

Actos de Habla, una competencia comunicativa clave para la acción



Image Designed by Freepik

La perspectiva del lenguaje como un género de acción, nos permite desarrollar competencias relevantes en aspectos claves de nuestras interrelaciones, partiendo por la explicación de la realidad social, la comprensión de naturaleza misma de una organización en términos de redes de conversaciones para la creación de valor, hasta la adquisición de habilidades transformacionales para lograr acuerdos e implementar las buenas ideas.

Jorge Maturana Palma, julio de 2017.

Perspectiva lingüística del mundo

La importancia del uso del lenguaje y la expresión lingüística fue puesta de manifiesto con el surgimiento de la filosofía analítica a fines del siglo XIX, impulsando una nueva línea de pensamiento denominada “el giro lingüístico” que ha empapado buena parte de la filosofía contemporánea.

La conexión del lenguaje con el mundo y la mente llevó a muchos filósofos a pensar que la estructura del lenguaje no es otra cosa que un reflejo de la estructura de la realidad misma, por lo cual, ellos apostaron a que podríamos llegar a conocer indirectamente el mundo mediante el estudio del lenguaje con que nos referimos a las cosas del mundo. El filósofo Wittgenstein, en algún momento propuso que las palabras de una oración están ahí por las cosas del mundo y las relaciones entre las palabras representan las relaciones entre esas cosas.

Asimismo, se observó que una buena parte de los problemas filosóficos como cotidianos no eran otra cosa que confusiones del lenguaje producto de un mal uso o una inadecuada interpretación de los términos, y que por lo tanto dichos problemas podían ser resueltos (más bien disueltos) mediante un cuidadoso análisis lingüístico. Este modo de proceder se conoció como análisis terapéutico, una especie de terapia filosófica basada en el lenguaje cuya estrategia consistía en el ascenso semántico: si uno cae en perplejidades al hablar sobre las cosas, suele servir de ayuda desplazar el foco y hablar sobre cómo hablar sobre aquellas cosas, sobre lo que uno diría o debería decir coherentemente de algo bajo ciertas circunstancias.

Por otro lado, con el lenguaje no sólo nos referimos a los objetos del mundo físico sino también a nuestros estados y procesos mentales. Se dice que con el lenguaje expresamos el contenido intencional de nuestros estados mentales. Las oraciones o enunciados se refieren a la forma lingüística con la que expresamos un determinado contenido de pensamiento. Esta distinción es necesaria para comprender como podemos expresar un mismo contenido mental bajo distintos enunciados, por ejemplo, en diferentes lenguas. Es así como los

enunciados "La casa es roja" y "The house is red" son dos oraciones diferentes pero que expresan la misma proposición o contenido mental.

El uso del lenguaje, además de constituir un mecanismo mediante el cual podemos referenciar diversos objetos del mundo físico y nuestros propios estados mentales, también puede ser contemplado como un género de acción que nos ofrece una poderosa herramienta a través de la cual podemos cambiar el estado de cosas del mundo.

Los actos de habla

Durante mucho tiempo, el estudio del lenguaje se ocupó de la función referencial y semántica del lenguaje, es decir, de hallar el significado o referente de las palabras y de cómo las oraciones pueden ser verdaderas o falsas cuando representan o no un estado de cosas efectivo en el mundo.

Sin embargo, la perspectiva que ha despertado mayor interés en la actualidad ha sido la denominada teoría de los Actos de Habla propuesta inicialmente por Austin y continuada luego por Searle y Grice. El rasgo más elocuente de esta teoría consiste en que, a diferencia del tradicional enfoque referencial y semántico del lenguaje, coloca el acento en la función activa del lenguaje. Para precisar esta distinción, se introdujo una diferencia entre los diversos tipos de acciones que puede cumplir el lenguaje al hacer una emisión:

(a) Actos locutivos o locucionarios. Consisten en construir enunciados con palabras, donde estas se usan con sentidos particulares para hacer referencia a objetos y acciones particulares. Es la manera en que regularmente jugamos con las palabras para emitir una expresión con significado.

Sin embargo, no obstante lo trivial que pueda parecer este mecanismo cognitivo, observe cómo a ciertas personas no les resulta nada fácil construir las oraciones precisas para comunicar plausiblemente sus opiniones, ideas e intenciones y poder actuar así sobre las personas y cosas del mundo. Muchas veces la emisión resultante poco o nada tiene que ver con lo que la persona deseaba comunicar. Por lo tanto, no es suficiente con tener buenas

ideas, sino que además es necesario poseer las competencias para construir las oraciones adecuadas con que las sacamos de nuestras cabezas.

Como ilustración de lo confuso que puede resultar la mala expresión de una idea, mostraremos como ejemplo una paradoja donde el defecto está en la falta de una puntuación adecuada (no es poco usual que los correos electrónicos padezcan de estos defectos, sin embargo la mayoría de estas confusiones son solucionables apelando al sentido común y el contexto).

Supongamos que el Gerente Comercial de una tienda departamental, comunica por correo electrónico la implementación de una agresiva promoción, mediante el siguiente texto:

“La promoción por la compra de un Notebook es siempre un kit de limpieza si cancela un valor adicional lleva además una impresora”

Sin embargo, en esta oración, dependiendo donde el receptor del mensaje coloque la puntuación, dará origen a interpretaciones muy diferentes del texto, que puede variar radicalmente no sólo su sentido conceptual sino además su efecto comercial. Analicemos dos posibles casos:

(i) Primera puntuación: *“La promoción por la compra del Notebook es siempre un kit de limpieza si cancela un valor adicional, lleva además una impresora”*. Bajo esta puntuación la promoción se interpreta como: el cliente lleva el kit de limpieza sólo si cancela un valor adicional, y la impresora gratis.

(ii) Segunda puntuación: *“La promoción por la compra del Notebook es siempre un kit de limpieza, si cancela un valor adicional lleva además una impresora”*. Con esta otra puntuación, la promoción adquiere este otro significado: el cliente lleva el kit de limpieza gratis, y la impresora sólo si cancela un valor adicional.

¿No le parece que estos casos confusos son más comunes de lo que podría esperarse?

(b) Actos ilocutivos o ilocucionarios. Consisten en el propósito concreto o acciones que deseamos lograr al hablar. Por ejemplo, podemos aconsejar, prometer, ordenar o simplemente efectuar una declaración. La claridad y precisión de estas acciones tiene una importancia clave en cómo nuestro interlocutor va a recibir nuestra emisión y como lo motivamos para que realice efectivamente y con la precisión deseada lo que pedimos de él.

Así como el significado de una oración forma parte del acto locucionario de construir enunciados, las acciones ilocucionarias tienen como contrapartida el concepto de fuerza ilocucionaria.

Por ejemplo, las emisiones “sugiero que vayamos al seminario” y “insisto en que vayamos al seminario” tienen en común el mismo objeto ilocucionario pero difieren en su intensidad. Del mismo modo, no es lo mismo decir, “sería ideal que tengas el informe de resultados para mañana”, que decir “el informe de resultados tienes que tenerlo mañana”.

Aun cuando en ambos casos el propósito ilocucionario es el mismo, la petición de un informe, la fuerza ilocucionaria es diferente, puesto que la ejecución de estas peticiones conllevan distintos grados de intensidad y compromiso. Si el jefe que pide el informe con la fuerza ilocucionaria de la primer expresión, estaría produciendo una confusión si al otro día exigiera al empleado la entrega inmediata del informe. Una gran parte de los malos entendidos tiene su origen en peticiones ejecutadas con fuerzas ilocucionarias inadecuadas.

(c) Actos perlocutivos o perlocucionarios. Se refieren al efecto que el enunciado produce en el receptor en determinadas circunstancias. Por ejemplo, podría fastidiar al oyente, convencerlo, motivarlo o comprometerlo a que lleve a cabo una determinada acción. Esto actos tiene que ver con el resultado que finalmente logramos en el oyente, reflejado en las acciones que el receptor realiza producto de la comunicación, ya sea adquiriendo responsablemente un compromiso posterior o ejecutando inmediatamente lo solicitado en los términos requeridos.

- La distinción entre estos tres tipos de actos es teórica
- Los tres actos se realizan simultáneamente
- Su distinción es importante porque cada uno tiene propiedades diferentes
 - El acto locutivo posee significado
 - El acto ilocutivo tiene el propósito que deseamos lograr y posee fuerza
 - El acto perlocutivo logra efectos







HABLANTE	OYENTE	ACTOS DE HABLA EN LA COMUNICACIÓN
		Acto locucionario (locución): el hablante tiene el pensamiento de beber un café, su estado psicológico es de deseo y lo expresa emitiendo una oración al oyente.
		Acto ilocucionario (ilocución): como el hablante ha expresado correctamente que su intención es una petición para que le sirvan un café, el oyente así lo ha entendido en el mismo sentido.
		Acto perlocucionario (perlocución): el oyente al haber interpretado acertadamente la petición prepara un café y se lo ofrece al hablante. La comunicación ha sido exitosa. El hablante ha producido el efecto deseado en el oyente y algo ha cambiado en el entorno: ahora puede disfrutar de su café, y el oyente está satisfecho de haber cumplido correctamente la petición.

Figura: actos de habla implicados en la comunicación de una orden o petición

Comunicación digital versus analógica

Para reforzar aún más el concepto de fuerza ilocucionaria, resulta útil establecer una analogía con los conceptos de comunicación analógica-digital empleada tanto en máquinas y computadores, como en personas. Cuando nos comunicamos a través de oraciones o expresiones lingüísticas, se dice que estamos realizando una comunicación de tipo digital, en el sentido que hay de por medio una codificación o sintaxis preestablecida arbitrariamente para denotar objetos y conceptos.

Por ejemplo, la palabra “silla” denota inequívocamente una silla y no otro objeto, aun cuando en esa palabra no hay nada parecido que pueda asemejarse ni remotamente a una silla. Cuando emitimos una palabra, ya sea en forma aislada o formando parte de una oración, todos entendemos que en su lugar hay una referencia a un determinado objeto. Esta estipulación es completamente arbitraria como la codificación binaria que se usa en los computadores para almacenar los datos.

Por otro lado, existen otras formas de comunicar, ya sea de modo gesticular, pictográficamente o estableciendo analogías con alguna magnitud física, como en el caso de un termómetro. A diferencia de la comunicación digital, en estos casos sí existe alguna relación patente entre el gesto, el dibujo, la magnitud física y el objeto o concepto que se quiere denotar. Por ejemplo, en vez de emitir la palabra “mesa” puedo dibujar una mesa, y si el dibujo guarda, aunque sea mínimamente los rasgos relevantes de una mesa, por analogía entendemos que se trata de una mesa y no de otro objeto.



Image Designed by Freepik

También una expresión de asentimiento puede ser comunicada analógicamente mediante un movimiento vertical de la cabeza o en forma digital emitiendo la palabra “sí”. Generalmente, ambos tipos de comunicación se utilizan complementariamente en nuestras conversaciones diarias. Las personas cuando hablan, acompañan sus palabras con una amplia gama de gesticulaciones que le imprimen una mayor o menor fuerza al contenido que ellas quieren expresar, afectando muchas veces el sentido en una u otra dirección.

Esta forma analógica de comunicar desempeña un rol similar al concepto de fuerza ilocucionaria que asociábamos con estos actos de habla, mientras que la forma digital tiene

más que ver con la sintaxis de la construcción de expresiones lingüísticas que tienen lugar en las acciones locucionarias.

Si a un empleado le preguntas ¿por qué no realizó el proceso de actualización de información?, sin acompañar esta pregunta con ninguna gesticulación en particular, con un semblante indefinido y con un tono de voz parejo, seguramente él entenderá que le está pidiendo, sin más, una explicación razonable de por qué no fue así. En cambio, si esa misma pregunta es acompañada con un fruncimiento de ceño, golpeando además la mesa y con un fuerte tono de voz, seguramente el empleado entenderá que además de una explicación, le está expresando su gran malestar junto con reprenderlo por tal omisión. La comunicación analógica y la fuerza ilocucionaria constituyen elementos que no son indiferentes en la comunicación, ya que junto con enriquecer nuestra comunicación, otorgan diferentes niveles de fuerza a nuestras expresiones, a tal grado que una misma oración puede ser recibida con sentidos muy diferentes.

Asimismo, se dice que la comunicación analógica opera como una metacomunicación en el sentido que coopera al entendimiento entre personas agregando indirectamente un mayor nivel de orientación acerca de lo que estamos comunicando: la metacomunicación habla dirigiéndose hacia aquello sobre lo que estamos hablando.

Si tú dices simplemente “los resultados del balance arrojaron cifras rojas”, puedes subir o bajar el perfil de esta emisión, según la fuerza o refuerzo que impongas a esta emisión, dando a entender, por ejemplo, que “hay que hacer grandes esfuerzos de coordinación en el equipo actual de trabajo para revertir esta situación”, o bien, “que el trabajo realizado es totalmente ineficiente y es necesario realizar cambios sustanciales y reemplazar a algunos de los miembros del equipo”.

Clasificación de los actos de habla

Los tres criterios relevantes para la clasificación de los actos de habla son: las diferencias en el objeto o propósito ilocucionario del acto, las diferencias en la dirección de ajuste entre las palabras y el mundo, y las diferencias en los estados psicológicos expresados por el hablante.

- El **objeto o propósito ilocucionario** de un acto es aquello que deseamos hacer con las palabras cuando las pronunciamos. Por ejemplo, el objeto de una orden es que el oyente haga algo, el de una promesa consiste en asumir un compromiso de hacer algo por el hablante, el propósito de una descripción es decir de algo como es en verdad.
- La **dirección de ajuste** se refiere a la relación entre las palabras y el mundo. Algunos actos suponen que las palabras se ajustan a los hechos, como las afirmaciones y las descripciones. Pero otros actos persiguen y pueden cambiar el mundo cuando los hechos del mundo se ajustan a las palabras. Por ejemplo, en las órdenes se busca que el oyente ejecute acciones que produzcan cambios ajustados a las palabras del emisor, en las promesas el oyente espera que las acciones posteriores del hablante produzcan modificaciones ajustadas a sus propias palabras. Por lo tanto, existen dos direcciones de ajuste básicas: la dirección de ajuste de palabra-a-mundo y la dirección de ajuste de mundo-a-palabra.
- El **estado psicológico** expresado en el acto se refiere al estado mental implícito en las palabras del hablante y que le dan un sentido. Por ejemplo, en el caso de una afirmación, el estado mental del hablante es la creencia de lo que afirma, mientras que en el caso de una orden el estado mental del hablante es el deseo que se cumpla.

Para captar las diferencias entre actos tan diversos como las peticiones, las exigencias, las y órdenes es necesario introducir en la fuerza ilocucionaria no sólo las condiciones de cumplimiento del fin que se propone el hablante, sino también el trasfondo de razones que el hablante puede (o eventualmente podría) movilizar a favor de su pretensión.

Tipo de Acto	Objetivo ilocucionario	Dirección de Ajuste	Estado Psicológico	Ejemplo
Representativos o Descriptivos	Representar o decir cómo es algo, ya sea en forma correcta o incorrecta, verdadera o falsa.	palabra-a-mundo	Creencia	AFIRMACIONES/DESCRIBIR <ul style="list-style-type: none"> • Japón es un país de Asia • Empezó a temblar en medio de la ceremonia de graduación • Los triángulos son figuras de tres lados • Este fin de semana llueve

Directivos	Los que intentan conseguir que el receptor haga algo. El hablante intenta impulsar al oyente a ejecutar una acción.	mundo-a-palabra	Deseo, orden, aspiración	ORDENES/PETICIONES <ul style="list-style-type: none"> • ¡Pásame la sal! • Dame el informe que te pedí • Vaya a mi oficina • ¡Por favor lean las instrucciones!
Comisivos o Compromisorios	Los que constituyen un compromiso de parte del emisor. El hablante asume un compromiso u obligación de hacer algo	mundo-a-palabra	Intención	PROMESA/JURAMENTO <ul style="list-style-type: none"> • Nos juntamos mañana para estudiar • ¡Te pago el mes que viene! • ¡Te juro que voy mañana! • Si necesitas ayuda, llámame
Declarativos	Los que alteran el estado o las características de algo. El hablante pretende cambiar el estado en que se encuentra alguna cosa.	palabra-a-mundo y mundo-a-palabra	Ninguno	INSTITUIR/DEMITIR <ul style="list-style-type: none"> • Te multo por pasar con luz roja • Te declaro culpable del crimen • ¡Los declaro marido y mujer! • En el nombre de Dios, se abre la sesión. • ¡Te bautizo como Pablo! • Lo nombro Gerente General
Expresivos	Los que constituyen la expresión de una emoción, actitud o sentimiento del emisor. El hablante expresa su estado psicológico	Ninguno	Estado expresado en el acto de habla	EXPRESAR/MANIFESTAR <ul style="list-style-type: none"> • ¡Mil disculpas! • ¿De verdad me lo dices? • ¡Hoy nada me sale bien! • ¡No entiendo cómo pudo hacerlo! • ¡Imbécil!

Figura: Taxonomía de los actos de habla

Juicios de hecho y juicios de valor

Todo el mundo sabe que el juicio es una forma de pensamiento mediante el cual se dice de algo que es o no es. El juicio se expresa mediante un enunciado o proposición que une dos términos afirmativa o negativamente.

El primer término, llamado sujeto, indica la cosa o persona de quién se afirma o niega algo y el otro término, llamado predicado, expresa lo que se afirma o niega del primero. Esto nos

resulta obvio para la mayoría pero existe una diferencia radical entre dos formas de expresar un juicio que muchas veces pasamos por alto con consecuencias dispares en nuestras interrelaciones. Por ejemplo, consideremos los siguientes juicios:

(a) Pablo llegó 10 minutos después que comenzó la reunión

(b) Pablo no tiene ningún interés en la reunión

Los juicios de hecho son aquellos que tengan que ver con una realidad objetiva o un hecho físico, comprobable, concreto, sin involucrar apreciaciones personales u opiniones de quien los emite, como en el caso **(a)**. Al fundamentarse en hechos comprobables existen criterios racionales para ser calificados de verdaderos o falsos, y justificarlos.

Los juicios de valor son evaluaciones u opiniones acerca de algo o alguien, desde un perspectiva personal, generalmente subjetiva, como en el caso **(b)**. En esa medida expresan más sobre actitudes o sentimientos de quien los emite que sobre el asunto que está siendo evaluado. Al ser subjetivos no cabe comprobar su verdad ni justificación, por lo cual no son ni verdaderos ni falsos, sino más bien suelen ser materia de aprobación o desaprobación, agrado o desagrado.

Si como jefe de Pablo siente la responsabilidad de reconvenirlo, y le dice: ¡no tienes interés en la reunión!, el efecto (perlocucionario) en Pablo será radicalmente diferente que si le dice: ¡llegaste atrasado! En el primer caso le está atribuyendo una apreciación personal que no puede ser demostrada ni verdadera ni falsa, y por lo cual es totalmente discutible, mientras que en el segundo caso es un juicio de hecho donde no hay nada que discutir, y donde seguramente Pablo reaccionará positivamente al contrario que el juicio subjetivo de valor.

Esto no sólo afecta la comunicación interpersonal, sino que también tiene consecuencias en su propio desarrollo personal. Veamos el siguiente ejemplo:

María, que lleva varios años empleada en una tienda, piensa que ella nunca podrá adquirir las competencias y aprobación para alcanzar el puesto de jefe de ventas en la compañía donde trabaja.

Es un juicio sobre sí misma. ¿Juicio de hecho o de valor? ¡Es un juicio de valor! y como tiene esa apreciación subjetiva sobre sus posibilidades, lo más probable es que no realice ningún esfuerzo en capacitarse ni hablar con las personas que podrían influir para obtener dicho puesto. Seguramente nunca lo logrará. María, desde ese juicio de valor sólo se está negando a sí misma una posibilidad y está cerrando ella misma una puerta a su crecimiento. El hecho de emitir juicios de valor inadvertidamente, nos condiciona a hacer y dejar de hacer determinadas cosas, a atraer o no atraer otras más ¡sin un fundamento objetivo!

Competencias de los actos de habla

Desde la perspectiva de los actos de habla, los aspectos comunicacionales relevantes radican en los actos verbales considerados en sus aspectos funcionales para la acción. La importancia de estos aspectos tiene que ver directamente con la efectividad y eficiencia de las acciones que planificamos e implementamos. Hoy existen muchas personas creativas trabajando en las empresas, pero no muchas capaces de formular sus ideas con una clara locución, expresarlas con la fuerza ilocucionaria adecuada y lograr el efecto perlocucionario deseado en las otras personas.

Una vez que distinguimos el acto de construir enunciados, de la acción que realizamos al pronunciarlos para obtener un determinado efecto, estamos en pie para analizar una variedad de circunstancias por las cuales un acto puede fallar. Por ejemplo, si emitimos el enunciado “me comprometo a aumentar tu sueldo” cuando no tenemos ninguna posibilidad de hacerlo, estamos siendo irresponsables y desorientadores.

Lo anterior sugiere que podemos estudiar las condiciones que deben verificarse para que un acto de habla tenga el sentido (locucionario), la fuerza (ilocucionaria) y el efecto (perlocucionario) que necesitamos que tenga para lograr un cometido deseado. También es plausible establecer relaciones entre la sintaxis más apropiada para apoyar la fuerza ilocucionaria que más efectivamente puede ayudar a conseguir el efecto perlocucionario deseado en el receptor del mensaje. Cuando la información, el conocimiento y la comunicación aumentan, las buenas ideas pueden ser conocidas por una gran mayoría, pero

lo que permanece como una veta poco explotada de diferenciación, es la capacidad de las personas para llevar a cabo implementaciones exitosas, y para esto, aparte de buenas ideas, se requiere que los ejecutivos se constituyan responsablemente en excelentes comunicadores desarrollando las competencias de acción imbricadas en el buen manejo de los actos de habla.

Por ejemplo, algunos teóricos de los actos de habla (Habermas) han propuesto que, para que una persona solicite a otra que ejecute alguna acción:

- 1) La segunda persona o receptor debe tener la capacidad para efectuar tal tarea
- 2) El peticionario tiene que querer que la acción se lleve a cabo, creer que su emisión cumplirá tal fin y tener razones para que se realice.

Otros teóricos (Grice) se han focalizado en otros rasgos de las acciones efectuadas al usar el lenguaje, tales como el trabajo cooperativo entre las personas que participan en las conversaciones, postulando al respecto cuatro reglas fundamentales:

- 1) Regla de Cantidad: Entrega tanta información como el contexto exija pero no más de esto.
- 2) Regla de Cualidad: Proporciona información veraz.
- 3) Regla de Relación: Haz que tu aporte sea relevante para el contexto en el que estás hablando.
- 4) Regla de Modo: Habla tan claramente como sea posible, evita ambigüedad, di las cosas de la manera más simple posible.

Conclusiones

Las distinciones entregadas por estos conceptos se han convertido en materia común de estudio en las investigaciones psicológicas sobre la comprensión del lenguaje, en los estudios de inteligencia artificial sobre el procesamiento del lenguaje natural y como fundamento teórico en las investigaciones sobre las organizaciones.

La perspectiva del lenguaje como un género de acción que interviene sobre la realidad, nos permite desarrollar competencias transformacionales en diferentes aspectos sociales, organizacionales y personales. Nos brinda nuevas perspectivas, una manera diferente de interpretar lo interpretable y abrir posibilidades, de comprender a los seres humanos y nosotros mismos, nuestros modos de relacionarnos, de ser y actuar, y en términos prácticos, nos brinda herramientas para lograr mejores resultados en la ruta del cambio para la implementación de las buenas ideas.

Otro resultado inmediato, y no menos relevante que podemos concluir, es que debemos ser responsables por lo que decimos (y también por lo que no decimos).

Jorge Maturana

Profesional de reconocida trayectoria y experiencia en el campo de las tecnologías y el management. Es Vicepresidente de la Asociación de Informáticos UTE-USACH. En los últimos 20 años ocupó importantes cargos ejecutivos como Gerente de Sistemas y Operaciones de eCommerce, Gerente de Planificación y Control, Gerente de Administración y Control Financiero e integrante del Comité Tecnológico Corporativo, en el área de TI del Grupo Falabella.

Docente universitario, investigador, escritor y conferencista en management, teoría organizacional y tecnologías, es CEO fundador de la consultora Orgánica Ltda.

De profesión Ingeniero Informático USACH, es Licenciado en Ingeniería, Postulado en Gestión Informática PUC, Magister en Filosofía de las Ciencias USACH, Diplomado en Neuropsicología PUC, Magister(c) en Psicología Social Aplicada, Certified CMMI, COBIT, ITIL, Thomas Personal Profile Analysis.

En 2009 fue distinguido con el Premio a la Trayectoria y Liderazgo otorgado por el Departamento de Informática de la Facultad de Ingeniería, Universidad de Santiago de Chile.



✉ jmaturana@organicaweb.com

☎ +56 9 7862 2937

📍 San Hipólito 2748, Santiago, Chile
Código Postal 8290678

🏠 www.organicaweb.com