinado propósito. En el ejemplo anterior, si estuviera midiendo la eficacia de unas nuevas ventanas de doble cristal en mi salón, probablemente los datos anteriores (la temperatura medida cada quince minutos al cabo del día) se habrían convertido en información para ese propósito.

En definitiva, un conjunto de datos (o contenidos, como también se denominan los datos con formato de textos, imágenes o vídeos) serán información o no según el propósito para el que se estén utilizando en cada momento.

Visto esto, una fuente primaria es aquella donde se obtiene la información (los datos de interés para el objetivo del informe) directamente de los datos **generados**. Algunos ejemplos de fuentes primarias son los obtenidos realizando mediciones de campo con un instrumento, entrevistando directamente a un interesado sobre el tema en cuestión, realizando una encuesta o sondeo sobre el tema de interés a un grupo de personas, realizando un experimento de laboratorio, etc.

Por el contrario, las fuentes secundarias son aquellas donde los datos ya fueron recopilados por un tercero para otro propósito o para un propósito general y, para que se conviertan en información para el informe que se desea elaborar, es necesario **procesarlas**. Ejemplo de procesamiento son filtrarlas, realizar operaciones matemáticas sobre los datos, búsquedas, cruzar distintas fuentes, etc. Las fuentes secundarias suelen tomar la forma de bases de datos, compendios, listados, registros, notas de prensa, e incluso otros informes generados por terceros donde pueda haber datos de interés.

En la práctica, la mayoría de los informes profesionales se hacen consultando fuentes secundarias, aunque determinados informes, como los médicos, periciales o de homologación se apoyan bastante en fuentes primarias, como se puede intuir.

Es importante destacar que, aunque las fuentes secundarias tendrán un coste por la necesidad de procesar los datos para extraer la información de ellos, las fuentes primarias son generalmente bastante más costosas de conseguir, no solo económicamente sino también en tiempo. Esto se debe a que es necesario generar los datos y medirlos, lo cual puede llevar inherentemente un período de tiempo y el despliegue de unos medios o equipos materiales y humanos que incrementan considerablemente el coste. Sin embargo, por el contrario, la información que aportan las fuentes primarias será más exhaustiva y valiosa que la ofrecida por las fuentes secundarias, generalmente pues, en el primer caso, el encargado de obtener la información *diseña* lo que desea medir mientras que, en el último, los datos son los que son y la información que se podrá obtener estará limitada por ellos.

ORGANIZAR LA INFORMACIÓN Y DEFINIR LA ESTRUCTURA DEL INFORME

Una vez se tenga la información necesaria para el informe, es necesario organizar tanto la información como la estructura del informe para que sea lo más fácilmente legible e interpretable por el lector. Este paso es clave para producir un informe de calidad.

Sin embargo, antes de comenzar a estructurar la información es importante **seleccionar** los hechos o ideas que se consideran relevantes compartir. Con bastante probabilidad, después de realizar una tarea de investigación y recopilación de información, habrá un buen porcentaje de ella que, aunque haya resultado importante para comprender y apoyar la investigación, no tenga ningún interés dejarla reflejada en el informe.

Por ejemplo, en un informe sobre el crecimiento del comercio electrónico en los últimos cinco años, elaborado para el director de operaciones de una gran cadena que opere en este sector, es posible que conocer la evolución del comercio electrónico desde los inicios resulte interesante para dar con ciertos detalles o particularidades, pero en el informe solo deberían incluirse los datos y gráficas de los últimos cinco años, tal como se ha solicitado, a menos que se quiera hacer una comparación explícita de este período con alguno anterior, para explicar posibles similitudes o diferencias.

Como se aprecia, en esta fase habrá parte del trabajo realizado que deberá ser considerado de escasa o nula utilidad para el informe y es labor de su autor descartarlo sin remordimientos y sin considerar que, ya que ha conseguido esa "información", es mejor incluirla en el informe de cualquier manera, aunque al lector no le vaya a aportar absolutamente nada.

Una vez seleccionada la información a incorporar al informe, es obligatorio **hacer un esquema**. Mantener claras todas las diferentes partes de un informe, sobre todo si los temas abordados son complejos o numerosos, puede ser difícil, así que un esquema ayudará enormemente a que el lector encuentre lo que desea consultar en muy poco tiempo, a la vez que siga un hilo de razonamiento en lo expuesto.

Estructurar el informe profesional antes de comenzar a escribirlo es también una excelente manera de asegurarse de que se tratan con la profundidad correcta todos los puntos necesarios. Además, como se ha indicado, ayudará a que el informe fluya bien en un orden lógico.

Por último, en un informe profesional existe una máxima que frecuentemente se olvida o desconoce: debe ser **breve**. Esto no quiere decir que deba tener muy poca longitud – hay informes, como ya se ha indicado, que pueden tener más de cien páginas – sino que las ideas e información necesarias para apoyar las conclusiones del informe deben transmitirse de la manera más directa y resumida posible. Un informe no es un artículo de opinión, un editorial o un ensayo. Se trata de un documento ejecutivo orientado expresamente a resolver una cuestión profesional. Conviene recordar que, habitualmente, a nadie le gusta trabajar más de lo necesario, especialmente a los perfiles ejecutivos que van a leer el informe. Tomar más tiempo del necesario de estas personas será considerado, además de una falta de profesionalidad, una pérdida económica para ellos, que podrían estar realizando otras tareas, o descansando, en lugar de perder el tiempo leyendo párrafos que no le transmiten nada relevante.

Esta cuestión es muy importante recordarla antes de comenzar a escribir, durante la escritura y posteriormente. Más adelante, en la fase de revisión, se recoge una técnica para abreviar el informe, una vez escrito.

REDACTAR EL BORRADOR DEL INFORME

Con la estructura bien definida y la información que se desea comunicar absolutamente clara, es el momento de redactar el informe. Es de máxima importancia reseñar que un informe profesional, como ya se ha mencionado, trata de cumplir unos objetivos marcados y generalmente va orientado a tomar determinadas decisiones tras su lectura. Por este motivo, en un informe profesional es fundamental citar las fuentes de donde se ha obtenido la información, ya sean primarias o secundarias. Es totalmente recomendable ir citando las fuentes conforme se redacta el informe, sobre todo si existen varias, aunque esta tarea pueda ralentizar el proceso de escritura. En un informe, es mucho más importante argumentar sólidamente cualquier afirmación basada en datos que proporcionar una lectura amena y fluida.

Si se deja la inclusión de citas para una segunda edición del informe, el autor puede perder fácilmente la noción de dónde se necesita cada una y qué citas pertenecen a cada sección del informe. No hay problema alguno en que la escritura resulte más lenta. Si se ha realizado un esquema sólido para la estructura del informe, la redacción resultará bastante natural.

De la necesidad de citar las fuentes en cualquier informe profesional se deduce que la mayoría de las secciones del documento estarán basadas en datos, con argumentos claros y afirmaciones inequívocas, respaldadas por un razonamiento y evidencias que las justifiquen. Es vital, por lo tanto, evitar siempre adjetivos y expresiones que se puedan interpretar subjetivamente, como "grande", "reducido", "muy alta", etc. Por ejemplo, afirmar que "se han dado muchos casos en el

último trimestre” es una forma de reducir el valor del informe a cero, pues la palabra “muchos” tendrá, con total seguridad, distinto valor para alguien optimista que para un pesimista. Por lo tanto, siempre se deben ofrecer los datos (“se ha dado un 40% más de casos” o “se han dado 25.000 casos” o “ha crecido el número de casos”, si no se dispusiera del dato exacto).

También, es de máxima importancia destacar que, en los informes profesionales, las opiniones deben estar completamente separadas de las secciones donde se aporta la información. Aunque, desde hace ya algunos años, se fomente desde la escuela hasta en las redes sociales, aportar opiniones incluso por encima de demostrar conocimientos, un informe trufado de opiniones del autor puede ir directo a la papelera, salvo contadísimas excepciones, donde el autor resulte la máxima autoridad reconocida en la materia y pocos casos más.

Las opiniones suelen situarse al final de la sección de conclusiones aunque, en ocasiones, si el informe es extenso o trata cuestiones muy dispares, puede incluirse un apartado al final de cada sección con la opinión del autor. En todos los casos, cuando se incluya una opinión del autor, esta debe quedar absolutamente clara. Se puede introducir con “En base a lo expuesto, se considera que...” o “Se piensa que” o “Según la experiencia del autor, esto puede implicar que”, etc.

En algunas ocasiones puede ocurrir que el autor del informe deba incluir valoraciones propias en el cuerpo de información del informe. Por ejemplo, si resulta imposible conseguir un determinado dato y el autor debe extrapolarlo u ofrecer su mejor aproximación, basada en la experiencia o en sus conocimientos. Imagínese que se necesita aportar en el informe la cuota de mercado de vinos de reserva de la denominación de origen Burdeos en Europa pero solo se consigue conocer la cuota de mercado de la denominación Burdeos en Europa. El autor podría asumir que la cuota es la misma en ambos casos, para poder proseguir su análisis y poder dar con algunas conclusiones. Obviamente, esto no es una conclusión, sino parte del cuerpo de información, pero el dato ha sido *extrapolado* o *propuesto* por el autor sin mayor base que su mejor estimación o sus conocimientos. Por lo tanto, es necesario hacerlo constar en el informe. Esto se hace, normalmente, añadiendo una breve nota entre paréntesis (“según la mejor estimación del autor” o “asumiendo que la cuota de mercado de vinos de reserva es la misma que la de vinos en general, al no disponerse de esta información”) o, si es demasiado larga – hay veces que las extrapolaciones o aproximaciones del autor pueden implicar fórmulas matemáticas o un razonamiento bastante extenso – se suele incluir como nota al pie.

Esta es la única excepción donde el autor de un informe profesional puede aportar “cosecha propia” al cuerpo del informe fuera de la sección de conclusiones. De otra manera, el informe será más un editorial o un artículo de opinión, que dirá muy poco de la profesionalidad de su autor.

DARLE FORMATO Y AÑADIR LAS FIGURAS Y TABLAS

Para un documento interno, este podría ser un paso muy corto. Es posible que no haya que realizar ningún trabajo de diseño porque se esté utilizando una plantilla interna. Puede que no haya ni figuras ni tablas. Sin embargo, para un informe externo, o si su naturaleza lo exige, el autor deberá decidir cuidadosamente sobre una amplia variedad de opciones de diseño, como tipos de letra, tamaños de fuente, gama de colores, recuadrado de algunas secciones del texto, sombreados y cuestiones similares. También deberá decidir qué información se presenta mejor gráficamente, y el tipo de herramientas de visualización más adecuadas en cada caso, como gráficas de líneas, de barras o de sectores.

Resumiendo, el objetivo de esta fase de elaboración del informe es conseguir un documento final fácil de hojear, donde la información y el contenido de las distintas secciones sean fácilmente identificables y con una apariencia profesional y cuidada.

En un apartado más adelante se ofrecen algunas recomendaciones tanto sobre cómo dar formato al informe como las mejores maneras de ilustrarlo.

REVISAR Y CORREGIR EL INFORME

Un informe profesional, al igual que cualquier otro documento, debería estar libre de faltas de ortografía, puntuación, errores gramaticales, etc. Si el lector detecta este tipo de errores en el documento, puede cuestionar la calidad del informe y del trabajo realizado para su elaboración, máxime cuando en la actualidad existen numerosas herramientas para realizar estas correcciones de manera prácticamente automática.

El proceso de revisión se puede dividir en dos fases: una centrada en mejorar la calidad del contenido y los elementos formales con los que se expresa y otra donde se realiza la edición y revisión de estilo para que el informe comunique las ideas de manera clara, directa y concisa. A continuación se detallan las dos fases.

Revisión de formato y contenido

Cuando en un informe se utilizan tablas con números, valores económicos y formatos especiales, es importante prestar atención a su coherencia – por ejemplo, utilizando la coma decimal y el punto de millares correctamente si el informe está en español, o viceversa si está escrito en inglés, alineando las columnas numéricas a la derecha, etc.

Conviene revisar el informe en este punto y no antes, pues parte de la revisión incluirá la re colocación de tablas y figuras, ajuste de márgenes y espacios e incluso el cambio de colores y tipos de letra. Si se revisa solo el contenido, antes de realizar el ajuste de formato y la inclusión de figuras y tablas, se correrá el riesgo de obtener un resultado final de peor calidad, sin necesidad alguna.

En el momento de la revisión, podría darse el caso de que el autor considere innecesarios algunos contenidos del informe o prefiera sustituirlos por otros. Es perfectamente lícito y recomendable realizar esta labor, ya que la visión que se tiene al leer y revisar el informe completo es la que tendrá el receptor del informe y no suele coincidir con la que se tiene cuando se está elaborando cada sección del informe. Este punto es importante destacarlo, pues existe la tendencia a no querer eliminar lo que ya se ha elaborado y, en ocasiones, menos es más y un buen recorte ayuda a una mejor comprensión y transmisión de la información.

De hecho, la técnica que se adelantaba anteriormente para abreviar el informe y eliminar información irrelevante es bastante sencilla, aunque quizás un poco drástica: una vez está totalmente revisado y maquetado el informe, debe realizarse una lectura **párrafo a párrafo**. El propio autor debe valorar si, después de leído el párrafo, éste aporta algo nuevo o no y, si no aporta nada, eliminarlo directamente. Se descubrirá cómo, con más frecuencia de lo que a priori pudiera pensarse, hay párrafos cuya única utilidad es enlazar el anterior con el siguiente; algo que se puede hacer, sencillamente, añadiendo un adverbio o locución adverbial al comienzo del siguiente párrafo, como “en contraposición”, “consecuentemente”, “de la misma manera”, etc. En otras ocasiones, se comprobará cómo, en un párrafo extenso, únicamente aporta valor una sola frase o parte de ella, que bien podría anexarse al párrafo anterior o siguiente.

Con esta técnica podría reducirse la extensión final del informe entre un 20% y un 50% y no debe sentirse el autor incómodo por aplicar estos recortes. Como se ha mencionado más de una vez, en un informe profesional menos es más y el lector agradecerá que se esté aportando cuanta más información sea posible en el menor número de líneas... Incluso, si un texto se puede transformar en una gráfica o esquema auto-explicativo, mucho mejor.

Revisión de estilo y edición

En este paso es necesario que el autor pase del modo habitual de lectura, centrado en el contenido, a otro especial, centrado en las formas. La revisión de estilo y consecuente edición del informe para que no tenga errores de expresión o gramaticales se puede resumir en los siguientes pasos:

1. Leer el documento completo una vez para tener la visión de conjunto de cómo ha quedado una vez terminado. Este paso ayudará a comprobar el uso de determinados términos de manera coherente en todo el documento, el enfoque y tono a la hora de enunciar las frases etc.
2. Una vez se haya leído – y editado, si fuera el caso – el contenido, es necesario leer de nuevo el informe para revisar lentamente los detalles y las ediciones del texto, como unir o separar párrafos, el uso de comillas, cursivas o negritas, si los títulos se corresponden realmente con lo que se cuenta en cada sección, etc.
3. Prestar atención a los errores ortográficos y gramaticales que las herramientas automáticas de detección aporten. Normalmente los errores ortográficos los subrayan en rojo, mientras que los gramaticales suelen ir en azul o verde, según la herramienta. Se puede utilizar la herramienta básica de Microsoft Word, que viene habilitada por defecto si se utiliza este programa para redactar el informe, la equivalente de Google Docs, si se utiliza esta aplicación online, o algunas específicas, como Grammarly, que además utilizan inteligencia artificial para sugerir sustantivos más adecuados, simplificar la estructura de las frases e identificar fallos de concordancia, por ejemplo. Aun así, es conveniente comprobar cada sugerencia de estas herramientas pues, aunque cada vez se encuentran más perfeccionadas, siguen cometiendo errores, sobre todo cuando se utilizan frases subordinadas o enumeraciones largas, aunque estas prácticas deberían ser evitadas en un informe técnico.
4. A partir de este punto, se indican cuestiones para incrementar aún más la calidad del documento, aunque no siempre se dispone de tiempo para ello. Así, si el tiempo lo permite, antes del paso 2 convendría esperar uno o dos días antes de comenzar con la revisión ortográfica y de estilo, para poder mirar el documento con “nuevos ojos”. De esta manera se detectarán más errores.
5. Otra práctica que ayuda a identificar aún más posibles correcciones es leer el documento marcha atrás, comenzando con la última frase del documento y luego retrocediendo a la frase anterior y así sucesivamente, hasta el principio del documento. Esta técnica hace que el cerebro no pueda interpretar el contenido de lo que se lee, pues no tendrá mucho sentido y, a cambio, detectará más errores de ortografía, puntuación, uso de mayúsculas y gramática que leyéndolo de la manera habitual.
6. Por último, otra técnica para mejorar la calidad comunicativa del informe es leerlo en voz alta. Enunciar las palabras mientras se leen, como si se estuviera dando un discurso, ayudará a identificar más problemas, como frases demasiado enrevesadas, complementos y adjetivos colocados en mal lugar, falta o exceso de signos de puntuación, etc.

PREPARARLO PARA SU ENTREGA O PUBLICACIÓN

Este paso es realmente una extensión del anterior. Siempre se recomienda marcarse un hito para tener finalizado el informe al menos dos o tres días antes de la fecha de entrega. De esta manera, se puede dejar el documento a un lado durante un par de días y luego volver a él con ojo crítico. ¿Qué sentido tiene esto? Pues bastante. El cerebro necesita oxigenarse y *recalibrarse* para estar en forma, sobre todo después de una tarea que requiera un trabajo mental intensivo... como la elaboración de un informe profesional. Esto lo hace el cerebro mientras dormimos.

Seguramente haya quien se auto-perciba como un súper-héroe o alguien por encima del común de los mortales y piense que, en su caso, su cerebro puede estar perfectamente en forma sin

necesidad de esta pausa y, por lo tanto, considere innecesaria esta fase. Bien, en tal caso, permítaseme sacarlo de su falsa creencia remarcando que ese tipo de humanos o superhumanos, si se da por cierto que existen, lejos de necesitar elaborar un solo informe profesional a lo largo de su vida, en el caso más remoto son quienes los encargan a otros. Y estos otros, por cuestiones biológicas puras, sí necesitamos que el cerebro se recupere.

Tras ese par de días, es más que probable que se detecten errores del tipo hipervínculos que no funcionan, una palabra mal empleada de manera reiterada a lo largo del informe, un tipo de letra o tamaño de fuente que no coincide con el resto, un encabezado o título que no tiene el color del resto, un párrafo sin justificar a la derecha, una tabla con demasiados márgenes, una figura a la que le falta el pie con su numeración y descripción, la numeración de las páginas, encabezados o pies de páginas que se quedan en blanco en determinadas secciones o páginas del documento o, lo que puede resultar catastrófico, referencias a cuestiones de otro informe anterior, si se usó este como plantilla para elaborar el nuevo.

La experiencia del autor, después de haber elaborado probablemente varios miles de informes profesionales hasta la fecha, es que el error puede venir – y vendrá – del lugar más inesperado. Y solo una mente que haya conseguido cierta distancia – mental y temporal – con el documento podrá detectarlo.

De hecho, si se dispone de más tiempo, lo que puede resultar bastante improbable en la mayoría de los casos, se recomienda realizar una segunda revisión, es decir, repetir esta última fase. Lo peor que puede pasar es que el propio autor comience a detectar errores en el informe justo después de haber pulsado el botón “enviar” del correo electrónico en el que lo ha adjuntado (y ocurre con bastante más frecuencia de lo que alguien pudiera imaginar; cuestiones también de la biología del cerebro...).

Sobre el envío, si es en formato digital siempre se recomienda el formato PDF, compatible con prácticamente todos los dispositivos electrónicos que, además, conserva las fuentes y la maquetación del documento. Otras opciones como archivos Word o documentos OpenOffice o LibreOffice, además de ofrecer problemas de formato y compatibilidad, darán una imagen muy poco profesional, por lo que no son absolutamente nunca recomendables para hacer llegar el informe al receptor.

Por último, es importante mencionar que, si el informe se va a entregar impreso, cosa que cada día es menos probable, es conveniente elegir bien la impresora y escoger un papel de suficiente calidad. Sobre la impresora, conviene destacar que las de inyección de tinta suelen marcar demasiado el papel como para imprimir a doble cara, por lo que siempre es mejor imprimir a una sola cara en estos dispositivos. Sobre el papel, salvo que por cultura de la organización o alguna cuestión puramente moral del autor se opte por papel reciclado, la impresión en papel blanco de la mejor calidad, con un gramaje de 80 o incluso 90 g/m² siempre es recomendable. Y, para la tranquilidad de quien esté preocupado con el medioambiente, conviene decir que la mayoría de las empresas papeleras de Europa obtienen el papel de plantaciones realizadas a propósito y además compensan las emisiones del proceso con plantaciones adicionales. En definitiva, cuidado porque un papel reciclado de otras regiones podría contaminar más que uno blanco europeo.

ALGUNAS RECOMENDACIONES DE ESTILO Y CONTENIDO

Cuando se escribe un informe profesional se debe mantener siempre un tono profesional.

CÓMO ELABORAR EL ESQUEMA DEL INFORME

Se puede decir que elaborar un buen esquema para un informe implica tener hecho la mitad del trabajo. Para conseguir un buen esquema es necesario tener claros los objetivos y alcance del

informe, haber realizado la investigación necesaria para recopilar las pruebas o datos que se incluirán en el mismo y tener claras las conclusiones que arrojará el informe. Por lo tanto, una vez elaborado el esquema, en virtud de todo ello, lo que quedará es redactar y revisar para conseguir una buena comunicación con el lector. Por eso, se puede decir que, una vez se tiene el esquema, ya se tiene el 50% del trabajo hecho.

Un esquema detallado del informe realizado correctamente debería coincidir con sus apartados, es decir, el propio esquema debería servir como índice del documento. Un informe profesional es un documento muy estructurado, a diferencia de otros tipos de documentos, como artículos de opinión o ensayos. Es muy recomendable que el esquema sea lo más exhaustivo posible, incluyendo todos los apartados y subapartados, hasta el nivel jerárquico necesario en cada caso, para que el lector pueda encontrar cada punto tratado en el informe simplemente consultando el índice, al igual que se hace con un diccionario. El índice no estará detallado, pero brindará información útil sobre el contenido del informe y dónde localizar tal contenido, además del contexto que acompaña al contenido de interés (el resto de los apartados y subapartados en su misma sección). A veces, el esquema detallado puede llegar a tener tantos niveles de detalle que los niveles inferiores se pueden omitir en el índice para no sobrecargarlo y que no ocupe demasiadas páginas (no es recomendable incluir más de tres niveles o cuatro si efectivamente informa de un asunto de máximo interés).

Hay que resaltar que **siempre** se puede elaborar un esquema del contenido del informe. Si aparentemente el contenido a comunicar en un informe es *imposible* de estructurar en un esquema es porque se ha hecho algo mal: o bien se han determinado unos objetivos o alcance incoherentes o vagos o bien se ha recopilado información que no tiene que ver con ellos o no es relevante para llegar a las conclusiones. En tal caso, tocará volver al principio y replantear qué se ha hecho mal.

Elaborar un esquema ayuda a dar una estructura lógica al informe y reduce la probabilidad de repeticiones indeseadas. Además, cuando se hace el esquema detallado, se puede comenzar a colocar las citas y referencias a las fuentes en él para saber después qué datos habrá que incluir en cada parte del documento. Esto también ayuda a llevar un registro de dónde se está citando cada fuente en la escritura, de modo que no quede ninguna fuente de interés sin incluir y asegurando que cada fuente se cita en el apartado más adecuado en cuanto al valor que aporta.

Los esquemas detallados también ahorran tiempo. Cuando se dispone de un esquema claro y bien estructurado, es muy poco probable encontrarse en un bloqueo de escritor, porque siempre se sabe lo que se debe escribir a continuación. Cuando se elabora un esquema realmente bueno, el autor del informe puede comenzar a escribir su contenido de una manera que tenga sentido y las palabras simplemente fluirán naturalmente, convirtiéndose la escritura prácticamente en una tarea puramente mecánica.

En consecuencia, el tiempo invertido en crear un esquema detallado se traduce en un ahorro sustancial de tiempo y problemas en las siguientes etapas de elaboración del informe. En la Figura 1 se muestra un ejemplo del aspecto que tendría un borrador de un esquema detallado.

1. Introducción
 - 1.1. Objetivos y alcance
 - 1.2. Audiencia
 - 1.2.1. Audiencia principal: estudiantes (citar a...)
 - 1.2.2. Público secundario: docentes (citar a...)
 - 1.3. Contexto
 - 1.3.1. Antecedentes históricos (citar a...)
 - 1.4. Eventos recientes (citar a...)
 - 1.5. Opinión generalizada (citar a...)
2. Métodos de búsqueda
 - 2.1. Fuentes secundarias consultadas
 - 2.1.1. Artículos de revistas académicas
 - 2.1.2. Publicaciones comerciales
 - 2.1.3. Informes y estadísticas oficiales
 - 2.2. Fuentes primarias utilizadas
 - 2.2.1. Encuestas realizadas
 - 2.2.2. Organización de *focus groups*
 - 2.2.3. Entrevistas individuales
3. Resultados de la investigación
 - 3.1. Revisión de la literatura
 - 3.1.1. Comentar los trabajos de...
 - 3.1.2. Comentar las obras de...
 - 3.2. Análisis de los datos
 - 3.2.1. Resultados preliminares
 - 3.2.2. Detalle de cómo se han analizado los datos
4. Conclusiones
 - 4.1. Los esquemas detallados ahorran tiempo
 - 4.2. Incluir citas en los esquemas ahorra tiempo y aumenta la calidad del informe
 - 4.3. Los esquemas detallados ayudan a crear mejores documentos

Figura 1. Ejemplo de esquema detallado para un informe

SOLIDEZ Y COHERENCIA

Se incluye este apartado solamente para hacer hincapié en que un informe profesional se encarga con el objetivo de tomar decisiones ejecutivas o ser considerado la fuente principal de información en alguna materia. Por este motivo, es crucial no incluir información desactualizada, inexacta, irrelevante o que entre en conflicto con cualquier otro dato que el lector pueda consultar.

El caso más flagrante es cuando se aportan datos contradictorios en el mismo informe. Por ejemplo, se consultan dos informes de mercado y uno indica un crecimiento para el sector del 12% en los próximos cinco años, mientras que el otro arroja un crecimiento del 14% para el mismo período. Es importante, si se diera esta circunstancia – que suele ser más frecuente de lo que pueda parecer al consultar fuentes secundarias – decidir qué fuente se considera más fiable y descartar las demás o elaborar una fórmula para dar con un dato único (dar la media aritmética, por ejemplo, o asignarle un peso diferente al dato de cada informe, dando una media geométrica, en este caso).

Un informe necesita ser coherente en toda su extensión para transmitir solidez y ser considerado fiable. Otra cuestión para garantizar la solidez es realizar afirmaciones de manera asertiva, es decir, si el autor no encuentra un dato sólido que utilizar es mejor obviarlo: un informe elaborado sobre una base de información dudosa arrojará conclusiones, lógicamente, dudosas. Por lo tanto, tanto el trabajo realizado como la reputación del autor serán percibidos con muy poco valor.

LISTAS, TABLAS, GRÁFICAS E IMÁGENES

Los informes profesionales suelen representar la información de manera fácilmente comprensible e identificable, ya sea mediante listas, gráficas, tablas o diagramas. Cuanto más formal sea el informe, más probable es que necesite material que no sea solamente texto y, en ocasiones, también es necesario aportar fotografías, por ejemplo, en informes médicos o periciales.

El uso de estos elementos no solo ayuda a aclarar la información presentada en el informe, sino que también ayuda a dividir un informe con mucho texto, haciéndolo más atractivo visualmente. Es importante destacar que las imágenes aclaran, ilustran y aumentan el contenido del texto escrito, pero no lo reemplazan. Al igual que cuando se presentan hechos o extractos de una fuente externa al lector en la escritura, es necesario interpretar las ilustraciones – gráficas, tablas, diagramas, etc. – al lector. Ubicar figuras o tablas sin hacer ninguna mención a ellas en el texto es una práctica a evitar por completo. Así, cada vez que se incluya un cuadro, gráfico o tabla, estos deben ir numerados (generalmente se utiliza un orden de numeración para las tablas – tabla 1, 2, 3... – y otro para el resto de los elementos – figura 1, 2, 3...), con una breve descripción al pie y referenciados siempre en el texto (“como se aprecia en la figura 1”, “en la tabla 3 se detalla”, etc.), señalando los puntos clave que deben extraerse de ellos.

En el otro extremo, colocar elementos gráficos *gratuitos* solo para decorar u ocupar espacio puede confundir al lector y hacerle perder no solo el tiempo sino el hilo conductor de la argumentación del informe. Además de que el propio lector percibirá que el autor del informe está *rellenando* sin aportar valor, el resultado sobre los objetivos marcados para el informe se puede ver comprometido. Por lo tanto, antes de incorporar un gráfico, una tabla o cualquier otro elemento en el texto del informe, el autor debe verificar si es estrictamente necesario o simplemente es un objeto *decorativo*. En el último caso, mejor evitarlo.

Conviene determinar qué tipo de material visual es el más adecuado para transmitir la información deseada, de tal forma que el lector la comprenda con el menor esfuerzo. Si las imágenes se eligen mal, están mal diseñadas, o se utiliza un elemento gráfico cuando resultaría más conveniente una tabla, o viceversa, estos elementos pueden confundir al lector y tener consecuencias negativas. Hay que recordar que nuestros ojos se sienten naturalmente atraídos por las imágenes que destacan, así que hay que asegurarse bien de que están bien elegidas y en el lugar correcto.

Elección de los tipos de elementos visuales

La Tabla 2 proporciona algunas pautas generales sobre los tipos de elementos visuales más adecuados para diferentes tipos de información.

Información a incluir	Elemento visual
Números, porcentajes, categorías	Tablas, gráficas
Procesos	Diagramas de flujo
Datos geográficos	Mapas
Listas cronológicas o con ítems ordenados por prioridad	Listas enumeradas
Listas con elementos que no necesitan orden	Listas no numeradas

Tabla 2. Elementos visuales recomendados para distintos tipos de datos

En la Tabla 3 se dan algunas recomendaciones sobre el uso de los distintos elementos visuales en un informe profesional.

Elemento visual		Descripción y propósito
Tabla		Colocar datos en categorías formateadas en filas y columnas para comparar. Se utiliza cuando las cifras exactas son importantes. Siempre hay que etiquetar correctamente los encabezados de las columnas y/o las filas
Gráfica	De barras estándar	Revelar cambios en una variable en diferentes puntos a lo largo del tiempo
	De barras horizontales	Comparar y contrastar dos o más variables en el mismo momento o comparar cambios a lo largo del tiempo
	De líneas	Mostrar el nivel y el sentido del cambio en relación con dos variables, comparar elementos a lo largo del tiempo, mostrar la frecuencia o la distribución o muestra correlaciones
	De sectores	Mostrar el número y tamaño relativo de las divisiones de un tema; mostrar la relación de las partes con un todo (las partes deben sumar 100% para tener sentido)
Diagrama	Organigrama	Mapear las divisiones y niveles de responsabilidad o jerarquía dentro de una organización
	De flujo	Mostrar la secuencia, los pasos y las opciones de un proceso o procedimiento
	De Gantt	Indicar plazos para proyectos con varias tareas. Es especialmente utilizado en informes de progreso
Ilustración	Diseño o esquema gráfico	Identificar las partes de un sistema o proceso y su flujo espacial o relación funcional; enfatizar los detalles o mostrar las dimensiones
	Fotografía	Mostrar el aspecto de un elemento, equipo o lugar con detalles realistas o dar fe de su uso o existencia

Tabla 3. Aplicación de los distintos tipos de elementos visuales en un informe

Formateo de gráficos

Una vez se haya seleccionado el gráfico correcto para el informe, será necesario generarlo. Para ello, en ocasiones existe una guía de estilo y en otras hay absoluta libertad. El punto clave aquí es

apuntar siempre a la consistencia de formato. Esto significa que elementos como títulos, números y colores deben tener el mismo formato en todo el informe. Si hay pequeñas inconsistencias en este orden, aunque pueda no parecer un gran problema a priori, demostrarán falta de atención a los detalles y preocupación por el trabajo encomendado a un lector exigente.

Se pueden enumerar cuatro reglas para integrar gráficos en un informe profesional:

- Asignar a cada elemento visual una numeración y leyenda o descripción.
- Etiquetar todas las unidades en tablas y gráficos (ejes x e y, leyendas, columnas, partes de diagramas, etc.).
- Proporcionar la fuente de los datos o de la imagen, si no la creó usted mismo, habitualmente entre paréntesis en la leyenda o descripción.
- Evitar distorsionar los datos o la imagen para acoplarlos a la maquetación del documento.

Además, los elementos visuales también deben estar rodeados de suficiente espacio para enfatizarlos y mejorar su legibilidad. Si se copia una tabla, imagen o diagrama de otra fuente, además de citar la fuente es importante comprobar que tiene suficiente resolución para que no se vea borroso o resulte ilegible. En todo caso, siempre se recomienda que los gráficos, tablas y diagramas se elaboren con una herramienta por parte del autor (por ejemplo, PowerPoint o Excel) para poder respetar la paleta de colores, tipos de letra, etc.

Usar los elementos visuales de forma ética

Como ya se ha indicado, los elementos gráficos de un informe pueden tener un impacto mayor que el texto en la percepción del lector y, por lo tanto, en el resultado sobre el objetivo planteado con el informe. Por este motivo, es muy importante tener en cuenta que, si los gráficos son engañosos de alguna manera, y el lector se da cuenta de esto, la credibilidad o confianza en el informe puede quedar comprometida.

Ejemplos de elementos gráficos engañosos son etiquetas que solo resaltan determinados datos que apuntan en la dirección de las conclusiones que se pretenden defender (pero que no siguen más lógica que el arbitrio del autor del informe), escalas de ejes diferentes para que determinados valores parezcan mayores o menores, o muy diferentes o parecidos entre sí, escalas que no comienzan en el cero para dar la sensación de mayores oscilaciones en una serie de datos (Figura 3) o el uso de colores y formas para conseguir un resultado intencionadamente favorable a unas conclusiones construidas pero imposible de extraer de los datos presentados. Por ejemplo, en la misma figura Figura 3, que probablemente pasará a los libros de texto como ejemplo de lo que no se debe hacer, se aprecia como la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET) utiliza el color frío verde para identificar una temperatura de 13,8°C y amarillo – cálido – para representar 14°C, intentando exagerar unas oscilaciones mínimas en la temperatura media de España. En esta gráfica incluso se utilizan etiquetas bastante capciosas en la leyenda, estableciéndose siete clases de datos en un rango muy reducido y resultando casos tan estrambóticos como que de 2010 a 2011 se pasó en España de un clima “frío” a uno “*extremadamente cálido*”, cuando probablemente ningún español lo notó, ya que la temperatura solamente osciló 1,1°C.

Este es un ejemplo muy ilustrativo de cómo una gráfica puede generar confusión. Tras haberse mostrado la gráfica de la Figura 2 en un programa de televisión nacional durante un debate sobre el cambio climático, numerosos medios publicaron la de la Figura 3, llegándose incluso a afirmar que la mostrada en televisión era falsa y generando un duro debate político simplemente por la forma en la que se representan los datos en una gráfica. Aunque en un informe profesional se presupone que el lector tendrá cierta cualificación en la materia, el uso de prácticas poco éticas podría tener resultados similares a lo ocurrido con el ejemplo descrito.

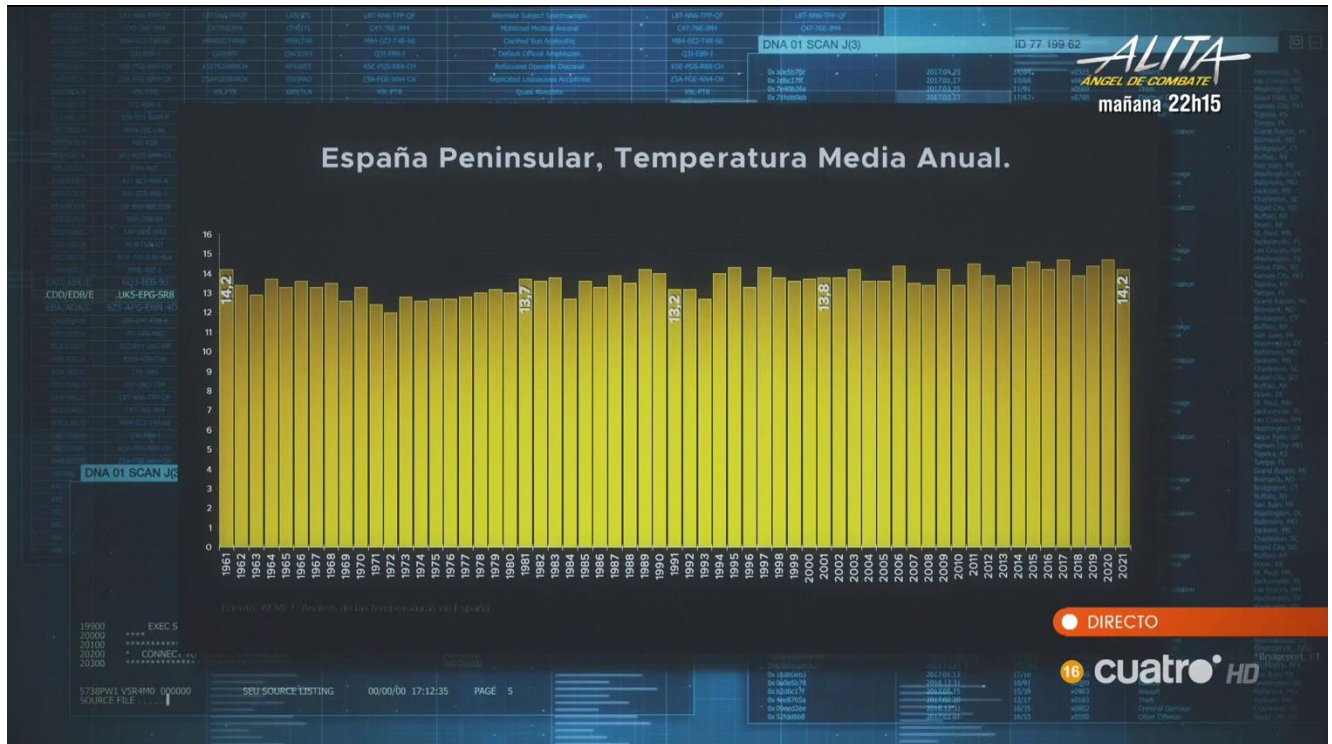


Figura 3. Ejemplo de gráfica con el eje comenzando en cero, siguiendo las recomendaciones estándares para representaciones gráficas profesionales. Esta gráfica fue mostrada en el programa de TV Horizonte, dirigido por Iker Jiménez

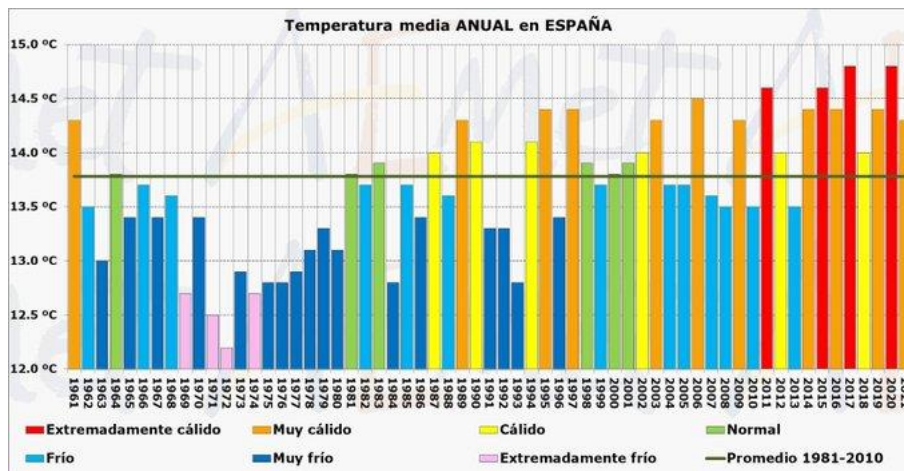


Figura 2. Ejemplo de gráfica que utiliza elementos visuales éticamente cuestionables, producida por la AEMET. Muestra la misma serie que la Figura 3, pero mostrando el eje Y con un rango acotado solamente a las variaciones de la serie, estableciendo arbitrariamente una escala de siete clases para un rango de solo 3°C y sin indicar a qué rango corresponde cada escala, observándose que se concentran más clases en torno a la parte central del rango mostrado

ACRÓNIMOS Y ARGOT PROFESIONAL

En los informes técnicos es bastante frecuente el uso tanto de acrónimos como de argot propio de la profesión o sector en el que se encuadra el tema del informe. Sobre los **acrónimos**, la regla básica es indicar siempre en todo informe a qué corresponden los acrónimos utilizados, excepto si son de uso generalizado (por ejemplo, el SEPE, la DGT, las direcciones IP, etc.). Para ello, se puede indicar el término completo junto al acrónimo la primera vez que se utiliza en el texto del informe o añadir un índice o tabla de acrónimos como anexo al documento o justo detrás del índice.

A continuación se muestran algunos ejemplos de cómo introducir acrónimos en el texto, la primera vez que son utilizados:

- Las distintas soluciones ERP (*Enterprise Resource Planning*) en el mercado...
- La técnica del electrocardiograma (ECG) ...
- El Reglamento General de Protección de Datos (GDPR, por sus siglas en inglés) ...

En el caso de optar por una tabla de acrónimos, ésta deberá ir ordenada alfabéticamente.

También conviene resaltar que, por supuesto, se deben omitir acrónimos *inventados* por el autor y todos aquellos no aceptados generalmente por el gremio profesional al que se dirige el informe. Por ejemplo, el acrónimo AC puede hacer referencia a "corriente alterna" ("*alternate current*", en inglés) o a "aire acondicionado" ("*air conditioning*", en inglés). Por lo tanto, nunca se debería utilizar el acrónimo AC en un informe sobre climatización para hacer referencia a la corriente alterna y viceversa.

Respecto del **argot**, no existen máximas generales a la hora de redactar un informe profesional. Hay algunos defensores de utilizar la mayor cantidad de palabras específicas del argot de su profesión, pues se incorporaron para añadir precisión y economía al lenguaje entre profesionales que lo comparten. Por otra parte, la cantidad de argot en determinadas profesiones puede ser tal que no resulte completamente conocido a todos sus profesionales, por lo que hay quienes prefieren moderar su uso.

En todo caso, se ha de tener en cuenta siempre quién es la audiencia esperada del informe y adaptar el argot a esta audiencia. Una cuestión que nunca está justificada y que resulta bastante frecuente en determinadas profesiones como la medicina, es utilizar argot para una audiencia no docta en la materia pues, como cualquiera incluso con pocas luces puede deducir, el contenido del informe resultará difícil de comprender. La salvedad a este punto es que quien elabora el informe se haya marcado como objetivo precisamente este fin, lo cual puede ocurrir con más frecuencia de la esperada, por diversos motivos.

NUMERACIÓN Y REFERENCIAS

En un informe es esencial facilitar mecanismos para encontrar y referenciar la información que contiene. Por este motivo, todas las secciones, sub-secciones y apartados deben ir numerados de manera única (por ejemplo, utilizando la numeración clásica para títulos tipo 1, 1.1, 1.2, 1.2.1, etc.).

También es muy importante que todas las tablas y figuras se encuentren numeradas y con su descripción al pie, para poder hacer referencia a ellas tanto en el texto del informe como en una discusión posterior del mismo.

Si se necesita incluir notas aclaratorias, se puede optar por incluirlas al pie de página o al final del documento. Para facilitar la claridad se recomienda incluirlas al pie de página pues, sobre todo en medios digitales, moverse hasta el final del documento para consultar una nota y después regresar al punto de lectura es una tarea bastante tediosa y complicada si el informe es extenso.

Aunque puede depender de la guía de estilo que pueda existir para redactar el informe, si se desea utilizar hipervínculos, se recomienda incluirlos como notas al pie de página y no directamente sobre el texto. Esto está especialmente recomendado si existe un gran número de hipervínculos, pues suelen aparecer resaltados (subrayados o en otro color) y esto dificultará el uso de negritas, cursivas y subrayados por el autor para resaltar los conceptos que realmente son importantes.

Por último, tampoco se debe olvidar numerar todas las páginas del informe, excepto la portada, el resumen ejecutivo y el índice, para que cualquier lector pueda acudir al lugar adecuado instantáneamente durante una reunión o discusión del mismo, por ejemplo.

ÍNDICES

La recomendación habitual es incluir un índice si el informe tiene en total más de diez páginas. El índice se corresponderá con el esquema previamente elaborado para plantear la estructura del informe, facilitando solamente dos o tres niveles jerárquicos, para no hacerlo demasiado extenso.

Decidir si en el índice debe incluirse solo el primer nivel de esquema o hasta el segundo o el tercero dependerá de cuánto aporte cada apartado a la comprensión general del informe. Esto quedará a criterio del autor, salvo que exista una plantilla definida que indique otra cosa. Lo habitual es incluir niveles de esquema mientras no haya dos o más secciones en la misma página. Gráficamente, se ilustra en la Figura 4.

Índice adecuado		Índice inadecuado	
1. Introducción	1	1. Introducción	1
2. Sección 1	2	2. Sección 1	2
2.1. Sub-sección 1A	3	2.1. Sub-sección 1A	3
2.2. Sub-sección 1B	5	2.2. Sub-sección 1B	3
3. Sección 2	7	3. Sección 2	5
3.1. Sub-sección 2 ^a	8	3.1. Sub-sección 2A	5
3.2. Sub-sección 2B	10	3.2. Sub-sección 2B	5
3.3. Sub-sección 2C	14	3.3. Sub-sección 2C	6
4. ...		4. ...	

Figura 4. Ejemplos de índice con segundo nivel de esquema recomendado (izquierda) y no recomendado (derecha) según la extensión en páginas de cada sub-sección

Es importante remarcar que el resumen ejecutivo se sitúa *antes* del índice y, por lo tanto, no debe aparecer en éste.

DIFERENCIA ENTRE RESUMEN EJECUTIVO Y CONCLUSIONES

Ya se ha detallado qué es un resumen ejecutivo: una sección extremadamente corta (una página como máximo, aunque hay autores que defienden hasta dos páginas o incluso más, en lo que el autor de este artículo no está en absoluto de acuerdo) para ser leída por alguien en escasos minutos y que, con esto, tenga los elementos claves de todo el documento.

Hay que ver el resumen ejecutivo como una página del informe que **podría ser directamente arrancada** del resto del documento y ni uno ni otro quedarían incompletos por separado. Por lo tanto, debe ir ubicado inmediatamente después de la portada y *antes* del índice – para no influir en la numeración de páginas del documento – y, si va a ser impreso, no contener nada en la página trasera (para poder ser arrancado sin perjudicar el resto del informe).

El apartado de conclusiones, por el contrario, se sitúa al final del informe – antes de los anexos – y recoge los puntos que el autor deduce o induce de los datos y hechos expuestos en el cuerpo del informe. Por lo tanto, a diferencia del resumen ejecutivo, el apartado de conclusiones debe hacer referencia a las secciones concretas del informe donde está la información de la que se extrae cada conclusión. Además, en las conclusiones nunca se resumen los puntos de partida o descripciones expuestas en el cuerpo del informe. Un buen apartado de conclusiones contendrá un 80% de

resultados, e incluso opiniones del autor y un 20% de información ya expuesta anteriormente en el cuerpo del informe, solamente la necesaria para darle cierta coherencia al texto.

A continuación se muestra un ejemplo muy breve de resumen ejecutivo y conclusiones para un supuesto informe sobre la posible evolución de la inteligencia artificial en los próximos años, de elaboración propia:

Resumen ejecutivo

La inteligencia artificial (IA) comenzó a ser desarrollada hace varias décadas y se encuentra implementada en bastantes ámbitos de la sociedad desde hace más de diez años (ej. redes de distribución de energía, gestión de semáforos en grandes ciudades, viajes espaciales, armamento, aviación, etc.).

En el último año, la explosión mediática provocada por el lanzamiento de la solución Chat GPT por la empresa americana OpenAI ha ocasionado una avalancha de soluciones de IA ya sean basadas en este algoritmo (GPT) o propias, para nuevos usos, mayoritariamente masivos o domésticos.

Entre estos usos, aquéllos donde la IA genera contenidos (textos, imágenes, vídeos, etc.) a partir de otros se denomina "IA generativa" ("generative AI", en inglés).

Aunque a priori se desconoce el impacto que puede tener la IA a medio y largo plazo, los expertos predicen una adopción exponencial en prácticamente todas las facetas personales y profesionales y nuevos riesgos asociados a este nuevo escenario, donde tanto contenidos como procesos estén parcial o totalmente gobernados por la IA.

En la literatura se habla del concepto de "singularidad" en referencia al momento en el que la IA sea capaz de superar a la inteligencia humana en todos los aspectos, aunque es una cuestión más filosófica que práctica, pues el propio ser humano es incapaz de determinar cuáles son todos ellos.

Basándonos en hechos pasados de índole similar (explosión de Internet, la telefonía móvil o el automóvil, por ejemplo), se recomienda seguir de cerca tanto a los grandes proveedores tecnológicos capaces de producir soluciones de IA (OpenAI, Microsoft, Google, Apple, Tencent, etc.) y la regulación en los principales mercados (Europa, Estados Unidos y China).

Conclusiones

Tras el análisis realizado sobre los siete principales proveedores de IA en el mercado global, se puede concluir lo siguiente:

- *La inversión en investigación y desarrollo de soluciones de IA no está completamente definida en las empresas. Aun así, las cifras son bastante elevadas, situándose por encima del 5% de la facturación del último año en casi todos los casos.*
- *Se espera una continuidad en la aparición de nuevas soluciones durante el próximo año. En los registros se comprueba que cada mes se está superando el número de aplicaciones lanzadas al mercado respecto del mes anterior. Esto provocará, sin duda, una saturación del mercado en algún punto que aún está por determinar.*
- *Aunque la IA generativa está copando la actualidad mediática, otras soluciones de IA se están viendo beneficiadas del auge de estas tecnologías, especialmente*

las de aplicación militar e industriales, debido al incremento progresivo de datos disponibles para entrenar las redes neuronales y la cantidad creciente de empresas que ofrecen estos servicios y conjuntos de datos (datasets) para su explotación.

En opinión del autor, estas tendencias continuarán durante al menos uno o dos años y vendrán altamente influenciadas por los movimientos de los gigantes tecnológicos, a los que se aconseja seguir de cerca en todo lo relacionado con IA. Además, al igual que ha ocurrido con situaciones de mercado disruptivas como la actual en el pasado, es muy probable que, durante los próximos cinco años, comiencen a precipitarse quiebras de pequeñas empresas pioneras en determinados servicios, al mismo tiempo que fusiones y adquisiciones, hasta llegar a un ecosistema empresarial más sólido y reducido. Este pronóstico refuerza aún más la necesidad de observar de cerca los gigantes tecnológicos, ya no solamente desde el punto de vista de desarrollo de productos y servicios, sino también en relación con su capacidad financiera y de presencia – cuota de mercado – en los diferentes territorios y sectores empresariales.

FORMATO GENERAL

El formato general del documento, aunque no es la parte más importante, sí tiene su relevancia. Especialmente cuando hay que respetar determinadas guías de estilo, que imponen tipos de letra, tamaños, márgenes o número máximo de páginas para el informe, hay que tener en cuenta algunas consideraciones que se detallan a continuación:

- Los **tipos de letras**, o fuentes, se clasifican principalmente en dos grandes categorías: de imprenta y caligráficas. Las fuentes caligráficas se asemejan a la escritura manuscrita – se podría incluir en este grupo las que presentan diseños especiales, como las que simulan las letras de Disney, Coca Cola o Star Wars, por ejemplo – y no se recomienda su uso jamás en informes profesionales. Las fuentes de imprenta se dividen a su vez en dos grupos: *serif* (con terminaciones, utilizadas antiguamente para facilitar que la tinta de la imprenta imprimiera la letra completamente) y *sans-serif*, es decir, sin esas puntas. La fuente *serif* más común es la “Times New Roman” o simplemente “Times”, según el sistema operativo utilizado, mientras que las fuentes *sans-serif* más comunes son la “Arial”, “Calibri” y “Helvetica”, según también el sistema operativo. Las recomendaciones en este caso son:
 - Las fuentes *serif* se leen mejor, mientras que las *sans-serif* resultan más modernas y estéticas. Por lo tanto, si el informe es muy extenso y se desea invitar al lector a leerlo en profundidad, sería recomendable usar *serif*. Si es más corto y prima la estética, porque va a ser expuesto o comercializado, mejor usar *sans-serif*.
 - Dentro de cada grupo, la elección de la fuente concreta dependerá del gusto de cada autor o de las guías de estilo establecidas. Se recomienda utilizar siempre fuentes más o menos estándares, para evitar problemas con caracteres especiales, como acentos, la ñ, etc. y para asegurar que las impresoras PostScript (prácticamente todas las láser) imprimen el documento tal como se ha diseñado y no sustituyen las fuentes por otras (el protocolo PostScript funciona con grupos concretos de fuentes solamente). Conviene también prestar atención al tamaño de las fuentes respecto del interlineado, pues hay fuentes demasiado grandes que, a igualdad de tamaño, dejan muy poco interlineado y otras muy pequeñas, con las que ocurre lo contrario. Si existe limitación de páginas en el documento, la mejor forma de ahorrar espacio sin que el texto resulte apiñado es utilizar Times New Roman para *serif* y Calibri para *sans-serif*.
 - El tamaño de la fuente es una cuestión que está relacionada con el interlineado: hay veces que se prefiere una fuente más pequeña y más interlineado (por ejemplo

fuente de tamaño 10 e interlineado 1,5) y otras se prefiere una fuente mayor con interlineado simple. Generalmente se recomienda que el texto principal tenga un tamaño de fuente 11, aunque también es posible usar 10 o 12 y, además, los procesadores actuales permiten fracciones, por lo que es posible utilizar tamaño 10,5 u 11,3, por ejemplo. No obstante, de nuevo, los tamaños de fuentes no enteros podrían dar problemas de formato, especialmente en aplicaciones antiguas para leer PDF. El interlineado, en cambio, permite fracciones sin problema. Si se quiere reducir el número de páginas para respetar un límite, se puede utilizar interlineado simple o incluso 0,95 o 0,93 (por debajo de este número los renglones se verán apiñados). En cambio, si existe libertad para expandir el texto se puede utilizar interlineado 1,2 y hasta 1,5 para facilitar la lectura. Por encima de 1,5 el documento resultará poco estético.

- Todas las fuentes estándares permiten utilizar tipos normales y también subrayado, negrita y cursiva. El subrayado está en desuso y puede ser considerado obsoleto, aunque en determinados casos puede resultar interesante (por ejemplo, para titular subapartados). La recomendación aquí es ser consistente: si se resaltan, por ejemplo, los conceptos clave en el texto usando negrita, seguir esta técnica en todo el informe y no cambiar a subrayado, mayúsculas o cursivas en cada sección.
- Por último, las fuentes utilizadas para títulos de figuras y tablas o en las notas al pie de página deberían tener un tamaño mínimo de 8 para ser legibles. Aunque se recomienda utilizar el mismo tipo de letra que en el cuerpo principal, no es estrictamente necesario.
- Sobre los **márgenes** no hay demasiado que señalar: a veces vienen impuestos por las guías de estilo. Si no es el caso, los márgenes de página (superior, inferior y laterales) deberían estar entre 1,5 cm y 2,5 cm en todos los casos, en un informe profesional. Una cuestión estética a observar es que, tanto para los números de página como si se incluyen encabezados y pies de página, los márgenes deben garantizar que el texto del cuerpo principal y de las notas al pie de página, donde las haya, no quedan demasiado de estos, por cuestión estética.
- Una cuestión que también es necesario considerar cuando se está dando formato al informe es el **tamaño y espaciado de los títulos y subtítulos**, así como el espacio entre párrafos del documento. Existe la tendencia generalizada a utilizar retornos de carro (pulsar la tecla intro) para añadir espacios antes y después de los títulos, así como para separar párrafos. Esta técnica, además de resultar poco estética y flexible, dificulta el formateo de documentos. En su lugar, es recomendable utilizar los estilos del procesador de textos. Allí se encontrarán los estilos "Normal" – para el cuerpo de texto – y otros denominados "Título 1", "Título 2", etc., para los títulos, subtítulos y siguientes niveles, si los hubiera. Estos estilos pueden ser sencillamente modificados para que automáticamente añadan el espacio deseado antes y después, haciendo clic con el botón derecho sobre cada uno y seleccionando "Modificar..." → "Párrafo". De esta manera, es posible añadir un espacio entre 12 y 24 puntos en los párrafos y de 3 o 6 puntos entre párrafos, para que resulten estéticos y, sobre todo, para poder *jugar* a posteriori con ellos y ajustar el número de páginas o el aspecto final deseado del documento con suma facilidad.
- Por último, sobre el uso de **colores**, conviene recordar lo que se expuso al principio del artículo: hay que tener en cuenta en qué medios va a acceder el lector al contenido (impresión en blanco y negro o a color, pantalla de ordenador, etc.) para decidir la paleta de colores a utilizar. Si se va a utilizar color, lo que es altamente recomendable incluso cuando se deba preparar el informe para su impresión en blanco y negro, se debe determinar la paleta de colores a utilizar, que debe ser reducida (no más de tres o cuatro tonos de la misma gama de color). Si se quiere facilitar la impresión en blanco y negro hay que tener presente que los colores oscuros (excepto los tonos amarillos) se mostrarán como gris

oscuro o negro aparente en las impresiones en blanco y negro. Por lo tanto, se puede utilizar azul marino, verde oscuro o rojo burdeos para títulos sin problema. Esta gama de colores debería seguirse igualmente en tablas y gráficas, en la medida de lo posible, para dar coherencia al documento.

Existe infinitud de recomendaciones sobre formato y estilo para maquetar y dar formato profesional a informes, que van más allá de los objetivos de este artículo. Aquí se ha tratado de resumir lo más relevante para conseguir una apariencia profesional con los mínimos recursos y dedicación. Se invita al lector a consultar manuales especializados si tiene interés en profundizar más.

CONCLUSIONES

En este artículo se ha tratado de plasmar tanto las normas generalmente aceptadas como la experiencia del autor en la elaboración de informes profesionales. Se ha tratado de resumir la mayoría de las cuestiones que contribuirán a producir un informe profesional de calidad y se han facilitado ejemplos y recomendaciones prácticas para poder comenzar con mejoras concretas.

En la vida profesional de cualquier persona, redactar un informe – más sencillo o complejo, corto o largo, general o específico – será una tarea que deberá acometer en algún momento, con total seguridad. Siguiendo las ideas aquí expuestas se facilitará el entendimiento de su contenido y el reconocimiento a su autor.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Schmelkes, C. (1988). Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación. In Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (pp. 214-214).
- [2] Solomon, P. R. (1992). Guía para redactar informes de investigación. In Guía para redactar informes de investigación (pp. 56-56).
- [3] Bowden, J. (2011). Writing a report: how to prepare, write & present really effective reports. Hachette UK.
- [4] McCarthy, L. H., & Reilly, K. E. (2000). How to write a case report. FAMILY MEDICINE-KANSAS CITY-, 32(3), 190-195.
- [5] Burnard, P. (2004). Writing a qualitative research report. Accident and emergency nursing, 12(3), 176-181.
- [6] Astika, G. (2020). How to Write Research Report. Penerbit Andi.
- [7] Schneider, W. J., Lichtenberger, E. O., Mather, N., & Kaufman, N. L. (2018). Essentials of assessment report writing. John Wiley & Sons.
- [8] Weissberg, R., & Buker, S. (1990). Writing up research. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.