



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES**  
**ESCUELA DE ESPAÑOL**  
**MAESTRÍA EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL**

**METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA DE LA  
REDACCIÓN COMERCIAL EN EL DUODÉCIMO GRADO DE COMERCIO  
DEL INSTITUTO URRACÁ-SANTIAGO DE VERAGUAS**

**POR:**

**GLORIA E. TORIBIO A.**

**TESIS PRESENTADA PARA  
OBTENER EL GRADO EN MAGÍSTER EN LINGÜÍSTICA  
APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL**

**SANTIAGO DE VERAGUAS, REPÚBLICA DE PANAMÁ**

**2012**

18827

obsequio

11 MAR 2013

ST

DEDICATORIA

*A mi familia, en especial a mis hijos Enmanuel y Eduardo Isaac, quien me inspira a seguir adelante cada día.*

*A todos los jóvenes de los diversos centros educativos del país, por su lucha diaria con el deseo de superarse, especialmente a los del Instituto Urracá, que van en pos de cambiar los destinos de esta patria.*

*Con amor, Gloria*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios Todopoderoso por brindarme la savia necesaria y acompañarme siempre en mi camino.*

*A mi esposo, por su apoyo moral y económico, en el logro de este trabajo investigativo.*

*A la profesora Lilia de Jordán, asesora de este trabajo investigativo, por sus orientaciones atinadas y paciencia sin igual.*

*A todos los docentes y estudiantes del Instituto Urracá por el tiempo dispuesto para dar sus aportes a la propuesta.*

*Eternamente gracias*

## ÍNDICE GENERAL

	<i>N° Página</i>
DEDICATORIA . . . . .	ii
AGRADECIMIENTO . . . . .	iv
ÍNDICE DE CUADROS . . . . .	xi
ÍNDICE DE FIGURAS... . . . .	xiv
INTRODUCCIÓN . . . . .	xvii
RESUMEN... . . . .	1
CAPÍTULO I GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN .. . . .	2
1 1. Planteamiento de problema . . . . .	3
1 2 Justificación e importancia.. . . .	7
1 3 Antecedentes..... . . . .	11
1.4. Preguntas de la investigación. . . . .	11
1.5. Objetivos. . . . .	12
1.5.1 Objetivos generales . . . . .	12
1 5 2 Objetivos específicos . . . . .	12
1.6. Fuentes básicas de información... . . . .	13
1 6 1. Fuentes vivas .. . . .	13
1.6.2 Fuentes bibliográficas... . . . .	14
1 7 Alcances y limitaciones del estudio. . . . .	14
1.7.1. Alcances. . . . .	14
1.7.2. Limitaciones..... . . . .	15
1.8 Definición de términos básicos..... . . . .	15

CAPÍTULO II	MARCO TEÓRICO	18
2.1	La comunicación	19
2.2	La comunicación escrita	21
2.2.1.	Formas	23
2.2.1.1.	Composición	23
2.2.1.2.	Redacción	24
2.3.	Redacción comercial	30
2.3.1.	Concepto	30
2.3.2.	Importancia	36
2.3.3	Los escritos comerciales	38
2.3.3.1.	Documentos usuales	40
2.3.4	Dificultades más comunes en la redacción comercial	55
2.4.	La enseñanza y el aprendizaje de la redacción comercial	56
2.4.1	Enfoques actuales para la enseñanza de la redacción comercial	58
2.4.1.1	Métodos y técnicas que permiten un aprendizaje significativo en la enseñanza de la redacción comercial	71
2.4.2	El docente de Español Comercial	77
2.4.3.	El programa del Bachillerato en Comercio del Instituto Urracá	80
2.4.4	El perfil de ingreso y egreso del estudiante	92



CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	97
3.1 Tipo de investigación .....	98
3.2 Población y muestra .....	98
3.3 Instrumentos para la recolección de datos.....	99
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	102
4.1. Datos del plantel .....	103
4.2. Encuesta a docentes.....	105
4.3 Encuesta a estudiantes.....	121
4.4. Entrevistas .....	134
4.5. Pruebas .....	136
CAPÍTULO V PROPUESTA.....	140
5.1 Descripción.....	141
5.2 Justificación .....	143
5.3. Objetivos.....	144
5.4. Contenidos .....	145
5.5 Propuesta: Estrategias metodológicas de enseñanza aplicadas a la redacción comercial.....	149
5.5.1. Entorno. ....	150
5.5.2. Beneficiarios y demandas .....	151
5.5.3 Diseño.....	152
5.5.4. Presupuesto.....	153

5 5.5. Cronograma .....	154
CONCLUSIONES .....	165
RECOMENDACIONES .....	169
BIBLIOGRAFÍA .....	172
ANEXOS .....	179

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Distribución de los docentes encuestados, según sexo..	105
Cuadro 2	Distribución de los docentes encuestados, según nivel académico.....	107
Cuadro 3	Distribución de los docentes encuestados, según calificación del nivel académico estudiantil ...	108
Cuadro 4	Distribución de los docentes encuestados, según la mayor deficiencia de sus estudiantes .....	110
Cuadro 5	Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según las actividades que realizan con más frecuencia en clases. ....	111
Cuadro 6	Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según los recursos que más usan en clases .....	114
Cuadro 7	Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según las técnicas empleadas en la clase de Español.....	116
Cuadro 8	Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según el documento de redacción que más dominan los estudiantes.. ..	117
Cuadro 9	Distribución de los estudiantes encuestados, según sexo .....	122

Cuadro 10	Distribución de los estudiantes encuestados, según su aprendizaje académico..... ..	123
Cuadro 11	Distribución de las respuestas de los estudiantes encuestados, según actividades que más desarrollan en clases . . . . .	125
Cuadro 12	Distribución de los estudiantes encuestados, según libros más usados en la clase de Español. ....	128
Cuadro 13	Distribución de las respuestas de los estudiantes encuestados, según sugerencias para mejorar las clases de Español ..... ..	134
Cuadro 14	Presupuesto de ingresos y gastos. . . . .	154
Cuadro 15	Cronograma de actividades. . . . .	154

## ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1	Requisitos importantes para la redacción . . . . .	26
Fig. 2	Diagrama de las cualidades de la redacción.....	29
Fig. 3	Diagrama de la redacción comercial moderna... . . . .	35
Fig. 4	Diagrama de las áreas del Programa de Español ... . . . .	82
Fig. 5	Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según sexo . . . . .	106
Fig. 6	Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según años de docencia... . . . .	107
Fig. 7	Gráfica del nivel académico estudiantil, según los docentes . . . . .	109
Fig. 8	Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según actividad que más usan en clases ... . . . .	112
Fig. 9	Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según el desarrollo de sus clases de Español . . . . .	113
Fig. 10	Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según actividad de evaluación que más se practica.....	118
Fig. 11	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según sexo. . . . .	122
Fig. 12	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según su aprendizaje académico. . . . .	123

Fig 13	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según mayor dificultad en la clase de Español .....	124
Fig. 14	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según el desarrollo de las clases de Español .....	127
Fig 15	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según tipo de documento que más dominan .....	130
Fig. 16	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según tipo de actividad de evaluación. ....	131
Fig 17	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según temas por fortalecer en el Bachillerato Comercial.	132
Fig 18	Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según el tipo de documento redactado. ....	137



## INTRODUCCIÓN

La redacción comercial en el mundo empresarial presenta nuevas perspectivas y enfoques. Su enseñanza-aprendizaje debe reunir una variedad de estrategias que permitan al nuevo profesional insertarse en las actividades que conlleva la tarea de comunicarse, clara y sencillamente, dentro del ámbito de los negocios sin dificultades para elaborar documentos que requieren el intercambio de relaciones entre iguales.

A este respecto, se presenta la investigación *Metodología de la Enseñanza de la Redacción Comercial, en el Duodécimo Grado de Comercio, del Instituto Urracá de Santiago de Veraguas*. Está estructurada en cinco capítulos para mayor comprensión y tratamiento.

El primer capítulo expone el marco conceptual, que recoge el planteamiento del problema, justificación e importancia de la investigación, los objetivos generales y específicos, las fuentes de información, los alcances y limitaciones, así como la definición de términos básicos, elementos que sirven de base al trabajo global

El segundo capítulo es el marco teórico, producto de la revisión bibliográfica, que ofrece un panorama general de postulados acerca de la comunicación escrita. formas y cualidades, en especial, de la redacción comercial; los métodos, las técnicas y los enfoques para la enseñanza de la redacción; áreas del programa de duodécimo grado del Bachiller en Comercio y el perfil de los estudiantes. Se señala

un conjunto de documentos existentes en la empresa moderna y que hay que conocer para complementarlos con las tareas de comunicación.

El tercer capítulo es el marco metodológico, y ofrece el tipo de investigación, la población, la muestra del estudio y los instrumentos que lo auxiliaron. Con él se explica la metodología utilizada y a quiénes se aplicaron los instrumentos, lo que lleva a recoger una serie de valoraciones personales y sociales.

El cuarto capítulo revela los resultados de la investigación. Aquí se analizan los datos encontrados y recabados durante el trabajo que se desarrolla en el Instituto Urracá con el 12° Bachiller en Comercio. Se ilustra con la presentación de cuadros y figuras, entre las que se muestran gráficas y tablas estadísticas.

Concluido el análisis detallado de las encuestas, las entrevistas y otros aspectos, se logra el quinto capítulo, precisamente, planteando a raíz de los hallazgos, una propuesta para promover metodologías activas y dinámicas para la enseñanza de la redacción comercial.

Finalmente, se presentan las conclusiones y se plantean las recomendaciones. Asimismo, se adicionan la bibliografía y los anexos. Todo con el propósito de ofrecer aportes a los profesionales del área de Español. Además, de servir de base a otros estudios que aporten a la educación nuevas formas del quehacer docente y estudiantil, en pos de un profesional de los negocios a tono con

las exigencias de hoy, un universo que solicita la incorporación de nuevas tecnologías en la comunicación escrita, en la que jugará un papel preponderante. De allí, la necesidad a la innovación y el abandono de modelos tradicionales de la práctica pedagógica.

## RESUMEN

El estudio *Metodología en la Enseñanza de la Redacción Comercial, en el Duodécimo Grado de Comercio, del Instituto Urracá-Santiago de Veraguas*, es una investigación descriptiva, aplicada que expone los datos recogidos para conocer las metodologías utilizadas por los docentes en su didáctica, así como las dificultades de los estudiantes durante el uso de la expresión escrita. Su estructuración en cinco aspectos ofrece la comprensión total del tema y presenta, al final, el hecho de que los docentes, en su mayoría, siguen utilizando metodologías tradicionales con las que el estudiante presenta deficiencias en el aprendizaje de la redacción comercial. Se evidencia la falta de motivación, también, del discente y la contradicción de los resultados de ambos, pues mientras el facilitador dice utilizar métodos adecuados, al revisar las pruebas de sus discípulos, se hace patente la carencia de conocimientos en la estructuración de documentos y otros temas relacionados, como la ortografía y la puntuación. Al obtener estos hallazgos se comprueba la necesidad de cambios en la práctica educativa del Bachiller en Comercio, ante los desafíos de la empresa moderna; se propone el desarrollo de un seminario *estratégico de metodologías para la enseñanza de la redacción comercial*, con el fin de ofrecer diversos métodos y técnicas, que ayuden a mejorar la práctica pedagógica.

## SUMMARY

The study methodology in the teaching of business writing in the twelfth grade of Commerce, the Institute Urraca-Santiago de Veraguas, is a descriptive, exploratory and applied that exposes the data collected to meet the methodologies used by teachers in their teaching and the students' difficulties in the use of written expression. Its structure in five areas provides an overall understanding of the topic and presented in the end, the fact that teachers, mostly still using traditional methods with which the student is deficient in learning business writing. There is a clear lack of motivation, too, the learner and the contradiction of the results of both, but as the facilitator says to use appropriate methods to review the evidence of his disciples, it becomes apparent lack of knowledge in the structuring of documents and related topics, such as spelling and punctuation. By obtaining these findings prove the need for changes in educational practice of the Bachelor of Commerce, to the challenges of modern business; it is proposed to develop a strategic seminary of methodologies for teaching business writing, to provide various methods and techniques to help improve teaching practice.

**CAPÍTULO I**  
**GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Planteamiento del problema**

El siglo XXI es una época de grandes invenciones, de globalización, de avances tecnológicos, de cambios súper acelerados. Frente a este mundo de desafíos, los profesores de Español tienen la responsabilidad de adecuar los conocimientos y la metodología con tales avances. No se puede continuar de espectadores mudos ante el proceso de aceleración y tecnificación que vive el mundo y utilizando concepciones metodológicas obsoletas.

En esta era de la información y la comunicación, ya no hay tiempo ni espacio para el mensaje extenso; ahora se impone, con la ayuda de la nueva tecnología, procesar el mensaje que posea los mejores atributos de la comunicación moderna: claridad, sencillez y funcionalidad.

Ante esta realidad, el docente de Español, con el interés de promover aprendizajes eficientes y estratégicos, tiene que adecuar sus actividades y eventos metodológicos en contextos reales de comunicación que le permitan mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje, activar conocimientos previos, ayudar a lograr un procesamiento más profundo de la información y, de igual manera, un aprendizaje significativo.

La asignatura de Español en el nivel de educación media de Panamá cuenta con un programa curricular, debidamente estructurado, cuya función es

servir de apoyo didáctico al docente para el desempeño en la práctica educativa, y así poder orientar su labor formadora dependiendo de los niveles de escolaridad y las opciones profesionales seleccionadas por el estudiante en su incursión al mercado laboral.

Dentro de estos niveles profesionales optados por el estudiante está el área comercial, rica en una variedad de temas que permite al alumno contar con los esenciales mínimos para desempeñarse en esta carrera, en un futuro, con efectividad y, sobre todo, continuar ampliando sus conocimientos hasta convertirse en un profesional productivo.

En un mundo de gran competitividad, las posibilidades de acceder al éxito en el ámbito laboral, de las relaciones sociales de estudio, de los negocios y otros, dependen de la capacidad de interactuar con otros seres humanos a través de esa herramienta esencial que es la comunicación escrita.

La expresión escrita logra sus propósitos comunicacionales en el acto de redactar, en el cual el escritor se concreta al dar forma a un tema dado. Así, la redacción es una actividad que enlaza a los hombres (emisor-receptor) por medio de palabras escritas ***“Entra en el campo de las relaciones humanas, puesto que el lenguaje es un acto de la vida en sociedad”***, como expresa Hilda Basulto (1999:9).



En el proceso de la integración social y desarrollo intelectual del individuo adquieren gran relevancia las habilidades lingüísticas (hablar, entender, leer, escribir), que el usuario debe emplear durante los procesos comunicativos.

Hay que puntualizar que las actividades básicas de la comunicación escrita son leer y escribir. Existe una estrecha relación entre la lectura y la expresión escrita. Desde esta perspectiva, cobra un papel relevante la implicación del estudiante-lector, pues conforme obtiene información del texto expone sus conocimientos y experiencias acumuladas. De hecho, esta tarea debe influir en el progreso del alumno para que lleve a cabo una tarea con efectividad. Tales efectos deben manifestarse en mejorar el rendimiento del lector-escritor. Sin embargo, no siempre los estudiantes responden al dominio de estas habilidades lingüísticas.

A menudo, en el aula, se detectan deficiencias en la expresión escrita. En los centros educativos de Educación Media, específicamente, los que ofrecen el Bachillerato en Comercio, los alumnos presentan en sus textos dificultades en el manejo del registro escrito, al redactar cartas, circulares, convocatorias, actas, certificaciones e informes, y otros presentan falta de claridad, imprecisiones, deficiencias ortográficas, incorrecto uso de los signos de puntuación, ambigüedad, redundancia, errores de concordancia, pobreza léxica, falta de

coherencia y cohesión ,sintaxis descuidada, mensajes excesivamente extensos y desconocimiento de la ordenación funcional del texto

Identificadas estas deficiencias en el aula, respecto a estos problemas, también es conveniente mencionar algunos déficits educativos y curriculares de la educación en Panamá, señalados en el Módulo 1 de Transformación Curricular del Ministerio de Educación, como: planes y programas de estudios desactualizados(aprendizaje conductista y neo conductista), oferta curricular rígida y fragmentada, desactualizada y sin integración entre las etapas y ciclos de educación ,diseño curricular generalizado que dificulta la consideración de la diferencia individualizada, programas que enfatizan más en la transición del conocimiento, que en el desarrollo del pensamiento, medios, materiales y recursos insuficientes para el aprendizaje significativo, falta de un sistema de formación para la reconversión y actualización del personal docente y de supervisión, entre otros (Transformación Curricular, promesas y desafíos- Módulo 1;1999)

Con base en estos planteamientos, esta investigación pretende conocer en el Instituto Urracá La metodología que el docente implementa en el aula para la enseñanza- aprendizaje de la redacción comercial

## **1.2 Justificación e importancia**

Durante el proceso de enseñanza–aprendizaje se requiere de un cuidadoso análisis de cinco elementos que son básicos en la educación integral: el alumno, el educador, los métodos de enseñanza, los objetivos y los contenidos

Para alcanzar la calidad y la excelencia en los aprendizajes es necesaria la utilización de nuevos métodos de enseñanza que construyan una educación dinámica de los docentes para que su enseñanza sea lograda de manera efectiva y eficiente.

La escuela como contexto de instrucción formal, incide en el desarrollo de las habilidades lingüísticas alcanzadas por el alumno durante su vida estudiantil. Estas le permitirán afrontar con éxito los procesos comunicativos en su rol y le facilitarán el ingreso en el campo laboral.

En este sentido, el nivel de Educación Media por su carácter terminal, con una educación de tres años le ofrece al estudiante una formación de opciones específicas, entre ellas el Bachiller en Comercio, en el cual se destaca el objetivo de la Educación Media. “Fortalecer el aprendizaje y uso de las diferentes formas de expresión oral y escrita con un alto grado de eficiencia”, así lo establece el Artículo 43 de la Ley 47 (1999).

En la realidad no todos los estudiantes logran este objetivo, pues presentan dificultades para expresarse adecuadamente y carecen del hábito de lectura, por lo tanto, es imprescindible la atención de estas deficiencias en los estudiantes. Por ello, se enfatiza la responsabilidad del docente en el aula, a través de la mediación metodológica, como organizador y planificador de la materia según las necesidades del alumno y las peculiaridades del contexto en que se desarrolla su actividad; además, deberá facilitar la comprensión de los textos utilizados y aplicar una metodología que posibilite el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en el estudiante

De este modo, según la Ley 47 Orgánica de Educación, el profesor no será un mero trasmisor de información, sino un guía en las actividades del estudiante, de tal forma que le ofrezca conocimientos de la lengua en situaciones reales, lo hará capaz de considerar la atención a la diversidad de su medio para desenvolverse de modo competente

En consecuencia, se consideró investigar sobre este tema relacionado con las destrezas lingüísticas de los estudiantes del nivel de Educación Media, con incidencia en la formación de los alumnos del área comercial y el repertorio lingüístico del estudiante, su formación integral. Se da a conocer cómo puede ser el aprendizaje en el aula, la mediación pedagógica si es la adecuada, si se promueve la intervención del alumno en las prácticas de expresión escrita, el

logro de los objetivos en esta área de la redacción comercial, el uso de las TICS (Tecnología de la Información y Comunicación), si en las actividades se desarrollan los principios de aprender-aprender y aprender a hacer que favorezcan el resultado exitoso en la organización empresarial.

Es imprescindible resaltar la importancia de la redacción comercial, ya que es el vehículo de las relaciones humanas, en general, y de las relaciones públicas en especial. En el ámbito empresarial, el éxito y la buena comunicación de todos los negocios están en manos de los profesionales que dominan la redacción comercial.

En la actualidad, los hombres de negocios se comunican con mayor brevedad y eficacia, gracias a la correspondencia que es el medio eficaz para relacionar internamente las distintas dependencias de una empresa o negocios. Sin este medio es imposible llevar a cabo todas las actividades comerciales, lo que significaría pérdida de tiempo y gasto excesivo de movilización

Esta investigación da a conocer las estrategias de enseñanza-aprendizaje aplicadas por el docente del Instituto Urracá en el desarrollo de sus actividades; también las dificultades que presentan los alumnos durante la acción educativa y la efectividad de la intervención metodológica en el contexto educativo. Todos estos datos son muy importantes.

Al respecto, los resultados contribuirán a la toma de decisiones de manera que sean capaces de superar las deficiencias de la expresión escrita en los alumnos y valorar los logros de los objetivos. Además, se plantea una propuesta para el ejercicio de la actividad docente, que incida en la eficacia del aprendizaje de los alumnos. Aunque el estudio se circunscribe al Instituto Urracá contribuye para que se continúen posteriores investigaciones sobre el tema.

Los resultados de esta investigación permiten a las autoridades educativas, profesionales y otros actores educativos, tomar las medidas y correctivos que solucionen estas anomalías con la finalidad de contribuir al mejoramiento escolar del estudiante, desarrollando destrezas y habilidades en el uso y manejo de la redacción comercial, al servicio de una sólida formación profesional.

Este estudio beneficiará a todos los estudiantes de las diversas licenciaturas, sobre todo, la Licenciatura en Español y otras del área comercial. También, a los profesionales y a todas aquellas personas dedicadas a colaborar en el perfeccionamiento y el buen estilo de redactar y a otros que se desempeñen en actividades comerciales.

### **1.3 Antecedentes**

Los trabajos acerca de metodologías, siempre, han sido de gran preocupación. Al revisar las diversas bibliografías existentes en la Universidad de Panamá y en el Centro Regional Universitario de Veraguas, se comprobó que no existen trabajos referentes a metodologías o enseñanza de la redacción comercial en colegios de Educación Media.

En la biblioteca del Centro Regional Universitario de Veraguas solo se encontró un documento con el título: "*Consideraciones en torno a la enseñanza de la redacción en colegios secundarios de la provincia de Veraguas*", de la profesora Elisa Gutiérrez (1998). Allí, se explica, de modo general, cómo los estudiantes necesitan adquirir habilidades de redacción, lo que involucra una didáctica dinámica e innovadora, pues los resultados son un tanto desfavorables para el que enseña y el que aprende. Según la autora, hay muchas dificultades en la elaboración de textos escritos, en lo referente a coherencia, cohesión, utilización de los debidos signos gráficos, acentuación y otros aspectos de la lengua.

### **1.4 Preguntas de la investigación**

1. ¿Qué dificultades, en redacción comercial, presentan los alumnos del 12º grado del Bachiller en Comercio del Instituto Urracá?

2. ¿Qué métodos utilizan los docentes del Bachiller en Comercio para enseñar la redacción en el Instituto Urracá?
3. ¿Cuáles son las limitaciones que presentan los docentes del Instituto Urracá para que el proceso de enseñanza aprendizaje de la redacción comercial sea eficiente y eficaz?
4. ¿Existe el interés de los estudiantes de 12º grado, del Instituto Urracá, por el aprendizaje de la redacción comercial?

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivos generales**

- 1 Valorar la redacción comercial como medio de comunicación eficaz en las relaciones personales y profesionales.
- 2 Proporcionar al docente de Español nuevos enfoques metodológicos que ayuden a mejorar la enseñanza de la redacción comercial en el duodécimo grado del Bachillerato en Comercio.
- 3 Desarrollar una metodología innovadora, activa y participativa para la enseñanza de la redacción comercial.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

1. Describir el actual desempeño pedagógico del docente de Español en el Bachillerato en Comercio del Instituto Urracá al enseñar redacción comercial.



2. Identificar las dificultades que presenta al aprender la redacción comercial el estudiante de duodécimo grado de comercio del Instituto Urracá
3. Identificar las posibles causas de las dificultades en el dominio de la redacción comercial.
4. Proponer estrategias metodológicas que ayudarán al docente de Español del centro educativo, en estudio, a mejorar los problemas de la enseñanza-aprendizaje.

## **1.6 Fuentes básicas de información**

La recolección de los datos para esta investigación se llevó a cabo mediante el uso de fuentes vivas y bibliográficas de la siguiente manera.

### **1.6.1 Fuentes vivas**

Para contar con un consenso de opiniones y datos respecto al tema, se aplicaron encuestas a docentes de Español y a estudiantes de duodécimo grado del Instituto Urracá. Además, se aplicó una prueba a estudiantes, que consistía en redactar documentos comerciales. De esta manera, se pudo analizar y sustentar las dificultades en la redacción de documentos comerciales.

Por otro lado, se conoció a través de una entrevista la opinión de personas involucradas directamente con el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura de Español, especialmente, la coordinadora del Departamento

### **1.6.2 Fuentes bibliográficas**

Se realizaron lecturas relacionadas con el tema de estudio en las siguientes bibliotecas:

- Hemeroteca del Centro Regional Universitario de Veraguas (CRUV).
- Centro de Documentación de la Universidad Interamericana de Educación a Distancia de Panamá, Centro Asociado de Santiago.
- Biblioteca Pública de Santiago de Veraguas

Se analizaron documentos sobre estrategias metodológicas para la enseñanza, estrategias innovadoras y activas de la didáctica moderna. Finalmente, se revisaron algunos trabajos de graduación y monografías que orientan sobre el tema realizados por estudiantes de licenciaturas

### **1.7 Alcances y limitaciones del estudio**

En relación con el alcance y las limitaciones de la investigación, se considera lo siguiente:

#### **1.7.1 Alcances**

- Analizar las estrategias metodológicas de enseñanza de la redacción comercial utilizadas por el docente de Español del Instituto Urracá, en el duodécimo grado de Comercio.

- Identificar los principales problemas que enfrentan los docentes y los discentes del duodécimo grado en la enseñanza- aprendizaje de la redacción comercial de manera eficiente y productiva y sus posibles causas
- Describir estrategias de enseñanza que motiven el aprendizaje de la redacción comercial, de manera más sencilla y significativa.

### 1.7.2 Limitaciones

Entre las limitaciones encontradas durante el desarrollo de la investigación se señalan las siguientes

- Escasos estudios sobre el tema
- Insuficiente documentación en las bibliotecas públicas.
- Los docentes mostraron poca disposición para responder a la encuesta aplicada
- Pocos libros actualizados.

### 1.8 Definición de términos básicos

- **Cognitivo:** Pertenciente o relativo al conocimiento.
- **Competencia:** Capacidad para responder exitosamente a una demanda, tarea o problema complejo movilizando y combinando recursos personales (cognitivos y no cognitivos) y del entorno. MEDUCA (2012)
- **Currículo:** Conjunto de planteamientos orientados a la organización de la clase, la revisión coherente y adecuada de los métodos que pueden

utilizarse y la correspondiente preparación de actividades y de materiales precisos para hacer efectivo el proceso de enseñanza-aprendizaje  
Mendoza (2003:62)

- **Docente:** Sujeto que enseña. Se le llama profesor, educador, maestro o instructor, como asume Fernández (1990:9).
- **Enfoque:** Dirección o procedimiento que se adopta ante un proyecto, problema u otra cosa, que implica una manera particular de valorarla (<http://es.thefreedictionary.com/enfoque>).
- **Enseñanza.** Acción de dar instrucción bajo la dirección de un educador MEDUCA (2012).
- **Enseñanza planificada.** Procedimientos didácticos expresados por sus métodos y técnicas tendientes a lograr fines MEDUCA (2000:15).
- **Método didáctico.** Es el conjunto de procedimientos lógicos y psicológicamente estructurados de los que se vale el docente para orientar el aprendizaje del educando, a fin de que este desarrolle conocimientos, adquiera destrezas, técnicas y asuma actitudes e ideas MEDUCA (2002:18)
- **Metodología:** Conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, usados para lograr objetivos investigativos o doctrina. MEDUCA (2000).
- **Participante:** Persona a la cual se dirige la enseñanza. Díaz, G. (1995).
- **Redacción comercial:** Comunicación estructurada y dotada de mensajes

comerciales, gracias a las técnicas de planeamiento. Demóstenes (1999:4).

- **Técnica de enseñanza:** Acción que ayuda a concretar un momento de la lección o parte del método de aprendizaje MEDUCA (2002:19)
- **Transversal:** Aspecto que se toma en cuenta en educación para definir el hecho que se aparta o desvía de la dirección principal que lleva un tema, objetivo o estrategia, pero se convierte en complemento importante.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## 2.1 La comunicación

La comunicación es un campo del saber, un estudio de procesos, según la página de internet [www.historiadelacomunicacion.com/](http://www.historiadelacomunicacion.com/) ***“Estudia los procesos de la comunicación humana e incluye teoría de la información, comunicación intrapersonal, publicidad, relaciones públicas, análisis del discurso, el periodismo y las telecomunicaciones”.***

Desde este punto de vista, la comunicación incluye temas técnicos y es un proceso que implica el intercambio de información, por lo que participan una multitud de maneras de comunicar

El estudio de la comunicación es amplio y su aplicación aún mayor. Actualmente, también, es interesante pensar en los procesos de comunicación, que incluyen redes de colaboración y sistemas combinados, en los que se mezclan los medios de comunicación, la comunicación personal y la comunicación horizontal. De esta manera, es un factor determinante en la vida del hombre, más cuando se trata de sus relaciones con sus iguales. Desde que nace el hombre busca la forma de interpretar sus sentimientos, pensamientos, valores, experiencias, etc. y, poco a poco, adquiere un lenguaje, que va de lo sencillo a lo complejo.

La comunicación no puede ser aislada de la sociedad. Así, el hombre o la mujer, a medida que crece, se da cuenta de que ha de adquirir un lenguaje

(motor de comunicación) con propiedad, por ello debe aprender las normas establecidas: orales o escritas, y utilizar signos como instrumentos que faciliten la convivencia con sus iguales

Es así como la comunicación se convierte en una parte esencial de las relaciones humanas, cuanto más de las empresariales. En forma general, investiga el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base a su estudio como proceso natural. Con ella, las personas interactúan entre sí, establecen lazos de amor, amistad, negocios u otros.

La comunicación puede presentarse de manera escrita (que se amplía en su momento) y oral, esta última tan imprescindible como la primera. De ellas, expresa la enciclopedia El Menor de Gramática de Océano:

***“En nuestra vida diaria y relación con los otros, en el mundo académico o en el mundo laboral, se producen habitualmente situaciones que necesitamos usar el lenguaje oral para comunicarnos (cuando conversamos, cuando preguntamos en clase, cuando realizamos un examen oral o una entrevista de trabajo.***

***Pero, es en el periodo de escolarización cuando se produce el aprendizaje de la lengua escrita y el perfeccionamiento de las habilidades comunicativas orales” (2010:540).***

Lo anterior indica que la comunicación, cualquiera que sea su forma, requiere una didáctica activa y estrategias de aprendizaje dinámicas, que garanticen el proceso de relacionarse



## **2.2 La comunicación escrita**

Al analizar la vida en sociedad, la comunicación se convierte en parte vital de aprendizaje o desarrollo. Al entenderse como un intercambio de mensajes entre individuos conlleva un intento por preservar y transmitir sus formas de interaccionarse, sea en el ámbito personal, profesional o comercial. Por ello, se encuentran muchas formas, entre las cuales está la escrita, que ha participado, también, de la evolución social.

El paso de la comunicación oral a la escrita es prácticamente el resumen de las formas como las civilizaciones interactuaron y se convirtieron en formas que establecen una relación individual y grupal con el afán de compartir y avanzar. Así, lo escrito es trascendental para el desarrollo de un lenguaje rico de la sociedad moderna, ya que por medio de él se transmiten realidades y sentimientos para que perduren en el tiempo.

Cuando se escribe, se utilizan las mismas estructuras lingüísticas que se emplean al hablar, aunque se organizan según reglas circunscritas a contextos específicos de producción y transmisión diferentes.

Esto no implica que la persona que escriba desconozca su lengua como totalidad. Ignora que tiene variedad expresiva para distintas funciones y circunstancias y cada una tiene sus propios rasgos distintivos. Entre estos

rasgos se destaca la utilización de signos gráficos, acentuación y puntuación, planificación, otras, que necesitan ser revisadas para el logro de habilidades.

En [www.educacioninicial.com/EI/contenidos/00/1200/1237.ASP](http://www.educacioninicial.com/EI/contenidos/00/1200/1237.ASP), se encuentra:

***“La lengua escrita, a diferencia de la lengua oral, posee un sistema notacional; éste es entendido como un conjunto de signos gráficos que tienen reglas que se deben respetar... Algunas de las características de la lengua escrita son:***

- \* Canal visual: Tanto el escritor como el lector debe utilizar la vista para decodificar la información.***
- Comunicación elaborada: El sujeto puede realizar sucesivas correcciones sobre el texto, sin que se note...***
- Comunicación diferida: Esto implica la ausencia del receptor, es por eso que se da en un tiempo no mediato.***
- Comunicación duradera: Los escritos perduran...***
- Códigos no verbales: La utilización es mínima, un ejemplo de esto es el tipo de soporte...***
- Interacción: No se produce una interacción durante la composición del texto. El escritor no podrá saber cuál será la reacción del lector.***
- Contexto: El escrito es autónomo del contexto, el cual se va creando a medida que escribe el texto.”***

Así, pues, una persona, al desconocer la variedad y la riqueza de su lengua escrita presentará dificultades, especialmente, porque deberá producir textos coherentes, elaborar discursos que posean una macro estructura y una superestructura y que, además, tengan la estructura estilística adecuada, para que el usuario pueda cumplir con su cometido.

La comunicación escrita ha facilitado el conocimiento de comportamientos, datos y otros aspectos de quienes han sido los antecesores. Permite estudiar y valorar la transformación del ser humano por medio de

huellas que legaron; de no existir, tal vez hoy día, no se conocería la mayor parte de sus modos de vida.

### **2.2.1 Formas**

Las formas de comunicación escrita varían en la manera o estilo que utilizan las personas para expresar sus sentimientos, ideas y emociones. De ellas, depende que satisfagan sus deseos y necesidades. Es importante la planificación reflexiva, ya que las diferentes formas de comunicarse son diversas. Puede ser a través de reseñas, resúmenes, actas, cartas, crónicas y otras, en las que el emisor (escritor) manifiesta, a través de símbolos, letras y expresiones. También, está conformada por los diferentes textos, entre los que resaltan: expositivos, técnicos, narrativos, discursos y periodísticos, reportajes, críticas, entrevistas, descripción, ensayo informe, entre otros.

Todas las formas de comunicación escrita mencionadas se prestan para la producción intelectual, pero, sea cual sea, hay que saber diferenciarlas.

#### **2.2.1.1 Composición**

La composición, según Ethel Pazos, se define como ***“escrito en que un alumno desarrolla un tema, dado por el profesor o elegido libremente, para ejercitar su dominio del idioma, su habilidad expositiva y su sensibilidad literaria”*** (2001:35).

Toda composición escrita posee determinadas características: la subjetividad que denota la presencia del individuo en todo el texto; la interpretación es el significado que cada lector le da a la lectura, la relatividad se convierte en el planteamiento de los datos de forma que el lector los interpreta a su manera. Al darse estos elementos, se consigue algo más positivo como es la opinión personal (captadas por un lector, pese a las afirmaciones que el autor denota en su escrito) Con ello, se observa el efecto en el lector, la estructura flexible, la creatividad (el autor debe desarrollar su obra de forma que resulte interesante al lector)

De este modo, quien escribe utiliza la forma que desea y ordena el texto que desea elaborar para que otros lean. Por lo que se considera un proceso intelectual, pues produce ideas, las coordina y por medio de la escritura las imprime en un papel para que sea producto de análisis o cualquier otro procedimiento

#### **2.2.1.2. Redacción**

Acerca de la redacción se ha escrito mucho, pero la base teórica presenta su etimología como "*compilar*", "*poner en orden*" Así, se trata de escribir ideas que van surgiendo de la mente de forma ordenada

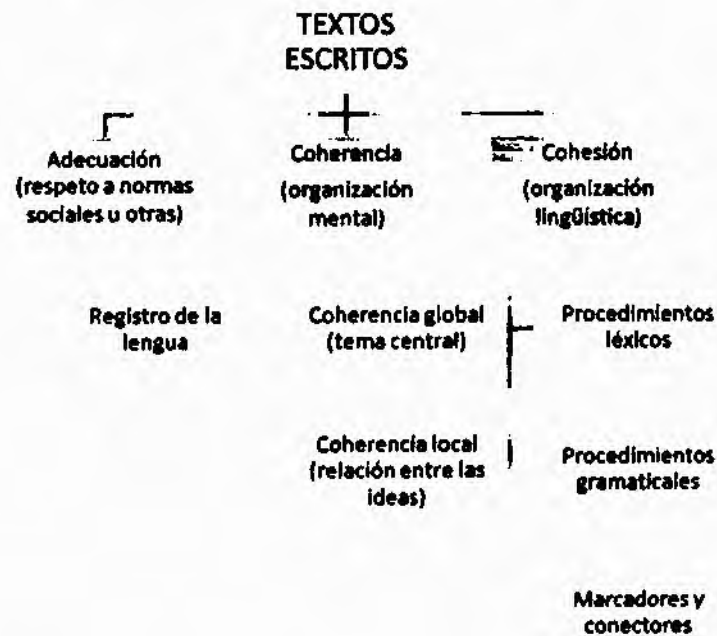
La redacción sigue algunas normas que establecen una estructura creativa-cognoscitiva, que recibe una nueva experiencia, distinta de las convenciones tradicionales. Esas convenciones son las que dan orientaciones para ordenar ideas de forma efectiva y satisfactoria. Presenta, entonces, características propias de una capacidad comunicativa, que refleja el lenguaje como convención social. Entre estas condiciones propias, según <http://www.eumed.net/rev/ced/24/mbb2.htm>, están:

- “- El no permitir sobre entendidos**
- Lenguaje claro y conciso.**
- Claridad (expresión directa de las ideas)**
- Objetividad (debe respetarse el punto de vista de quien escribe, aunque no coincida con el nuestro al ser síntesis de las ideas expresadas por otro).**
- Empleo de construcciones impersonales.**
- Omisión de modificadores (adjetivos, adverbios) que no sean esenciales.**
- Uso de construcciones condensadas”.**

Puede decirse que el primer requisito para una redacción es lograr, como objetivo fundamental, que quien escriba sienta satisfacción de expresarse claramente, pues de allí se parte para cuidar sus requerimientos.

Hay que considerar la división en partes, desde el punto de vista de su contenido, para no hacerla compleja, pues obligaría a fijarse en los conectores textuales. Es importante tener presente la adecuación, la coherencia y la cohesión, como requisitos principales, dentro de cierta perspectiva lingüística.

**Fig. 1: Requisitos importantes para la redacción**



Fuente: El Mentor de Gramática. Océano (2010:526).

Al referirse a perspectivas lingüísticas, también hay quienes evidencian que lo principal es dividir lo que se va a escribir en tres grandes apartados, por ejemplo:

- **Introducción:** Párrafo utilizado para informar acerca del asunto sobre el cual se escribirá. Puede ser más de uno.
- **Desarrollo:** Párrafo o párrafos que argumentan el asunto tratado.
- **Conclusión:** Párrafo que indica la conclusión del asunto y no debe incluirse ninguna idea nueva.

Los requerimientos de la redacción expresan el sentido que un interlocutor da a una frase en el diálogo, por eso ha de usar los signos de puntuación, que remplazan las pausas en una conversación. Además, el vocabulario debe ser más amplio y cuidadoso. De ello, expresa el Dr. Luis Barrera en el documento: *“Mesa Didáctica del XIV Congreso de la Asociación de Academias de la Lengua Española”*:

***“Esta relación se basa generalmente en una atmósfera comunicativa que no es la habitual. La ausencia física del emisor convierte la situación de la lectura de tal manera que el receptor debe valerse –como en efecto lo hace– de una serie de estrategias poco comunes en el acto comunicativo oral. Cuando se enfrenta a la escritura de otro, el lector ingresa en una cierta atmósfera de autonomía que le permite abordar y manipular el texto a su antojo. Puede omitir la totalidad o parte del mismo, si así lo desea. Puede dejarlo y regresar a él, releer pasajes, párrafos u oraciones, cada vez que por algún motivo lo precise” (2011:131).***

Por otro lado, escribir es una actividad cognitiva compleja que exige una continua ejercitación para llegar a adquirir destrezas. Para lograr esto, es importante incorporar la lectura a las actividades cotidianas; no olvidar que ampliar el léxico al considerar el empleo de nuevos vocablos, que se aprende a escribir, escribiendo y se deben conocer las estructuras sintácticas, entre otras

Quien redacte debe conocer los aspectos básicos o estructuras cuando vaya a realizar su organización de ideas, por tanto, es requisito ineludible aprender sobre la forma de expresarse y los temas. Para muchos teóricos la

redacción posee dos bases: la expresión (forma o estructura que conjugan vocablos y frases para transmitir el pensamiento) y el contenido (fondo, es decir, ideas o pensamientos deseosos de expresarse)

Cada uno de los aspectos básicos debe entrelazarse para que la redacción sea interesante, fluida y motivadora, con el uso de vocablos correctos, frases y expresiones que motiven la lectura, que faciliten la comunicación y la comprensión.

Siempre hay rasgos y aspectos de la personalidad de quien redacta que le son muy propios, porque no puede sustraerse de los que su expresión está develando en modo personal de ver y de interpretar la realidad. Aunque muchos escriban sobre un mismo tema, cada uno dará, además, de su giro y estilo, el reflejo de los condicionantes internos y externos que influyen en su actividad, por eso no se puede hablar de un estilo fijo, si no de clases de estilos.

Las cualidades de este tipo de comunicación son varias, pero la coherencia es una de las más esenciales a la que hay que prestarle mucha atención. Como dice Carmen Sanguinetti en Introducción al Texto ***“es una propiedad semántica del discurso, es decir, tiene que ver con el significado, pero no se refiere al significado de segmentos aislados del discurso (palabras, frases,***



*oraciones), sino a las relaciones entre los significados de las diferentes partes de una unidad textual (enunciado, párrafo, texto completo)” (2007:13).*

Además de la coherencia como cualidad relevante está la cohesión, que se refiere a los rasgos externos de lo escrito y se manifiesta fundamentalmente a través de la sintaxis. Ambas cualidades harán posible la claridad, como elemento para la comprensión.

A continuación, el diagrama presenta cualidades muy importantes para obtener esa elegancia expresiva.

**Fig. 2. Diagrama de las cualidades de redacción**



Fuente: Elaborado por la profesora Gloria Toribio, autora del estudio. 2012.

La Fig. 2 representa, gráficamente, las cualidades elementales de la redacción que deben ser consideradas siempre para elaborar un texto o discurso. Permitirá el agrado al lector, la facilidad de comunicación del escritor y

la motivación hacia la lectura analítica del texto. En fin, es un proceso y, por tanto, debe estructurarse por etapas, se hace sistemática porque requiere de pasos. Como anota, la profesora Ada Cornejo. ***“La redacción, concebida como un proceso, ha de llevarse a cabo a través de dos fases principales: una en la que se generan y organizan ideas y otra en la que se produce el texto” (2004:6).***

Es preponderante tomar en cuenta que ninguna persona puede decir todo lo que es posible sobre un tema. Efectuará una selección de la información que va a incluir en su mensaje. De allí, considerará los dos principios de redacción a que obedece esta selección, según Carmen Sanguinetti: ***“el primero se relaciona con la cantidad de información, se recomienda transmitir toda la información que se estime pertinente; el segundo recomienda omitir aquellos elementos de la información que no parecen pertinente en una determinada situación de comunicación” (2007; 43).***

## **2.3. Redacción comercial**

### **2.3.1 Concepto**

Por redacción comercial se entiende el conjunto de documentos con propósitos claros para la interacción de profesionales (hombres o mujeres) de negocios para tratar asuntos relativos a su trabajo o actividad comercial y fortalecer las relaciones administrativas. Constituye una prolongación de la empresa o agencia, cuyo nombre y prestigio llega hasta los lugares más lejanos

Por eso, esta correspondencia tiene su propia personalidad, que se caracteriza por el sentido de lo útil.

El objetivo básico de la redacción comercial es conseguir una respuesta positiva en el destinatario. Por tal motivo debe tener un mensaje cuidado, cumplir con las normas y técnicas para lograr una comunicación de negocios eficiente. Además, demanda creatividad, innovación y conocimiento de las reglas de elaboración de los trabajos escritos

En [ortografiayredaccion.blogspot.com](http://ortografiayredaccion.blogspot.com), se encuentra que la carta comercial

- “-Es una conversación por escrito.***
- Es como una tarjeta de presentación.***
- Es la más importante de todos los documentos escritos.***
- Contribuye a la buena marcha de los negocios.”***

Lo anterior, presenta, sin lugar a dudas, la redacción moderna caracterizada por la llaneza o ausencia de afectación, que implica un acercamiento lógico a la naturalidad propia de la conversación, aunque con las limitaciones inherentes al lenguaje escrito. Debe contener los elementos de información necesarios para no dar ocasión a conjeturas y aislar cualquier dificultad que pueda causar ambigüedad y complicación.

En esa dirección, la redacción comercial debe ofrecer al alumno los principios generales de corrección idiomática para formarlo como un ente autónomo para la expresión de sus ideas en un cargo en el que se desempeñe dentro de una organización. En fin, tendrá que saber discernir cuál ha de ser la mejor manera de comunicarse en el logro de alcanzar los fines preconcebidos. La Lic. Luz M. Díaz Giraldo anota

***“La expresión de ideas requiere de un ordenamiento y distribución de las palabras que tienen en cuenta distintos aspectos de la gramática.***

***Con el estudio de la construcción gramatical y de la relación que tienen las palabras entre sí, se logrará mejor la sintaxis, ofreciendo a la comunicación los matices necesarios para una buena redacción” (1995:8).***

La autora expone el conocimiento previo de gramática, sintaxis, puntuación y otras áreas de la lengua, que permitan el mejoramiento de la expresión y faciliten el trabajo óptimo para posibilitar un mejor desempeño, productividad y desarrollo empresarial.

Lo anterior involucra que la redacción comercial requiera de una correcta escritura, y el aprendizaje de esta, como modalidad del lenguaje expresivo, implica que quien la utilice, no solo debe haber alcanzado un nivel de desarrollo del lenguaje y pensamiento, sino poseer una madurez emocional que le permita no desalentarse ante el esfuerzo complejo de las primeras etapas de la escritura comercial.

En el mundo actual de los negocios, aquellas cartas tradicionales han sido sustituidas por una redacción ágil, sencilla, pero dinámica, cónsona con el desenvolvimiento mercantil de las nuevas formas empresariales. Especialmente, refleja principios, cualidades y elementos fundamentales de la redacción general, tales como:

- Sencillez: La llaneza o la ausencia de afectación y rebuscamiento.
- Claridad: Para lograr esto hay que tener presente los siguientes detalles:
  - Tener en cuenta la idea principal y las secundarias
  - Colocar adecuadamente los signos de puntuación
  - Emplear expresiones adecuadas
  - Evitar la ambigüedad
- Precisión. Expresar lo que se desea comunicar
- Brevedad. El mensaje usa el menor número de palabras, pero es claro y completo.
- Cortesía: Refleja la actitud amistosa, sincera y cordial del que escribe
- Coherencia. Conjunto de relaciones sintácticas que se establecen entre oraciones de un párrafo y entre diferentes párrafos
- Modernismo. Emplear un lenguaje comercial y moderno no enfatizar frases muy formales o anticuadas

- Lenguaje positivo. Es un lenguaje que asegura una reacción favorable en el receptor
- Corrección. Se debe evitar cualquier error que puede afectar a la primera impresión favorable que es tan importante en la mente del lector.

Gracias a la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) las posibilidades son mayores, facilitan la forma de relacionarse; el acceso a las redes y ordenadores permiten una mayor interacción entre mundos distantes. Por ello, es imprescindible actualizarse en su empleo, de lo contrario la carencia de conocimientos privará de extender el rango de actividades humanas y la producción de bienes y servicios con las que se relaciona la redacción comercial.

Esa relación hace posible que una persona innove en sus maneras de redactar para ampliar sus fronteras comunicativas con conocimientos diversificados, debe ser consciente de la ventaja tecnológica y profundizar en los contenidos comerciales, ya que le permitirá desarrollar mejores destrezas para expresar sus ideas, obtener un estilo propio, espontáneo y sencillo, que lo hará superar numerosos obstáculos al escribir. Obtendrá, luego, una fundamentación para participar activamente, aprender de manera significativa y formarse a nivel profesional de acuerdo con las exigencias actuales.

En la redacción comercial se consideran dos secciones importantes. la comunicación escrita y el trabajo comercial. Lo que se expresa por medio de cartas, memorando, actas, informe u otros escritos, que mantienen las relaciones comerciales en el negocio y evidencian la actividad de la vida de toda empresa por pequeña que sea (Ver figura N° 3).

**Fig. 3. Diagrama de la redacción comercial moderna**



Fuente: Elaborado por la profesora Gloria Toribio, autora del estudio. 2012.

En el diagrama anterior, se destaca todo el potencial que puede generar la adecuada utilización de las palabras escritas en cartas, memorandos, presentaciones, actas, informes y demás comunicaciones comerciales, a través de una acertada combinación de conocimientos lingüísticos y destrezas técnicas, para la producción y el manejo de los documentos que requieran las organizaciones actuales.

### **2.3.2 Importancia**

La redacción comercial, en términos específicos, es una conversación que pretende satisfacer necesidades de alguien. Al ser la base de todas las transacciones comerciales, se convierte en un centro motor del comercio presente. Es en sí la que posibilita el éxito de la imagen organizacional de una empresa. Se constituye en un factor insustituible para el progreso comercial y económico de la sociedad humana.

La correspondencia comercial pone en contacto diferentes intereses económicos con el objeto de efectuar negocios. Es el medio más eficaz para relacionar internamente las distintas dependencias de una empresa. Además, posibilita el contacto con mercados, fuentes de materia prima, nuevos sistemas que se localizan en distintas partes del mundo.

La importancia que ha adquirido, como vehículo de relaciones humanas, en general, y de relaciones públicas destaca el éxito de muchas empresas, las cuales están en manos de redactores expertos en la presentación hábil, interesante y oportuna de cuanto se relaciona con las distintas operaciones mercantiles. Además, la redacción es el mejor instrumento de trabajo para especialistas y administradores.



Esta comunicación mantiene activa la vida de los negocios en sus diferentes relaciones, ya sea en el orden industrial, comercial, bancario, profesional, administrativo, otros. Su importancia es tal, que las compañías del mundo entero no pueden tener un alto rendimiento sin ella.

La importancia de la redacción comercial se determina a través de sus propósitos, pues de ello depende su alcance. Entre sus objetivos básicos están informar o comunicar; convencer o persuadir. Información se refiere a comunicar o transmitir mensajes relativos a las actividades comerciales, intereses o proyectos, que presentan las relaciones con la estructura de grupo. Se auxilia de un conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos a una audiencia vasta y heterogénea. Además, incluye un campo de noticias o informes, donde se crean expectativas y se plantean exigencias.

Otro de los objetivos se refiere a influir sobre el lector para conseguir una redacción positiva al mensaje enviado. Se sabe que una carta bien redactada, interesante y expresiva actuará de mensajera eficiente para lograr los fines buscados. Es cuando se conoce que la redacción comercial moderniza conceptos y actualiza procedimientos para dotar al mensaje de más libertad en su realización y calidad en su contenido.

En las oficinas automatizadas de hoy, la redacción comercial se relaciona con los conceptos de productividad, calidad, excelencia, haciéndolas más funcionales. Solo serán eficientes y eficaces si están dotadas de características vitales y algunas complementarias que tienen nexo con la escritura sobria del mensaje. Implican que los contenidos de esos mensajes sean de comprensión fácil y rápida, con una sola interpretación posible.

### **2.3.3 Los escritos comerciales**

Los escritos comerciales se convierten en los comprobantes extendidos que dejan constancia de las operaciones desarrolladas en la actividad mercantil, a tono con los usos y costumbres generalizadas y las disposiciones de la ley que rigen las normas de un país. Son de vital importancia y se transforman en medios para demostrar la realización de los actos de comercio que sirven a la administración.

Estos escritos o documentos utilizan las manifestaciones lingüísticas que tienen lugar en el ámbito económico y suelen quedar al margen de estudios estrictamente lingüísticos. Se intenta facilitar la elaboración de todos ellos desde un punto de vista eminentemente práctico. Al respecto, el Mentor de Gramática opina que las redacciones comerciales: ***“Tienen la estructura fija que propicia el uso de ciertas frases y palabras con un carácter formulatorio o ritual...todo ello***

***señala que ayudan a hacer una lectura más rápida de los documentos y dan homogeneidad a la estructura” (2010: 517).***

Lo anterior implica describir los principales contextos de producción de los escritos, a la vez, que se estudian las características lingüísticas que los definen. Además, se ofrece un análisis pormenorizado de aquellas modalidades más frecuentes y representativas del mundo de los negocios. Se necesita orientación indispensable no solo para estudiantes, sino para todos aquellos que redactan dentro del mundo o de las empresas.

La misión más importante queda precisada en la relación de quienes intervienen en una operación y observarán derechos y deberes. Tienen una gran utilidad, porque son constancia de operaciones y la base del registro contable. Como tienen una funcionalidad que sobrepasa lo elemental deben estar bien elaborados, con cada aspecto en su lugar y de acuerdo a normas establecidas para que sirvan como medio de comunicación y entendimiento entre quienes interaccionan en una actividad comercial

Algunos autores clasifican los escritos comerciales de la siguiente manera:

- **Externos:** Los comprobantes externos, por así llamarlos, son los emitidos fuera de la empresa y luego recibidos y conservados. Ej: facturas de compras, recibos de pagos efectuados, otros
- **Internos:** Son los documentos emitidos en la empresa que pueden entregarse a terceros o circular en la misma empresa. Ejs: factura de ventas, recibo por cobranzas, presupuestos, vales.

Por otra parte, no solamente se registran los documentos comerciales: los instrumentos públicos (escrituras, hipotecas) y privados (contratos de arrendamiento, depósito) y cualquier comprobante que sea respaldo de registro contable, es fuente de información para redacción comercial (informes, cartas, planillas, otros).

### 2.3.3.1 Documentos usuales

Actualmente, la carta, junto con el correo electrónico, el fax, son ejemplos de textos más usados en la comunicación empresarial, pero no son los únicos y dependerán de su clasificación. Son documentos que refieren una conversación por escrito y, para que sea efectiva, necesita condiciones mínimas de ordenamiento, claridad, adecuación y cortesía. No solo reemplaza y jerarquiza las conversaciones personales, sino que a menudo las supera.

Evidentemente las numerosas actividades comerciales determinan estos tipos de escritos y dependen de la temática o contenido, la forma y usos. De allí, que se dividan en distintas categorías que dependerán del punto de vista del redactor. Por ejemplo, para el profesor Demóstenes Rojas (2005), la redacción comercial debe considerar elementos como. la puntuación, la carta, la ortografía y la estructura. A modo de ayuda, para enseñar a redactar, clasifica las cartas. En un inicio las categorizaba en tres: ventas, relaciones públicas (invitación, felicitación, comunicado) y diversas. En un texto más actualizado, se encuentra una estructura en dos grandes bloques: de ventas (consulta, pedido, pago, crédito, cobro, reclamo, solicitud); diversas (memorando, informe, mensaje social).

Por otro lado, el Mentor de Gramática, de Océano, divide los documentos escritos en cuatro bloques: esfera privada, esfera social y laboral, esfera cultural y ámbito académico. La redacción comercial entra en la esfera social y laboral, entre los escritos más usuales establece: currículum, cartas formales, telegramas formales, faxes y correo electrónico; comunicaciones internas de trabajo (circulares, memos, otras), informes, actas de reuniones. Asimismo, Océano anota, de los textos más usuales, estas características: ***“Sintaxis más elaborada y estructurada. Uso de un mayor número de conectores oracionales. Variación con frecuencia de estructura sintáctica. Rechazo de empleo de palabras tipo comodín o muletillas” (2010:518).***

Como se expresa, la estructura es más elaborada y puede desarrollar múltiples temas propios del comercio: compra, reclamación, investigación, notificación, formalización, solicitud, órdenes, presentación, información. Se da una variedad de modalidades, pues son muchas las situaciones comunicativas que se resuelven. De allí, que varios redactores recomiendan seguir algunas pautas útiles a la hora de esta correspondencia profesional: planteamiento, métodos para estructurar, estructuras o partes del documento.

Los documentos comerciales son variados y presentan diversidad de temas. Entre algunos de ellos.

➤ **La carta**

Es un escrito, generalmente, de estructura cerrada que se elabora para informar algo a una persona que se encuentra distante de otra, quien informa o desea transmitir sus ideas (autor). Se le conoce más como un *mensaje escrito con propósitos específicos*, se convierte en la unidad fundamental de interrelaciones entre instituciones o empresas comerciales. Demóstenes Rojas, introduce el tema diciendo que planear o planificar una carta es **“crear una secuencia de trabajo para evitar olvidos y errores” (2005: 44)**.

Para algunos presentadores de páginas en Internet, una carta comercial es la representación de una sociedad comercial que se dirige a similares para

tratar asuntos de negocios. La distinción se hace de acuerdo con su presentación y propósito, según el grupo al que pertenece. Entre algunos de sus aspectos distintivos están el membrete comercial diseñado por la negociación, los colores y en ocasiones los diseños que en el papel carta se imprimen. Su tono es amable y respetuoso. Toma en cuenta una correcta presentación y distribución de sus componentes. Cada una de las partes que componen el esquema de la carta comercial, se puede estructurar así:

- ⌚ Membrete. Inscripción impresa en la parte superior del papel que indica el nombre, domicilio y ciudad en donde se encuentra la persona, negocio o sociedad que remite la carta.
- ⌚ Lugar y Fecha. Se forma del nombre de la ciudad y estado donde se remite la carta, del día, mes y año en que se escribe.
- ⌚ Destinatario. Nombre, domicilio y lugar de la persona a quien se envía la carta.
- ⌚ Vocabio Saludo anterior al texto. Su colocación es abajo y en dirección vertical del margen del destinatario. Al finalizar su escritura se escriben dos puntos.
- ⌚ Texto. Cuerpo de la carta, que consiste en el desarrollo del asunto a tratar en la misiva. Se sugiere iniciarlo con una introducción y finalizar con una conclusión.
- ⌚ Despedida. Frase final de la carta. Se utiliza la adecuada al tipo de comunicado.

- ⚡ Antefirma. Contiene el lema comercial, la denominación del negocio o la razón social. Aunque hay algunas instituciones que no la utilizan.
- ⚡ Firma. Elemento que se forma de dos partes: nombre y apellidos de la persona que escribe y la rúbrica correspondiente
- ⚡ Cargo. Se refiere al puesto que desempeña la persona que suscribe la carta y se ubica debajo de la firma
- ⚡ Anexos. Si al documento se adjunta otro, es conveniente especificarlo en la parte inferior; abajo del cargo.
- ⚡ Otros datos. No siempre se utiliza esta parte, sólo cuando se requiere que el contenido de la carta llegue a otras personas por medio de copias. Se ordena por jerarquías y se utiliza la abreviatura c c p (con copia para...).
- ⚡ Referencias finales. Muchos redactores comerciales utilizan, como medida de control de la correspondencia, en la esquina inferior izquierda, con letras mayúsculas las iniciales del nombre del que suscribe, separarlas por una diagonal, coma u otro signo; de la persona que escribe la carta.

La carta -unidad funcional de comunicación comercial- requiere de condiciones formales, por ejemplo, que su lenguaje no se preste a dobles interpretaciones, evitar las impropiedades conceptuales, los pleonasmos y las redundancias innecesarias; definir la clase de carta (cobro, venta, reclamaciones, referenciales, otras), conocer las partes de una carta: remitente, encabezamiento, saludo, exposición, despedida, firma, otras.



La carta comercial a modo específico puede ser de consulta, cobro, reclamo, conciliación, pago u otra. Se observa en gran medida los tipos que se consideran básicos para el ciclo de la correspondencia comercial, según Demóstenes Rojas (2005), tales como:

❖ **La carta de consulta comercial**

Sirve para hacer consultas. Es el primer acercamiento de quien será cliente más adelante de la empresa. En la oficina moderna las consultas se hacen utilizando el correo electrónico, porque es más fácil atender el mensaje y la respuesta. Algunos principios que se deben considerar: solicitar información clara y breve, ser específico en datos necesarios, pedir información adicional, dirigir la solicitud a la persona indicada.

❖ **La carta de pedido**

Tiene como objetivo básico ser documento de un compromiso aceptado por dos personas o instituciones en una operación de compra-venta. Puede ser elaborada de tres maneras: una carta de pedido enviada por fax, por correo (e-mail), un pedido por correo electrónico o una orden de compra (formato impreso que el comprador llena en el momento de concretar una compra). Debe ser breve, clara, completa y específica, contiene los datos esenciales, como número de pedido, número de catálogo, descripción de los artículos, forma de pago, método de entrega, fecha requerida, dirección de entrega.

#### ❖ **La carta de pago**

La carta acompaña el envío del dinero, por lo que debe ser breve, exacta y específica, relacionada con los datos y la forma de aplicar el envío de dinero. Este envío puede ser mediante cheque, giro bancario, pagaré, carta de crédito, consignación o depósito de fondos en cuenta corriente, un endoso de factura y un traslado de cuenta. Se establece que uno o dos párrafos son suficientes para explicar y cumplir con su propósito.

#### ❖ **La carta de crédito**

La redacción moderna apoya la gestión del crédito, que es el privilegio otorgado a un cliente (persona o empresa) para adquirir un producto o servicio inmediato para pagar después. Entre estas cartas se encuentra otra clasificación: solicitud de crédito o pedido en cuenta, solicitud de referencias, presentación de referencias, verificación de referencia, ofrecimiento de referencias acerca del cliente, otorgamiento o negativa del crédito.

#### ❖ **La carta de cobro**

La carta de este tipo tiene como objetivos cobrar una cuenta vencida y preservar la simpatía, amistad y buena voluntad del cliente deudor. Se recomienda que, debido a lo delicado que es cobrar, sean cartas confidenciales. El mensaje debe estar estructurado de manera ordenada y metódica, con una comunicación respetuosa.

#### ❖ **La carta de reclamación y de conciliación**

La carta es cordial, con positivismo, diplomacia y brevedad. Quien la emite debe conocer técnicas necesarias para conciliar y conservar la buena voluntad de la persona a quien se reclama. Por ello, debe ser bien planeada, así la carta de conciliación considera principios como dar respuesta inmediata, ofrecer al cliente el beneficio de la duda, aceptar la culpa con dignidad, ser diplomático.

#### ❖ **La carta de solicitud**

El profesor Demóstenes Rojas (2005:154) clasifica la carta de solicitud en "comercial, de empleo y oficial". Deben ser escritas acordes con principios y rasgos, entre ellos: breve y específica, clara y cordial, dirigida a una persona no a la empresa, según cada necesidad comercial.

- ✓ Carta de solicitud comercial: Se asemeja a un pedido, se diferencia por el objeto de la solicitud (instrucciones, referencias, entrevistas, servicio, otro)
- ✓ Carta de solicitud de empleo: La más característica es la hoja de vida o resumé. Presenta datos personales, educación, experiencia de trabajo, habilidades personales y referencias
- ✓ Carta oficial: Es parte de la cultural general de cada país. Clasificada de acuerdo a los temas que la originan: apertura de negocios, certificado de estudios o domicilio, exoneración de impuestos, otras.

Entre otros documentos comerciales usuales en la administración empresarial, se pueden encontrar:

➤ **El memorando**

Documento que se caracteriza por ser un escrito breve sobre un tema único. Sirve para coordinar eficazmente las actividades dentro de una empresa. Es parte de la comunicación interna en el que se presentan algunos asuntos para que el personal los tome en cuenta. Pueden informar cambios de horario, ofrecer instrucciones, amonestaciones, anuncios, conferencias, ascensos, observaciones, decisiones. Su estructura, por lo general, es así:

- 1 Membrete
- 2 Nombre del documento: MEMORANDO
- 3 Número
- 4 Encabezamiento: partes escritas a doble espacio

Fecha:

Para:

De:

Asunto:

- 5 Texto o contenido
6. Saludo y despedida
- 7 Nombre del remitente
- 6 Anexos (Si se desea agregar otra información)

## ➤ El Informe

Este documento es una comunicación escrita en la que se dan a conocer, de manera clara y detallada, los hechos y las investigaciones realizadas en una empresa. Cuanto más eficaz es el informe es mejor la calidad de las decisiones de gerentes o subgerentes. Los temas son diversos: de ventas, inventarios u otro. Su estructura más particular es.

- 1 Título del informe
2. Nombre del destinatario
3. El problema (exposición del asunto)
4. Investigación y análisis (Observación personal, consulta y evaluaciones)
- 5 Sugerencias
- 6 Conclusión
- 7 Nombre del remitente
8. Fecha

También, se conoce la estructura con sus partes esenciales:

1. Encabezamiento: título, destinatario, autor y fecha.
2. Introducción. asunto o número de informe.
3. Análisis: hechos, resultados, situación actual
4. Conclusiones es la síntesis o resumen.
5. Recomendaciones.
- 6 Despedida: es opcional; puede ser una frase que resalte a la empresa.
7. Firma: nombre y título del cargo de la persona que lo envía

### ➤ **El mensaje social**

Documento que se utiliza para ganar la buena voluntad del ámbito empresarial. Es parte de las relaciones públicas y pueden ser cartas de invitación, agradecimiento, felicitación, presentación, condolencias, asimismo, pueden enviarse tarjetas interactivas a través de correo electrónico. Entre sus características están la cordialidad, sinceridad, oportunidad y empatía.

### ➤ **El mensaje electrónico**

La empresa facilita la comunicación del equipo de trabajo y obtiene rápidas decisiones al utilizarlo. La correspondencia se envía de una persona a otra en forma electrónica. Son documentos que se almacenan en un servidor. El formato de este tipo de comunicación es similar al de un memorando, con palabras guías que dan una caracterización de organización. El encabezamiento puede variar dependiendo del programa que se utilice. Al respecto, Martí Batllori en <http://noticias.juridicas.com/articulos/40-Derecho%20Laboral/200102-05512911015390.html>, dice.

***“El uso del correo electrónico es un fenómeno ya generalizado en nuestra sociedad, cambiando con su incorporación a nuestra vida cotidiana los modos de comunicación interpersonal. Asimismo, se está generalizando el uso del correo electrónico en las empresas, como herramienta de comunicación tanto a nivel interno como externo, siendo ya en muchos ámbitos la principal vía de transmisión de información”.***

Para utilizar este tipo de documento se debe estar actualizado y, especialmente, desarrollar la competencia informática y digital. Entiéndase que por ser una herramienta de comunicación, a través de Internet, permite enviar y recibir información. Junto con el mensaje, el emisor puede adjuntar otros documentos. En la actualidad es una de las formas más empleadas.

### ➤ **Actas**

El acta es un documento en el que se asientan los acuerdos tomados en una reunión, de forma resumida todo lo acontecido allí. Se deben escribir directamente en un libro que se llama "Libro de actas". Los requisitos están regulados por los estatutos de la empresa. Se constituye por:

- Encabezamiento o título, y nombre de la empresa o asociación
- Lugar, fecha, hora de comienzo y terminación
- Lista de asistentes
- Resumen ordenado de los debates realizados
- Visto bueno y firma del presidente
- Firma del secretario

Las actas sirven de recordatorio para todos los implicados en un determinado asunto. La redacción y firma del acta la realiza quien cumple las funciones de secretario de la reunión. Debe poseer cualidades de precisión y claridad; recoger la información de manera detallada, completa, para que se puedan localizar fácilmente los contenidos. En ella es importante reflejar

cualquier contraste de opiniones. Hay dos principios fundamentales que deben tenerse en cuenta para su elaboración.

- La coherencia: Consiste en mantener la uniformidad al referirse a las personas implicadas, por ejemplo, no debe mencionarse primero a una persona por su nombre y después por su cargo.
- La objetividad: Consiste en mantener la imparcialidad al describir los hechos y las personas implicadas. Los términos subjetivos deben evitarse

➤ **La circular**

La circular es una carta impresa en la que se dirige un mensaje de interés a diversas personas o entidades comerciales. Trata cualquier tema como ascensos, nombramientos, nuevos productos, apertura, ofertas especiales de sucursales, cambios de dirección, adopción de medidas, ofrecimientos de servicios y ventas. Se caracteriza porque se mueve dentro de la institución a los subalternos del jefe y fuera de la empresa a todos los negocios con propósitos comerciales. Su estructura es sencilla

- 1 Fecha
- 2 Asunto
- 3 Destinatario y remitente

➤ **Telegramas**

Los telegramas son mensajes escuetos relacionados con las diversas formas de actividad comercial a que se refieren los otros tipos de escritos. Su



redacción requiere sumo cuidado para que sea a la vez sintética. Se utiliza cuando se necesita comunicar datos o noticias en tiempo brevísimo. A este tipo pertenecen los cables y los télex o fax.

Los telegramas se usan localmente, es decir dentro del país. Sus textos son breves, ya que se paga por palabras, su redacción tiene que ser concisa, pero clara. Se recomienda redactar un texto normal y luego sintetizar lo escrito sin perder la idea del mensaje. Actualmente su uso ha decaído, por lo general, sólo se envían con mensajes de pésame o felicitación.

Por otra parte, los cablegramas y radiogramas requieren de un servicio ultramarino que facilita el envío de estos mensajes al extranjero. Al respecto, las empresas tienen métodos más rápidos y modernos como el teléfono integrado y una función de copiadora en una sola unidad.

### ➤ **Resolución**

La resolución es un documento que involucra una toma de decisión, que frente a un hecho, a un deceso, una protesta, un ascenso, toma una sociedad o agrupación cualquiera y la da a conocer. Su estructura consta de dos partes:

1. Los considerandos (razones explicativas de la situación)
2. Los resueltos (serie de determinaciones a las que se llega o decisión acordada)

3. Al final del texto se coloca la fecha y firma de quienes envían el documento.

El escrito debe presentar una exposición objetiva, siguiendo un determinado orden y procurar que la información sea veraz y completa. No se olvide que siempre habrá rasgos y aspectos de la personalidad del redactor.

### ➤ **Hoja de vida**

Algunos la denominan resumen o currículum vitae. En sí es un escrito ordenado de la capacitación y la experiencia laboral de una persona para obtener un puesto en una empresa. Es una carta de presentación, de su correcta elaboración, dependerá el éxito en la búsqueda de empleo de un profesional. El objetivo principal será presentar al potencial empleador información que posibilite una entrevista posterior. Existen varios tipos de hoja de vida que, también, se pueden usar; lo importante es que sea clara, breve, sencilla, concreta y veraz.

Deben contener los siguientes datos esenciales:

- Datos personales
  - ✓ Nombre y apellidos
  - ✓ Cédula
  - ✓ Nacionalidad
  - ✓ Fecha de nacimiento

- ✓ Edad
- ✓ Estado civil
- ✓ Dirección
- ✓ Teléfono (también el número celular)
- ✓ Correo electrónico
- Formación académica
  - ✓ Estudios básicos, secundarios y superiores
  - ✓ Cursos
- Experiencia profesional y laboral
- Nivel de idiomas e informática
- Referencias personales o comerciales

#### **2.3.4 Dificultades más comunes en la redacción comercial**

Los documentos comerciales ameritan una presentación en forma y contenido eficiente y eficaz. No obstante, las dificultades que se producen en el desarrollo de la redacción comercial son muchas. Entre ellas se señalan: el poco tiempo destinado a la redacción del escrito, la acumulación de contenido, el no consultar adecuadas fuentes bibliográficas o no buscar apoyo en personas idóneas, el no contar con una preparación amplia o actualización con relación al manejo de los escritos comerciales. Por eso, las dificultades a que se avocan constantemente quienes tienen la responsabilidad de la redacción y los escritos de la empresa o institución, son.

- Errores ortográficos y de puntuación
- División incorrecta de las palabras.
- Dificultades en la aplicación de las reglas de acentuación.
- Pobreza de vocabulario.
- Inadecuado manejo de la redacción, la síntesis y el resumen para la elaboración de cartas, curriculares y otros documentos
- Desconocimiento de las cualidades de la correspondencia comercial.

#### **2.4. La enseñanza y el aprendizaje de la redacción comercial**

La enseñanza es un proceso de ayuda, de mediación, de orientación oportuna y contingente para que el estudiante utilice su actividad mental constructiva, aprenda y autoaprenda. Exige para cada disciplina o área del conocimiento, el empleo de métodos y técnicas de enseñanza y aprendizaje innovadores. Díaz Frida señala.

***“Los conductistas conciben a la enseñanza como un arreglo simple de las contingencias de reforzamiento y consideran que siendo eficientes en el arreglo, se puede enseñar cualquier tipo de conducta. El alumno es visto como ser pasivo aislado, cuya participación se encuentra fuertemente restringida por programas altamente estructurados y controles ambientales sofisticados. El maestro a su vez se concibe como un ingeniero conductual...” (1998:17).***

Este texto plantea que el alumno es un receptor de la enseñanza, pasivo y aislado. Situación contraria a la de los constructivistas, que enfocan al alumno

como el centro de la actividad, conductor de sus propios aprendizajes. De este aspecto, se parte para saber que la redacción comercial, en su enseñanza, no debe ser enfocada siguiendo los lineamientos conductistas, pues la actividad comercial involucra movimiento, interacción o comunicación y una serie de actividades, que llevarán al individuo a ser activo, autónomo, participativo y altamente constructor.

Por eso, al enseñar redacción comercial el docente debe emplear métodos activos y nuevos, para transformar el aula de clases en un verdadero lugar de trabajo, donde se investiga, se comunica y aprende en equipo y colaboración. Involucra, entonces, no ser unidireccional, debe implementar actividades estratégicas, las cuales faciliten al alumno la comprensión clara de lo que el docente desea que aprenda.

Adicional, las técnicas y estrategias con las que se enseñan la redacción comercial, proponen un enfoque metodológico fundamental en la comunicación docente-estudiante y estudiante-estudiante. Implica hacer consciente en la mente el significado de lo que otros escriben. Como expresa Fulvia Morales en sus Talleres de Comprensión. ***“para completar este proceso, la actividad mental se ocupa de dotarle de coherencia, esto es, de cierta lógica o sentido válido para poder ser entendido e interpretado”*** (2012.10).

Supone un importante esfuerzo que obliga al estudiante a realizar múltiples subprocesos que deben darse conjuntamente, mediante los cuales se integra información del docente que tiene que ver con el léxico, la sintaxis, la semántica, la pragmática y la interpretación.

#### **2.4.1. Enfoques actuales para la enseñanza de la redacción comercial**

La didáctica moderna sugiere que la enseñanza deje de ser una actividad conductista-tradicional y asuma roles relevantes en cuanto a la participación del alumno y del maestro como actores significativos del trabajo escolar. Estos enfoques apuntan a describir una actividad nueva constructiva, programada y altamente participativa, para que el alumno asuma roles significativos en la construcción de sus propios aprendizajes

La redacción comercial en el programa de Español implica una serie de estrategias encaminadas a formar en los estudiantes nociones, actividades y conocimientos para su desenvolvimiento futuro en el ámbito comercial. Para eso su dominio tiene que estar enfocado en el buen manejo de la redacción, lectura, escritura para la elaboración de documentos y otras actividades inherentes a esta carrera, que permiten la formación de profesionales altamente preparados para incursionar en el campo laboral o hacia otros niveles superiores de formación.

Los enfoques de una nueva enseñanza para la redacción comercial tendrán como base los aspectos que las nuevas corrientes didácticas sugieren para las escuelas de estos tiempos, cuyas metas están dirigidas a la formación de un individuo completamente nuevo, participativo y colaborativo, crítico y reflexivo, en donde sea el propio constructor de sus aprendizajes, orientado, apoyado y conducido por el profesor.

Por supuesto que el proceso no es fácil. Así, lo sustenta el profesor de Metodología y Práctica de la Especialidad Castellana, Gustavo Iglesias, en [unb.revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/1/.../152.doc](http://unb.revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/1/.../152.doc):

***“El proceso de la enseñanza de la expresión escrita no es tan simple de desarrollar, ya que la escritura integra una serie de saberes. Implica, primero, el conocimiento del lenguaje, es decir, manejo del vocabulario, ortografía, sintaxis, puntuación, etc. y, luego, los procedimientos de búsqueda de información y organización del texto”.***

La didáctica no será tan sencilla, pero al existir tantas formas de hacerlo, se torna más que interesante, orientadora. De allí, que se conozcan diversos enfoques existentes, los cuales intentan dar una panorámica de las maneras cómo mejor puede enseñarse redacción comercial

Por ello, algunos autores han escrito sobre estos enfoques y aquí se menciona, por ejemplo, a Daniel Cassany, estudioso de la lengua, quien distingue cuatro enfoques básicos de la didáctica para la expresión escrita

Establece el asunto considerando aspectos como objetivos de aprendizaje, tipos de ejercicios, programación u otro, y logra que cada planteamiento haga hincapié en un aspecto determinado de la habilidad del estudiante. Así, están:

- **Enfoque gramatical.** El estudiante aprende a escribir con el conocimiento y el dominio de la gramática del sistema de la lengua. En una época muy lejana fue el más difundido. Identifica la expresión escrita con la gramática e insiste, especialmente, en la ortografía y la sintaxis. Aquí, predominan los dictados, trabajos de redacción, transformación de frases para llenar espacios en blanco
- **Enfoque funcional.** Es comunicativo y orientado hacia el desarrollo de trabajos prácticos. El alumno aprende a usar los textos para conseguir objetivos diversos, por ejemplo, redactar una carta al director de la escuela por medio de prácticas de esas cartas.
- **Enfoque procesual.** El estudiante tiene que desarrollar procesos cognitivos de composición para poder escribir buenos textos. Enfatiza en el proceso de la composición. Se enseñan los procesos cognitivos que permiten generar ideas para emprender el trabajo de redacción, así como formular objetivos antes de escribir, organizar las ideas, escribir borradores y esquemas, revisar y evaluar. El alumno aprende a escribir borradores y a conocer la estructura del párrafo; además, aprende a distinguir los elementos esenciales del estilo para



practicarlos en el proceso de la escritura. Toma apuntes, escribe y rescribe sus propios textos hasta lograr el objetivo esperado

- **Enfoque de contenido.** Al mismo tiempo que se desarrolla la expresión, la lengua escrita se enseña como instrumento que puede aprovecharse para aprender distintas materias. Enfatiza la función epistémica de la lengua escrita, concibiendo que el trabajo de la escritura tiene su punto de partida en el proceso de conocimiento de una materia dada, como ciencia, ciencias sociales, arte. Se aprende a recoger información y a organizarla para redactarla a modo de comentario o de conclusión

Las cuatro líneas didácticas, según Cassany, no son excluyentes, sino que se complementan y seleccionar, uno u otro, es cuestión de tendencia para destacar unos aspectos por encima de otros. De allí, que al evolucionar los campos investigativos de la redacción y la composición escrita se dieron otros modelos explicativos y surgieron otros tres:

### **1. Los modelos de producto**

La actividad de escritura como una habilidad global, en la que se practica una serie de habilidades previamente ejercitadas gramática tradicional, ortografía, puntuación.

## **2. Los modelos de proceso**

Debe existir una base natural en los individuos que les permite realizar un proceso creativo y de libre expresión, limitándose a prácticas. De allí, nacen los modelos de traducción, de etapas (pre-escritura, escritura, rescritura, edición); en los modelos cognitivos, se encuentran. el *enfoque expresivo*, el *enfoque cognitivo*, el *enfoque cognitivo renovado* y el *enfoque social*).

En los modelos de traducción y por etapas la crítica que se formula se funda en el hecho de que los escritores competentes planifican globalmente antes de ponerse a escribir y vuelven a hacerlo durante la redacción a nivel más local. Por tanto, durante el proceso no solo se producen movimientos hacia delante, sino también retrocesos que los modelos de etapas no han sido capaces de explicar.

Juana Marinkovich citada por Gustavo Iglesias, en [unb.revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/1/.152.doc](http://unb.revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/1/.152.doc), refiere:

***“...que un enfoque de proceso en la escritura o producción de textos escritos se centra, entre otros, en aspectos tales como: 1.- El descubrimiento del aprendiente y de la voz de éste como autor; 2.- el proceso de escritura entendido como un proceso regido por metas en donde el subproceso de planificación es crucial; y 3.- la retroalimentación durante todo el proceso de escritura a través de la preescritura y borradores múltiples. Por consiguiente, la autora distingue los siguientes enfoques...”***

De allí, que la autora explique enfoques diversos, surgidos de modelos dados en la evolución, tales como

**a. El enfoque expresivo:** plantea que quienes escriben deben seguir sus voces y buscar expresarse libremente. En esta postura, prácticamente no se aprende a escribir, más bien el escritor nace

**b. El enfoque cognitivo:** es aquel que por el fuerte influjo de la psicología cognitiva en su origen, describe la producción de textos escritos como un proceso recursivo. Esto es, un proceso complejo en el que surgen postulados como: los procesos de componer son interactivos y potencialmente simultáneos, componer es una actividad guiada por metas, los escritores expertos componen en forma diferente a los novatos

Luego, se dio el modelo de *transformar el conocimiento*, según el cual los problemas son resueltos conscientemente, se acude espacio del problema de contenido como al espacio del problema retórico. En este modelo, la tarea de escritura supone un análisis del problema y de los objetivos para su consecución.

**c. El enfoque cognitivo renovado:** Postula un modelo más actualizado, incorporando el componente afectivo. Ofrece un marco más amplio que integra aspectos socioculturales, cognitivos y emocionales.

**d. El enfoque social:** En este enfoque, el lenguaje es inseparable del contenido y del contexto y es el medio a través del cual el significado se realiza. Las comunidades discursivas incluyen escritores, lectores, textos y contextos sociales en su interacción natural y sería, finalmente, la comunidad de especialistas quienes discuten y escriben acerca de ideas e información relevante para sus intereses profesionales.

### **3. Los modelos contextuales o ecológicos**

Analizan la composición escrita como un proceso mediatizado, por variables personales y del contexto en el que se desarrolla

Con el desarrollo de los diversos modelos, a medida que se avanzó, se fue dando un enfoque de enseñanza, basado en las funciones o enfoque didáctico-textual, que se basó en la *concepción funcionalista* del lenguaje, según este es considerado como una herramienta útil de comunicación y no sólo como un conjunto cerrado de conocimientos gramaticales. Pasó a ser el eje central en la enseñanza de la lengua escrita. Desde este enfoque, las diversas tipologías textuales son caracterizadas como unidades naturales de realización de los usos lingüísticos y, en consecuencia, pasan a constituirse en criterios organizadores de la enseñanza.

Este enfoque funcional considera el texto escrito como una unidad que toma significado en el contexto situacional concreto e implica organizar el

currículum de la lengua escrita en torno a las diversas tipologías textuales, planteando la enseñanza de estas, no en abstracto, sino en contacto con modelos textuales concretos y con las dificultades específicas que plantea su escritura. Luego, generó principios didácticos útiles para esta modernidad, como

- Conocimiento y control del proceso de escritura (planificación, generación del contenido, elaboración de un borrador, transcripción, revisión, reformulación de un texto, etc ).
- Los contextos condicionan la expresión escrita al ser esta una actividad social (las características influirán en la motivación del alumno para escribir y en el grado de adquisición y empleo de las estrategias cognitivas que éste requiere).
- Interacción-colaboración. El profesor es orientador del trabajo de los alumnos participando a nivel general (desarrollando la motivación, objetivos, planificando globalmente el proceso o modelándolo) y a nivel individual (dándoles opciones de trabajo, proporcionándoles técnicas concretas, leyendo sus borradores, mostrándoles los puntos flojos, etc ) La actividad de escritura es un diálogo y colaboración entre docente- alumnos y alumnos-alumnos
- Individualización Las necesidades, las motivaciones y los ritmos de aprendizaje no son iguales en todos los alumnos. La labor orientadora del docente, debe ser dirigida a ofrecer ayuda a cada uno.

- Autenticidad. Proporcionar al alumno actividades de escritura, dirigidas a una audiencia real, frente a los métodos de enseñanza tradicionales que enfatizaban una constante simulación, obligando al alumno al juego

La sociedad moderna ha ido investigando para actualizar conceptualizaciones y enfoques, por lo que se fueron originando nuevas terminologías y enfoques actualizados para la redacción, incluyendo la comercial, por ejemplo.

#### **a. Constructivismo**

Este enfoque sugiere al docente y al estudiante que la didáctica nueva enfatiza los aspectos del método activo y su importancia en el desempeño docente. Es decir, existe un acondicionamiento mutuo-dinámico entre las acciones de aprendizaje y las acciones de enseñanza. Ambos conforman un todo, con objetivos muy bien definidos que interactúan sistemáticamente

Según este enfoque, el docente con el alumno deben implementar el aprendizaje significativo, ambos enriquecen el fundamento lógico y psicológico de la enseñanza, para ofrecer al docente un conjunto de elementos teóricos, metodológicos para la comprensión y puesta en práctica de sus estrategias pedagógicas

La metodología de este aprendizaje orienta a los alumnos a trabajar de manera reproductiva o a participar activamente en la búsqueda y producción de la información, a colaborar con otros en el logro de las metas comunes o a centrarse en el logro de una meta individual, a involucrarse activamente en el proceso, o a experimentar cambios significativos en sus comportamientos.

En este tipo de actividad pedagógica es fácil darse cuenta de que en los métodos de enseñanza constructiva se refleja la forma motivadora con la que el profesor debe actuar al momento de su actividad didáctica. Las situaciones de aprendizaje se caracterizan por su carácter consciente, reflexivo, problematizador, significativo y contextualizado.

La organización de la metodología constructivista debe contribuir al desarrollo de habilidades y capacidades implicadas en una actividad intelectual productiva, creadora, crítica y reflexiva. Además, orienta al empleo de procedimientos analógicos y vivenciales, el uso de error y de la interrogación como estrategias didácticas, la enseñanza multisensorial, la simulación, el apoyo en la realización de proyectos, entre muchos otros y constituyen una serie de procedimientos, que contribuyen al desarrollo de una enseñanza activa, motivadora, implicativa, dinámica, y, por ende, a la proyección de situaciones de aprendizajes desarrolladores. A continuación, se presentan algunas características que deben asumir los métodos de enseñanza constructivos.

- Deben ser esencialmente productivos.
- Garantizar el trabajo grupal en armonía con el individual.
- Enseñar a los alumnos a “aprender a aprender”, mediante el desarrollo de habilidades de orientación, planificación, control y evaluación.
- Potenciar el desarrollo del autoconocimiento, la autovaloración y la autoevaluación, en correspondencia con el carácter activo y consciente del aprendizaje, en áreas de la autorregulación del alumno

Es evidente que los medios y recursos didácticos son valiosos auxiliares, en el proceso de aprender a aprender. Ellos permiten el logro de los objetivos educativos propuestos en un ambiente de productividad, creatividad y efectividad.

#### **b. Socio- Cultural**

Este enfoque señala al maestro como actor en el aula de clases, él debe ser un experto que enseña de manera interactiva; en otras palabras, debe ser un elemento promotor de la comunicación en el aula en doble vía, proporcionando un aprendizaje en el alumno guiado.

La enseñanza dentro de este enfoque debe ser activa, comunicativa y altamente participativa, donde se promueven progresos en el desarrollo



cognitivo del alumno y su futuro. Se piensa en su capacidad de hacer hoy y lo que hará mañana.

Este enfoque tiene una concepción del alumno como un ente social, protagonista y producto de las múltiples interacciones sociales en que se ve involucrado a lo largo de su vida escolar y extraescolar. Las funciones cognitivas superiores de hecho son producto de estas interacciones sociales, con las cuales, además, mantiene propiedades organizacionales en común.

La metodología de este enfoque aplicada al aula, establece que el profesor debe ser un experto en el manejo de procedimientos que instruyan óptimamente para facilitar aprendizajes productivos en los alumnos. O sea, que se requiere de un aula activa, en donde el alumno sea parte fundamental del trabajo, interiorice, se constituya en una vía de socialización, de adquisición de conocimientos, hábitos, habilidades y actitudes para adaptarse al medio.

En realidad, el aprendizaje resulta ser un proceso complejo, diversificado, altamente condicionado por factores tales como las características evolutivas del sujeto que aprende, las situaciones y contextos socio-culturales en que aprende, los tipos de contenidos, o aspectos de la realidad de los cuales debe apropiarse y los recursos con que cuenta para ello, el nivel de intencionalidad y organización con que tienen que ligar estos procesos.

Con ello, permite trascender la noción del estudiante como un depósito o un consumidor de información, sustituyéndola por la de un aprendizaje activo e interactivo, capaz de realizar aprendizajes permanentes en contextos socio-culturales complejos, es decir, que necesita aprender en los mismos, cómo aprender, qué recursos tienen que obtener para hacerlo y qué procesos debe complementar para obtener un producto individual y socialmente valioso.

El proceso de apropiación al que se hace referencia ha traído nuevas perspectivas y grandes aportes de los diferentes enfoques, surgiendo un cambio de perspectiva en el estudio de la redacción. Se evidencia una teoría y praxis, que reconoce una actividad compleja en la que el sujeto debe tomar múltiples decisiones y hacer intervenir simultáneamente procesos para intentar resolver un problema didáctico inicialmente mal planteado. Como consecuencia, la expresión escrita se constituye en una manifestación lingüística con características propias y como un objeto de estudio específico que requiere concretarse en modelos de intervención educativa coherentes en relación con los cambios sociales del momento

Finalmente, enseñar a escribir supone considerar el importante papel que desempeñan, tanto la forma como el contenido, en la producción de un texto. Hay que profundizar en el conocimiento sobre un tema, pero también hay

que saber cómo estructurar la información para que no quede reducida a un conglomerado de ideas inconexas.

#### **2.4.1.1 Métodos y técnicas que permiten un aprendizaje significativo en la enseñanza de la redacción comercial**

La didáctica de la redacción, en los últimos años, ha ido en continua evolución. En todos los campos del quehacer, se ha observado cómo la incursión de las tecnologías de la información y comunicación ha renovado el desempeño, las formas de pensar y actuar del hombre contemporáneo

También, en educación esta innovación ha transformado las diferentes maneras de enseñar, planificar, proceder y organizar, haciendo las actividades más expeditas. En el aula de clases el docente debe ser consciente del impacto de la tecnología y el modernismo, por tanto, debe adecuar su trabajo formador a esas realidades, que le van a permitir preparar mejor y actualizar a sus estudiantes, a fin de responder con eficiencia a los desafíos de la modernidad, con una educación nueva y activa.

Las nuevas propuestas curriculares plantean la elaboración de estrategias que contengan métodos, técnicas e instrumentos que propicien la construcción del aprendizaje por el propio estudiante. Aunado a ello, el

desarrollo de las actividades pedagógicas, de todo docente, debe contar con nuevas infraestructuras o laboratorios, equipados y dispuestos a servir de medios promotores de enseñanza activa, constructora e innovadora. Esto es, sin importar en qué nivel se encuentra, se debe promover que el individuo sea competente. Como establece MEDUCA, en vías de la actualización de los programas en Panamá, al citar a Zabala

***“La escuela panameña debe enfrentar el desafío de reajustar sus enfoques de acuerdo a la demanda de los contextos del siglo actual, de tal forma que en medio de un mundo globalizado, altamente tecnológico y con redes de información veraz más extensas, las personas puedan enfrentar de forma efectiva cualquier tarea simple o compleja que se le presente en la vida” (2012:22).***

Los nuevos postulados indican que, tanto técnicas como métodos, deben orientarse a lograr un individuo capaz de interaccionar en ese mundo agobiante de avances y cambios. Así, en los programas se observan los métodos y las técnicas como recursos invaluable para lograr la evaluación. Por cuestión de ilustración, se nota la necesidad de un currículum que implica la utilización de metodologías dinámicas, en general. Sobre esto, anota MEDUCA.

***“Métodos: Aprendizajes por problemas, Estudio de casos, Formulación de proyectos. Portafolios.  
Técnicas: La observación. La entrevista focalizada. El diario de campo. Las realizaciones y exhibiciones. Los ensayos. Las redes semánticas y mapas conceptuales”  
(2012:52).***

El docente que dicta la cátedra de Español, con la ayuda de técnicas nuevas, logrará aprendizajes efectivos. Enseñar redacción comercial, con las nuevas tecnologías y los avances modernos pone en práctica estrategias de aprendizajes constructivistas y técnico-innovadoras. Por ejemplo, los aprendizajes constructivistas se apoyan con las estrategias de valoración de las experiencias previas del estudiante, promoción de la capacidad creadora, la experimentación, el sociodrama y la localización de objetos concretos.

Asimismo, para el aprendizaje de conceptos, representaciones, actitudes y el desarrollo de capacidades individuales y colectivas, estimula el trabajo individual, el trabajo cooperativo y colaborativo; provoca en los alumnos aprendizajes cognitivos, retos, presentación de problemas, situaciones críticas y experiencias significativas.

Se apoya en variadas técnicas de aprendizajes como: interrogantes, diálogos, lecturas analíticas, mapas de conceptos, sociodramas, encuestas, murales, discusiones, cuadros comparativos, entre otros. Todas ellas se aplican en diferentes momentos didácticos y las refuerza con actividades de ampliación y acompañamiento

La redacción comercial, al ser multicultural (supone la existencia de varias culturas en un entorno), requiere que el docente logre en el estudiante

respuestas o productos que demuestren sus conocimientos y habilidades, por esta razón durante el desarrollo de su clase empleará técnicas que respondan, en concreto, a una integración e interpretación del conocimiento y a una transferencia de dicho conocimiento a otros contextos. Al respecto, el módulo de transformación curricular establece.

***“Algunos ejemplos de los métodos, técnicas e instrumentos como los que pueden establecer buenas y útiles estrategias son:***

- ***Métodos: Aprendizaje por problemas. Estudios de casos. Formulación de proyectos. Portafolios.***
- ***Técnicas: La observación. La entrevista focalizada. El diario de campo. Las realizaciones y exhibiciones. Los ensayos. Las redes semánticas y mapas conceptuales.***
- ***Instrumentos: Los cuestionarios de preguntas abiertas. Los test (pruebas de conocimiento). Las pruebas objetivas. Las listas de cotejo. Las escalas de valoración o rúbrica” (2012:52).***

Esto indica que una técnica es la utilización de un instrumento, situación, recurso o procedimiento de la didáctica para el logro de aprendizajes, por ello se pueden adaptar a diferentes situaciones y son auxiliares en el proceso general de educación

Con respecto a métodos y técnicas están presentes en todos los momentos didácticos del proceso enseñanza-aprendizaje. El éxito del proceso o su falla dependerá, en gran medida, de la metodología que el docente utilice antes, durante y al final del proceso. Por eso, la diversificación en las

estrategias a emplear cuando se enseña es importante en el aprendizaje para toda la vida de los contenidos programáticos

Estos métodos y técnicas se apoyan con recursos materiales dedicados a acompañar la manera cómo se les enseña a los estudiantes. Así, por ejemplo, los centros educativos deben contar con un sinnúmero de recursos, materiales e infraestructura que faciliten el aprendizaje, tales como los laboratorios de lengua dedicados a complementar los aprendizajes, para que sean más vivenciales y prácticos, lo que favorece al alumno interesado en experimentar, descubrir y ser creativo, es decir, para que sea competente. Otras ventajas son los recursos para la redacción comercial como los de informática, mecanografía computarizada, práctica de oficina u otro.

De igual forma, son imprescindibles los proyectores como recursos tecnológicos de multimedia, retroproyector de transparencias y materiales didácticos de apoyo, como cartas empresariales, modelos de currículo o memorando de organizaciones privadas y públicas que, en una forma u otra, son valiosos como fortalezas para los aprendizajes, así, al estudiante se le facilita construir y reconstruir sus propios saberes

Las prácticas en laboratorios escolares y profesionales que corresponden a Comercio, son auxiliares del docente, especialmente del alumno para

aprender la escritura y lectura comercial; les ayuda a depurar las fallas ortográficas y de redacción que se cometen con frecuencia al redactar cartas u otros documentos empresariales.

Con el uso de la multimedia, la *"laptop"* (computadora portátil), las computadoras, la Internet y otros materiales, el alumno interactúa con otros alumnos y profesores, quienes le ayudan a superar las dificultades que se presentan cuando practican la redacción comercial. Así, se dan cuenta de sus errores, sean ortográficos o de redacción, para mejorarlos y lograr la eficacia del trabajo.

El estudiante y el profesor con el uso de la computadora y la multimedia, pueden:

- Mejorar la redacción de cartas y de diversos documentos comerciales  
Como por ejemplo, a identificar elementos y estilos básicos de redacción, observar diferentes formas de comunicarse, adquirir destrezas en un trabajo investigativo.
- Actualizarse acerca de los avances del mundo comercial sobre redacción.
- Manejar con eficiencia el abecedario, las reglas ortográficas, la elaboración de oraciones y el análisis de documentos.



Existe un gran interés por las nuevas tecnologías al servicio de la didáctica comercial, por eso el docente y el estudiante han de buscar, a la vez, la formación en competencias comunicativas y en el tratamiento de la información y la competencia digital, ya que es imperante.

#### **2.4.2. El docente de Español Comercial**

El docente de Español Comercial es un ente motivador siempre, cuya formación le permite aplicar estrategias modernas para el aprendizaje de la redacción en un estudiante de bachillerato, con un modelo educativo, que tiende a concebirlo como el motor que impulsa capacidades, con su planificación y diseño de experiencias a tono con los cambios de hoy. Así, lo expone el Módulo de Actualización de los Programas de Estudio de MEDUCA, al hablar del docente en Panamá

***“En consecuencia, su formación debe concebirse y realizarse desde la perspectiva de la adquisición y aplicación de herramientas didácticas suficientes, que le permiten estrategias y técnicas de aprendizajes para los diferentes contenidos conceptuales procedimentales y actitudinales, permitiendo en los estudiantes el logro de competencias propias de su formación y la conciencia del valor de su creatividad como sujeto educativo, y la expresión permanente de la calidad de sus aprendizajes” (2012:50).***

Lo anterior, impone un ritmo de formación, en el cual, las prácticas en el pizarrón son claves de la enseñanza, y se implica utilizar las tecnologías para integrarlas a la práctica docente. Esto es, un perfil con una conciencia de sus

funciones y actividades como guiador del proceso intelectual, transformador, crítico y reflexivo. Es un agente de cambio social con los conocimientos profundos de principios epistemológicos de su área. Debe acompañar el proceso de aprendizaje de los estudiantes, siendo líder y mediador de las interacciones didácticas con valores que estimulen la crítica y creatividad discente.

El profesor que dicta Español Comercial debe estar acorde con lo que es el docente en la nueva propuesta curricular: estimulador del desarrollo de las capacidades de los alumnos, por tanto, ha de lograr que adquieran conciencia del valor que tienen y la necesidad de ser autónomos en el proceso educativo, cuidando el resultado de sus aprendizajes, siendo partícipes dinámicos.

El papel que le compete hoy día, según MEDUCA (Ministerio de Educación) es el de facilitador, y lo presenta para “...***favorecer y facilitar las condiciones para la construcción del conocimiento en el aula como un hecho social donde los alumnos y docentes trabajan en la construcción compartida de, entre otros los contenidos actitudinales***” (2012:51).

Todo ello involucra cualidades docentes del perfil de una reforma efectiva que revitalice su pedagogía. Se complementan las siguientes:

- ✓ Personal: Es un intelectual transformativo, consciente de su rol como agente de cambio social y político; con una actitud permanente de

acompañar a sus estudiantes. En sí, con una salud física y mental y con personalidad equilibrada.

- ✓ Social: Modelo a seguir, responsable de sus deberes y derechos; con tendencia a propiciar el trabajo solidario
- ✓ Profesional: Posee profundos conocimientos del área comercial, en cuanto a técnicas y métodos, contenidos y evaluación, con visión integradora.
- ✓ Cultural: Formador de hombres y mujeres con valores de todo tipo: familiar, cívicos, social y otros.
- ✓ Técnica-pedagógica Con amplia perspectiva local, nacional e internacional, en la que sabe planificar, organizar, coordinar, ejecutar y conducir el proceso educativo del aula.

Las nuevas realidades convierten al docente en un constructor, de cara a una realidad que avanza a pasos agigantados. El escenario actual, exige una formación con enfoque competitivo. Especialmente:

- ⌚ La comunicativa: Saber leer, escribir o hablar correctamente
- ⌚ Competencia TIC's: Destreza que adquiere el educador para interactuar con el alumno usando las tecnologías de la información y comunicación.
- ⌚ Competencia investigativa: Es un investigador constante y promueve la investigación entre sus alumnos, participa en grupos y promueve la producción

- 4. Competencia de trabajo en equipo: La agrupación como un todo (director, alumno, padres, otros) es indispensable. Su trabajo con los demás lo lleva al éxito.

Lo anterior, coloca al docente como un arquitecto de nuevas mentalidades y roles en una sociedad exigente frente a la globalización. Por tanto, su papel supone un fuerte reto profesional y una auténtica reconversión mental, que sólo puede darse progresivamente. Ya el viejo modelo del profesor tradicional está agotado y se revitaliza ante una transformación curricular a la luz de un universo de posibilidades.

#### **2.4.3. El programa del Bachillerato en Comercio del Instituto Urracá**

El idioma oficial de Panamá es el Español, tal y como lo sustenta legalmente la Constitución Política y la Ley 47 Orgánica de Educación, con las adiciones y modificaciones introducidas por la Ley 34 de julio de 1995, que plantea en su Artículo 53, que el nivel de enseñanza (Educación Media) continuará la formación cultural y ofrecerá una sólida formación en opciones específicas que le facilitará el ingreso en el campo laboral y proseguir estudios superiores.

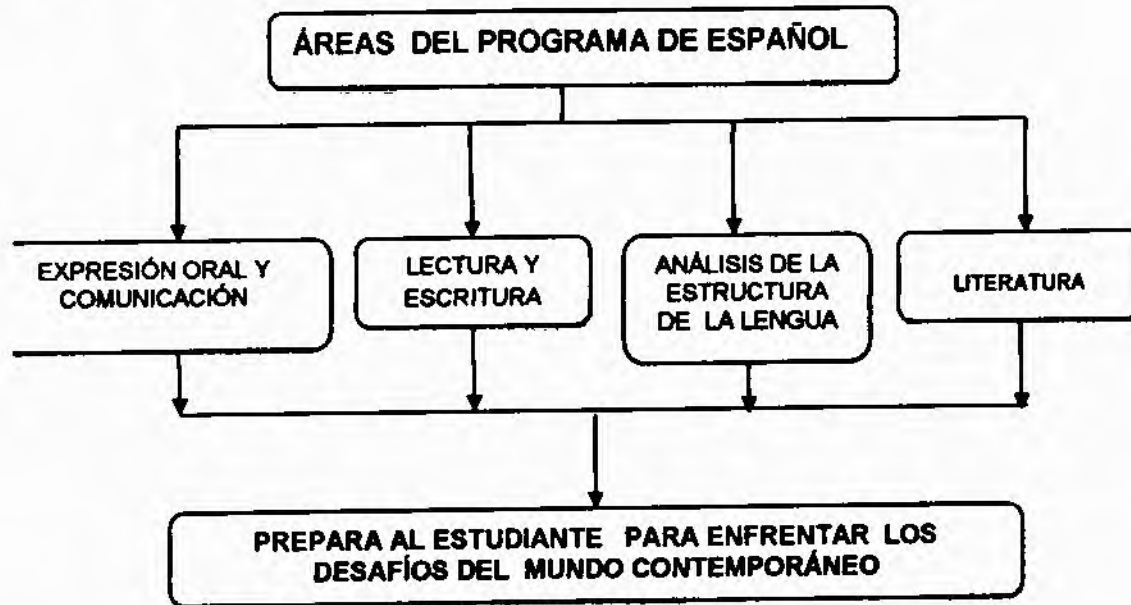
En el Registro de Asistencia y Evaluaciones de MEDUCA se expresa, en el Artículo 94, que ***“La educación se impartirá en el idioma oficial...”***

**(2012:6)**, por lo que a grandes rasgos se observa la preminencia del área lingüística

Para el logro de tales metas, es necesario que el estudiante domine las cuatro funciones primordiales del lenguaje. hablar, escuchar, leer y escribir para que en sus roles de emisor y receptor, pueda codificar y decodificar mensajes orientados a un crecimiento intelectual creativo. De allí, que una verdadera comunicación lleva al éxito en las distintas actuaciones de la vida cotidiana, la familia, el trabajo, los negocios y el estudio, que ayudan en la convivencia con los iguales

Para facilitar el aprendizaje y la obtención de novedosos conocimientos, el Programa de Español, de la Educación Media del duodécimo grado, observa áreas como Expresión oral y comunicación, Lectura y escritura, Análisis de la estructura de la lengua y Literatura. Ellas tienden al desarrollo de la creatividad del estudiante, presenta contenidos con los que propicia el desarrollo del lenguaje, que le ayuda a su inserción en el mundo actual, como artífice de su propio aprendizaje

**Fig. 4. Diagrama de las áreas del Programa de Español**



Fuente: Elaborado por la profesora Gloria Toribio, autora del estudio. 2012.

Los contenidos de las diferentes áreas refieren la oportunidad de que se visualicen los usos del lenguaje de valor artístico, gramatical y estético. Además, contemplan aspectos relevantes de la comunicación, del mundo de los negocios y todo lo que respecta a la formación del alumno para el campo comercial.

En cuanto a la metodología del docente, ha de promover la constante actividad de los alumnos individualmente, o en grupo, en la que se discuta, experimente, investigue; la práctica debe estimular la participación, el compartir y el apoyo mutuo. Debe recurrir a los libros, afiches, videos; el docente ha de brindar orientaciones con preguntas, sugerencias, comentarios y otras

estrategias (muy generales). El programa establece que las técnicas y los métodos deben ser dinámicos y propiciar la actividad del alumno

Asimismo los medios para la ponderación de calificaciones deben presentar la evaluación como un proceso inherente al aprendizaje mismo, cuyo principal papel es recoger información sobre el aprendizaje para emitir juicios de valor sobre él, los cuales permitan retroalimentarlo

Como se ha establecido, el programa de los diversos niveles, en especial, el de media, debe reunir requisitos como el ser ajustado a la realidad en que se inserta el estudiante. Ello hace imprescindible el uso de ejes transversales (comprensión lectora, ortografía) como complemento de la formación integral del estudiante, más cuando se prepara para integrarse a un mundo cambiante y de muchos desafíos. Aquí, los estudiantes son actores principales del proceso, y el docente se convierte en facilitador y orientador de ese proceso de aprendizaje.

➤ **Descripción del programa de Español**

El docente al planificar sus clases conoce los objetivos generales, el contenido, la metodología y la evaluación del programa. Según la Dirección Nacional de Currículo y Tecnología-MEDUCA (2003), se encuentran objetivos que propenden a la participación del estudiante en situaciones

propias de interacción social. De allí, que se encuentren elementos en el área comercial, tales como:

➤ **Objetivos generales**

- Participar en los intercambios comunicativos propios de interrelación entre las personas, utilizando la lengua como instrumento idóneo para la creatividad y la socialización, de manera que adopten actitudes críticas que propicien la reflexión y la tolerancia.
- Disfrutar de la lectura y la escritura, valorándolas como prácticas comunicativas sociales que promuevan la captación y emisión de mensajes.
- Producir textos coherentes y cohesionados, considerando la corrección gramatical y la puntuación en sus construcciones lingüísticas
- Valorar la importancia del mensaje comercial, desarrollando técnicas que favorezcan una comunicación eficaz entre las personas de negocios.
- Analizar con juicio crítico los productos que ofrece la tecnología, aplicándolos de manera racional en la resolución de sus necesidades específicas para mejorar la calidad de vida propia y la de su entorno.

Hay que resaltar que estos objetivos son solo una parte de los establecidos en el programa, pues se encuentran otros que se relacionan con la literatura, la lectura y los intercambios comunicativos orales.



➤ **Objetivos específicos**

- Analizar la información proporcionada por los medios de comunicación social, identificando los elementos y las estructuras que la componen y percibiendo los alcances ideológicos que persiguen.
- Utilizar, con propiedad y de manera racional, los nuevos medios de comunicación para la transmisión de sus mensajes
- Valorar el uso de la tecnología como un medio económico, eficaz y rápido que permite la comunicación directa entre dos o más personas, en cualquier lugar del planeta.
- Aplicar técnicas durante la lectura, que promuevan el razonamiento y la asimilación de los temas de estudio de manera comprensiva.
- Utilizar con corrección y propiedad grafías de difícil escritura, mediante programas sistemáticos de actividades prácticas.
- Valorar la importancia del memorando, como mensaje de coordinación en una empresa o institución.
- Redactar informes breves y eficaces, cuyos mensajes proporcionen datos suficientes que conlleven a la toma de decisiones adecuadas
- Promover la amistad y buena voluntad entre los grupos laborales, mediante el planeamiento y desarrollo del mensaje social
- Evaluar los cambios semánticos del código lingüístico, producto del paso del tiempo y la evolución de la lengua.

- Reconocer las relaciones sintácticas de subordinación o dependencia que mediante la oración compuesta se establecen en las situaciones comunicativas.
- Establecer, correctamente, la concordancia gramatical durante las situaciones comunicativas.

### ➤ **Contenidos**

#### ***Expresión oral y comunicación***

Incluye temas como análisis de los efectos que los medios de comunicación, producen en la sociedad, participación en técnicas de dinámicas de grupo. Además, trata temas de lenguaje oral como formas y tipos de comunicación, el valor comunicativo del lenguaje oral según ambiente y estilo entre otros.

De allí, que se resalten.

- El mundo actual y los medios de comunicación social
- La sociedad de la información
- Procesamiento de la información.
- Participación en técnicas de dinámicas de grupo.

#### ***Lectura y escritura***

En esta sección, el estudiante, tendrá la oportunidad de mejorar su redacción, desarrollando su creatividad en la elaboración anuncios, informes

escolares y otros. Trata los estilos y los textos descriptivos, anuncios publicitarios y el empleo de los signos de puntuación, entre otros. Además, plantea que existen muchas estrategias y actividades, que el docente de español, debe conocer e implementar en el aula de clases, para tratar los temas comerciales del programa, por ejemplo investigaciones, lecturas, elaboración de cartas.

En este sentido, los temas presentados buscan que los jóvenes apliquen técnicas eficientes al momento de la lectura y de la redacción de los mensajes comerciales requeridos por la oficina moderna, para que puedan enfrentar los retos que impone el mundo de hoy. Así, se señalan:

- Lectura de estudio como medio de comprensión y captación de conceptos
- Corrección y propiedad en el uso de la lengua.

### ***Análisis de la estructura de la lengua***

Se evidencian temas lingüísticos, por lo que se concretan en aspectos de elaboración de oraciones, los cambios de significación y la concordancia. Se desarrollan en sí temas como:

- Cambio de significación del código lingüístico
- La oración como signo lingüístico
- Casos especiales de concordancia

## **Literatura**

Pese a ser un Bachillerato Comercial, son de gran importancia los temas literarios, los movimientos, las corrientes para la exploración de la realidad y la imaginación. Con la finalidad de que el alumno visualice usos del lenguaje de valor artístico y estético distintos a los cotidianos, cada vez que interactúe con una producción literaria. Puede concretar los usos de redacciones comerciales tomando en cuenta otros valores más interpretativos. Se indica el estudio de la literatura india, la literatura hebrea, producción literaria griega, literatura latina y literatura medieval

El alumno podrá, ampliar la visión del mundo, ya que vivirá en forma indirecta diferentes experiencias y conflictos, permitiéndole la elaboración de su propia experiencia. Lo anterior puede llevarse a la práctica por medio de comentarios y dramatizaciones

Las áreas se presentan, luego de considerar el programa como un instrumento para el desarrollo del currículo, flexibles con orientaciones que deberán adecuarse mediante el planeamiento didáctico bimestral, a las particularidades y necesidades de los alumnos y al contexto educativo

## ➤ Metodología

El programa promueve un aprendizaje interactivo donde se desarrollan las cuatro habilidades básicas del lenguaje hablar, escuchar, leer y escribir, utilizadas en diferentes contextos y con distintos propósitos comunicativos

La sociedad requiere de jóvenes respetuosos, tolerantes, críticos, reflexivos, analíticos, creativos, capaces de expresar sus pensamientos, ideas y sentimientos con claridad y precisión, ya sea oral y escrita, dominar la lectura crítica que los lleve a la comprensión e interpretación de los mensajes contenidos en los libros; interpretar y criticar las lecturas de obras literarias; desarrollar habilidades para el manejo de instrumentos que sirvan de medios para el tratamiento automático de la información

El programa sugiere las siguientes metodologías:

- ◇ “Para despertar el interés del alumnado por la asignatura de Español, hay que abandonar la tradicional práctica de enseñar el lenguaje transmitiéndole a los conocimientos teóricos y conceptuales enseñándoles su uso, de esta manera se encamina el interés hacia la adquisición de destrezas y habilidades de redacción
- ◇ Propiciar circunstancias en las que el estudiantado utilice el lenguaje funcionalmente. Para ello, hay que ubicarlo en contextos reales de

comunicación, donde desarrollen estrategias que le permitan una comunicación efectiva.

- ◇ Desarrollar en el estudiantado el hábito por la lectura, encaminándolo a obtener de ella los elementos necesarios para la producción de sus propios mensajes escritos.
- ◇ Orientar la escritura como una actividad de aprendizaje y descubrimiento donde el estudiantado se sienta que cuando lo hace es por su propio interés y no por demanda del docente.
- ◇ Instar a los(as) estudiantes a que trabajen los aspectos gramaticales sobre el texto, para que descubran cómo la sintaxis y la morfología los lleven a la conexión de las distintas oraciones.
- ◇ Propiciar el uso permanente del diccionario como auxiliar valioso para el enriquecimiento del léxico y mejor conocimiento del idioma.
- ◇ Potenciar los lazos de solidaridad y convivencia entre sus estudiantes permitiéndoles expresar sus opiniones y respetar con tolerancia las ajenas
- ◇ Propiciar situaciones donde estimule a sus estudiantes al cultivo de su sensibilidad, al desarrollo de su gusto por lo bello, a descubrir y estimular sus posibilidades artísticas”

### ➤ **Evaluación**

En el proceso educativo, la evaluación tiene un papel importante, ya que le permite al cuerpo docente emitir juicios de valor y realimentar competencias

que deben ponerse en práctica para demostrar el aprendizaje. En consecuencia, debe ser permanentemente analítica y continua. Requiere, entonces, actividades diagnósticas, formativas y sumativas

- La evaluación **diagnóstica** permite al docente descubrir los conocimientos previos que trae el estudiantado y tener una mejor idea del contexto de grupo. Implica actividades como: Interrogatorio o sondeos, lluvia de ideas, discusiones, reconocimiento de normas, exposiciones, presentación de problemas, experiencias, situaciones, entre otras
- La evaluación **formativa** ofrece información sobre logros y las limitaciones que se presentan durante el proceso, permitiéndoles a los y las docentes hacer ajustes para mejorarlos. Esta evaluación se logra con actividades como: Ejercicios de prácticas, investigaciones, talleres grupales e individuales, murales, reforzamientos de un tema, corrección sistemática, álbumes interpretación de mensajes, entre otras.
- Evaluación **sumativa** informa sobre el alcance a nivel de logros del aprendizaje. Entre las actividades que se aplican están: ejercicios, cuadros sinópticos, esquemas, informes, pruebas parciales, bimestrales

Cabe señalar que los tres tipos de evaluación deben aplicarse al inicio, durante y al final de la situación de aprendizaje, para muchos representan actividades de inicio, desarrollo y cierre. Todo lo anterior debe conducir al logro de un estudiante que adquiera, no solo conocimientos relacionados con su vida práctica y con una función inmediata, sino también de aquellos que generan una cultura científica y humanista, que da sentido y articula los conocimientos, habilidades y actitudes en las distintas disciplinas.

#### **2.4.4. El perfil de ingreso y egreso del estudiante**

A partir del 2009, el Ministerio de Educación ha establecido criterios sobre el perfil de ingreso del estudiante al bachillerato de comercio. Así, se observa.

- Egresado con un puntaje mínimo de 3.5 de la Premedia.
- Dominio de los esenciales mínimos adquiridos en su formación académica en Premedia.
- Presentar la evaluación del departamento de Orientación (diagnóstico de las habilidades destrezas y conocimientos hacia una carrera determinada)
- Disposición al trabajo, ser participativo, colaborador estudioso e identificado con su carrera.



Por otro lado, el joven que ingrese al nivel de Educación Media, debe poseer un perfil que se organiza en dimensiones del saber, el saber ser, el saber hacer y el saber convivir.

- **Saber:** Utiliza el lenguaje como instrumento efectivo para el desarrollo del pensamiento y de la creatividad mediante el cultivo de la expresión oral y escrita. Fomenta del hábito de la lectura como estrategia para su formación cultural y social. Es creativo y comunicativo mediante el empleo de las expresiones artísticas, culturales y artesanales. Se comunica hábilmente en el idioma español, utilizando el vocabulario adquirido, tanto en la forma hablada como en la escrita.
- **Saber ser:** Es consciente de sus fortalezas para desarrollarlas al máximo así como de sus limitaciones para superarlas, es respetuoso y responsable con las ideas de los demás; es consciente y responsable de sus éxitos y de sus equivocaciones; participa creativamente en la solución de problemas comunitarios. Además, respeta y aprecia la diversidad cultural y los valores, costumbres, tradiciones, creencias y a actitudes del ser panameño.
- **Saber hacer.** El estudiante es consciente y responsable de la participación que debe tener en el proceso de aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer y aprender a convivir. Participa creativamente en la gestión de proyectos tecnológicos sencillos para la

investigación y la construcción de conocimientos prácticos. También, investiga, manipula y comunica los procesos tecnológicos

- **Saber convivir:** Aplica en diferentes situaciones valores éticos, estéticos, morales, cívicos, religiosos y culturales, para contribuir a la formación de la conciencia nacional; comprometido con su participación en la vida familiar; Aplica conocimientos del área científica, humanística y tecnológica en la convivencia social. Está comprometido con el proceso de desarrollo de la comunidad

Todos estos saberes se agrupan en aspectos que encaminan al estudiante, en el bachillerato, como un constructor de su aprendizaje y lograr un perfil de egreso apto para el nivel superior.

El nivel medio constituye la base para que el estudiante se integre a una carrera universitaria. Por eso, esta fase se concibe como ***“una parte fundamental del sistema que posee rasgos o características particulares, que la perfilan claramente y la diferencian de los otros niveles del sistema que la anteceden y preceden...”*** (1999:21).

La educación media representa la oportunidad de continuar el proceso formativo del hombre que lo habilita para el mundo laboral con la conciencia de sus valores y costumbres. Es la integración de la teoría y la práctica, esta última

que debe realizarse en una empresa, instituciones oficiales o particulares, especialmente en la modalidad técnica profesional

Entre algunos aspectos del perfil de egreso del estudiante de Media, se encuentran:

➤ **Saberes:**

- ✓ Utiliza eficazmente el lenguaje oral y escrito para establecer una comunicación efectiva al desenvolverse en el medio social
- ✓ Posee un nivel de cultura general que le permite ser crítico en las situaciones diversas de su país.

➤ **Saber ser:**

- ✓ Actúa orientado por principios de honradez y responsabilidad.
- ✓ Maneja en forma instrumental una segunda lengua, como medio para insertarse en la sociedad moderna
- ✓ Manifiesta actitud perseverante hasta conseguir sus metas propuestas

➤ **Saber hacer:**

- ✓ Utiliza los avances científicos y tecnológicos, informáticos en su ámbito de estudio y/o laboral, para la comprensión de situaciones críticas y la resolución de problemas.

- ✓ Posee capacidad para organizar y procesar símbolos, gráficos, manuales instructivos en situaciones específicas.
- ✓ Muestra capacidad para incorporarse en forma competitiva a un mundo laboral caracterizado por procesos cambiantes y cargados de incertidumbre.
- ✓ Muestra la competencia necesaria para laborar en su especialidad, con dominio de los avances científicos y tecnológicos que la caracterizan.

➤ **Saber convivir:**

- ✓ Manifiesta un marcado sentido de solidaridad en su comportamiento y relación dentro de su contexto familiar y laboral.
- ✓ Manifiesta madurez personal y social al desarrollar y fortalecer la moderna ciudadanía panameña que demanda el nuevo siglo en los ámbitos familiar, comunal y laboral.

Los rasgos del perfil de egreso estudiantil de Media deben ser concretados por cada estrategia utilizada y disciplina dada para, así, formar íntegramente a un individuo, ya que, como anota MEDUCA (Módulo 3) en sus primeras propuestas curriculares, le ***“corresponderá trabajar por la construcción de un mundo mejor para todos, en el ámbito nacional e internacional”*** (1999:24).

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

El estudio realizado ***“Metodología en la enseñanza de la redacción comercial, en el duodécimo grado de Comercio, del Instituto Urracá-Santiago de Veraguas”***, se realiza con el esquema holístico-inductivo, porque parte de los aspectos globales, inicia con una exposición de las principales características y generalidades del problema

### **3.1. Tipo de investigación**

El trabajo de investigación es de tipo descriptivo, aplicado y exploratorio. Definido el tema y el problema, se seleccionó la muestra, con la cual se trabajó. Luego, se revisó la bibliografía y los estudios realizados en diferentes centros universitarios. También, se aplicaron los instrumentos para la investigación como las encuestas (docentes y estudiantes) y las pruebas escritas a los estudiantes para conocer la metodología empleada por los educadores en la redacción comercial, en el Instituto Urracá

Además, se tramitó el permiso para aplicar las encuestas, se organizó la información recopilada (cuadros estadísticos, gráficas, etc.), se elaboraron las conclusiones, las recomendaciones y, finalmente, la bibliografía.

### **3.2 Población y muestra**

#### **- Población**

La investigación se realizó con una población total de cien (100) estudiantes de duodécimo grado de Bachillerato en Comercio, con Énfasis en

Contabilidad; y con trece (13) docentes de la cátedra de Español de esta sección, del Instituto Urracá de Santiago-Veraguas. No se tomó en cuenta el Bachillerato con Énfasis en Banca ni el Énfasis en Gestión Empresarial.

#### - **Muestra**

Por ser una población numerosa, se decidió realizar el estudio con 175 estudiantes (distribuidos en cinco grupos de 35), luego se seleccionaron al azar cien de ellos y trece profesores.

### **3.3 Instrumentos para la recolección de datos**

Los instrumentos de investigación utilizados fueron la encuesta estructurada con preguntas abiertas y cerradas, dirigida a docentes y estudiantes de duodécimo grado del Bachillerato en Comercio del Instituto Urracá de Santiago-Veraguas. Consta de dos partes con sus respectivas interrogantes en cada una de ellas y con opciones de respuesta.

#### • **Encuesta**

Se aplicaron dos encuestas: una para docentes y otra para estudiantes. La de los docentes contaba con quince preguntas abiertas y cerradas, con igual cantidad de interrogantes para los estudiantes. En la primera parte de la encuesta se presentan los datos generales del encuestado, en la segunda los datos metodológicos, en la que se encuentran informaciones relevantes.

- **Entrevista**

La entrevista se realizó para corroborar los datos de la encuesta y obtener elementos importantes para la propuesta. En ella colaboraron personas como la Coordinadora del Departamento de Español, profesora Mirna de Calles, y una estudiante del Bachiller de Comercio del Instituto Urracá.

- **Observación directa**

Instrumento para recolectar información sobre el quehacer del centro educativo seleccionado, en este caso el Instituto Urracá. Este recurso posibilita investigar de cara a lo que ocurre con los estudiantes en interacción con sus docentes y el ambiente escolar.

Se analizó, como parte esencial, las pruebas aplicadas para conocer la redacción de los estudiantes y la forma cómo enseñan los educadores. No se formulan preguntas orales, solo se desea interactuar con el contexto, para luego complementar los datos obtenidos en la entrevista y la encuesta, y, mejor aún, para conocer los resultados del estudio.

- **Revisión bibliográfica**

La revisión bibliográfica organiza y resume las referencias documentadas, es decir, revelan el estado actual del conocimiento teórico sobre la redacción comercial para implementar un modelo que aporte alternativas a las dificultades.



que pudieran encontrarse en la población seleccionada. La revisión señala puntos congruentes y es relevante, porque describe con detalles teorías, concepciones y valores que servirán de base a la propuesta. Por ello, se revisaron textos, revistas, enciclopedias, páginas de Internet; en especial, todo lo relacionado para el análisis de los resultados

Cabe agregar que por ser un modelo descriptivo, se señalarán anotaciones para su tratamiento y análisis, se elaborarán tablas, cuadros y gráficos para interpretar los resultados.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

El capítulo cuarto abarca el análisis de los resultados de la investigación, en cuanto a la aplicación de encuestas, entrevistas, evidencias y los desempeños obtenidos en las pruebas de los estudiantes. Se presentan gráficas, tablas y otras figuras que ilustran cada aspecto de la encuesta y aportan informaciones y datos numéricos críticos-reflexivos acerca del quehacer en materia de Redacción comercial del duodécimo grado del Bachiller en Comercio del Instituto Urracá

#### **4.1 Datos del plantel**

La investigación fue realizada en el Instituto Urracá, considerado uno de los centros educativos pilotos de la Modernización de la Educación Nacional, en la provincia de Veraguas. Su localización física está en la Barriada San Martín, detrás del Centro Regional Universitario.

Se caracteriza por una serie de aspectos que lo constituyen como un colegio de primera categoría. Con más de cien educadores, distribuidos en las diferentes cátedras y jornadas matutina y vespertina. Presenta en sus infraestructuras, laboratorios diversos y una población de 2820 estudiantes (1440 jornada matutina y 1380 en la vespertina), organizados en tres bachilleratos: Bachiller en Ciencias, Bachiller en Letras y Bachiller en Comercio (con énfasis en Contabilidad, en Gestión empresarial y en Bancas y Finanzas. La jornada matutina consta de 78 profesores y la vespertina, de 77.

➤ **Misión**

“El Instituto Urracá es una organización educativa comprometida con la enseñanza en valores, para la formación integral de los estudiantes de educación secundaria, mediante el desarrollo de competencias genéricas, básicas, específicas en las áreas científicas, humanísticas, tecnológicas, culturales, para el mejoramiento de la calidad de vida y el progreso de la comunidad.”

➤ **Visión**

“El Instituto Urracá, en el 2015, será una entidad de educación media, líder en educación en valores, y excelencia académica en el ámbito local y nacional, con medios educativos innovadores para la formación en competencias en el área científica, humanística, tecnológica y social que le permita desenvolverse con eficiencia en su entorno.”

Los planes y programas se rigen de acuerdo con las políticas planteadas por el Ministerio de Educación Panameño como un colegio público oficial. Logran que su personal educando sea disciplinado, vanguardista y destacado en diferentes áreas que fortalecen la mística del plantel, distinguido por una cultura general con grupos de todo tipo. académicos, como círculos de lectores, de Matemáticas, de Física, de Química y otros; así, como grupos folclóricos, oradores, declamadores y deportivos.

Con respecto a los educadores, se sabe que participan en la integración de una institución con visión y misión futurista, en cuanto a los estudiantes están comprometidos con el fortalecimiento de su colegio, por ello se integran en todas las actividades con el fin de alcanzar metas a través de la realización de proyectos en el ámbito social, económico y cultural, de esta manera, destacar el plantel en el ámbito local, nacional e internacional.

#### 4.2. Encuestas a docentes

Se aplicó encuesta a treces docentes Los resultados son los siguientes:

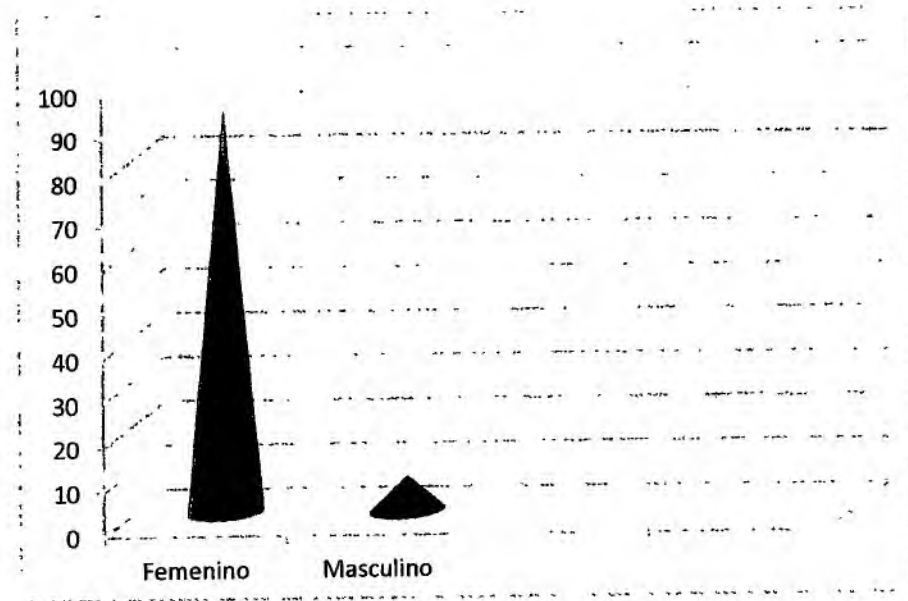
**Cuadro 1. Distribución de los docentes encuestados, según sexo**

Sexo	Cantidad	%
Mujeres	12	92
Hombres	1	8
Total	13	100

Fuente Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá Septiembre, 2011.

El cuadro muestra que el 92%, es decir 12 docentes son mujeres, el 8%, o sea 1, son hombres El mayor porcentaje lo representan las damas.

**Fig. 5. Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según sexo**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

La gráfica apunta a que el 8% (1) docente es del sexo masculino, mientras que el 92% (12) es femenino. Pese a esta diferencia, la forma de planificar la redacción comercial es parecida, ya que se apoyan entre todos, por tanto la variable sexo no influye en los resultados obtenidos.

En cuanto a los años de docencia, se conoció que hay más docentes entre 9 y 12 años (6) que representan el 46%; seguido por los de 29 a 36 años (4), 31%; en menor escala los de 20 a 25 años (3), 23%.

**Fig. 6. Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según años de docencia**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Para corroborar el grado académico, surge la interrogante acerca del nivel de estudios que poseen estos educadores, encontrando la diversidad que muestra la tabla siguiente.

**Cuadro 2. Distribución de los docentes encuestados, según nivel académico**

Nivel Académico	Cantidad	%
Profesorado	7	53
Licenciado	2	16
Maestría	4	31
Doctorado	0	0
	16	100

Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Se expone que el 53%, o sea 7, de los educadores tienen el título de Profesorado en Educación Media con especialización en Español; el 31% poseen Maestría (Linguística Aplicada, Literatura, otras), o sea 4; con un 16% están los docentes que tienen el grado de Licenciatura y ninguno el doctorado.

Esto coincide con los índices de años de servicio, los docentes con licenciatura y profesorado tienen entre 9 a 12 años de servicio. Implica que los docentes encuestados reflejaran una amplia formación en la materia.

Al preguntar cómo califica el nivel académico de los estudiantes que están en el Bachiller en Comercio, los docentes respondieron como sigue en el cuadro y la gráfica.

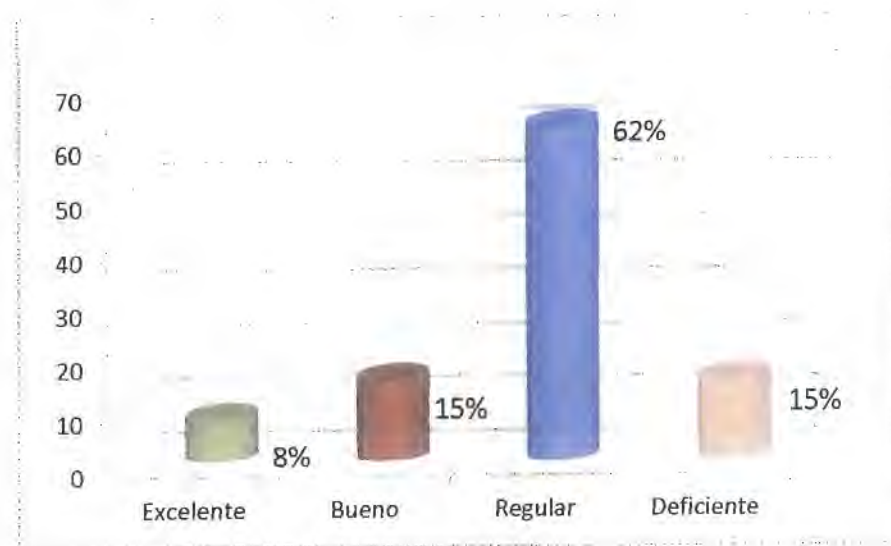
**Cuadro 3. Distribución de los docentes encuestados, según calificación del nivel académico estudiantil**

Clasificación	Cantidad	%
Excelente	1	8
Bueno	2	15
Regular	8	62
Deficiente	2	15
Total	13	100

Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá Septiembre, 2011.



**Fig. 7. Gráfica del nivel académico estudiantil, según los docentes**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Los resultados expresan lo siguiente, uno (8%) profesora califica sus estudiantes como excelentes; dos (15%) como buenos; 8 (62%) creen que son regulares, y dos (15%) opinan que son deficientes. Por consiguiente, la mayor parte se concentra en decir que sus discentes tienen rendimientos académicos regulares, entre el 3.0 y el 3.9.

En relación con lo que piensan los docentes sobre cuál es la mayor deficiencia de los estudiantes, manifestaron que es en la redacción de documentos (Cuadro 4).

**Cuadro 4. Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según la mayor deficiencia de sus estudiantes**

Nivel Académico	Frecuencia de respuesta
Acentuación	9
Signos de puntuación	7
Redacción de documentos	11
Expresión oral	8
Expresión escrita en general	9
Estructura de los textos	5
Uso de letras en particular	6

Fuente. Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011

Este cuadro de frecuencias en las respuestas anotadas demuestra que los docentes coinciden en que los estudiantes de duodécimo grado presentan mayores deficiencias en aspectos como la redacción de documentos, la acentuación y la expresión escrita, sin dejar a un lado otros aspectos, que en menor escala, también representan dificultades en el aprendizaje de la redacción comercial.

La encuesta también midió las actividades que más realizan en clases los docentes. Los de más frecuencia son los talleres. Otros aspectos se observan en el cuadro que sigue

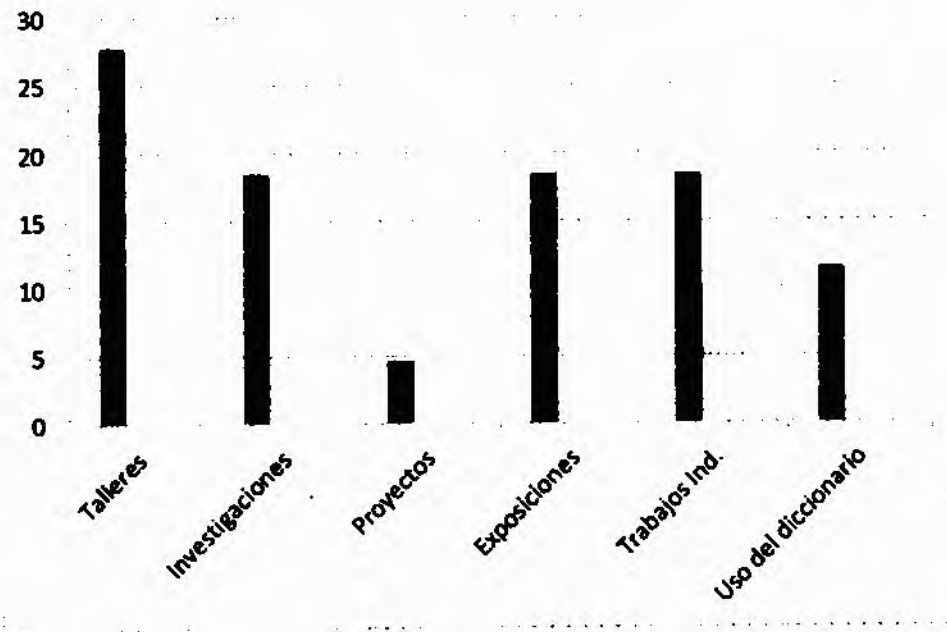
**Cuadro 5. Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según las actividades que realizan con más frecuencia en clases**

	Cantidad	%
	12	27.9
	8	18.6
	2	4.7
	8	18.6
	8	18.6
	5	11.6
	43	100

Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

El cuadro anota que los docentes utilizan más los talleres que otras actividades, pues 12 anotaron esta opción; mientras que 8 dijeron que realizan las investigaciones y las exposiciones dialogadas; 5 emplean el diccionario; y solo 2 realizan proyectos.

**Fig. 8. Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según actividad que más usan en clases**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

La ilustración presenta los talleres como los de mayor gusto por el docente, porque es una de las metodologías más activas, en la cual el estudiante practica los temas dados. Al mismo tiempo, se quiso conocer con qué frecuencia se realizan estas actividades, por lo que los educadores respondieron, en su mayor parte, que mensualmente y semanalmente (9, o sea 69%); en menor grado, dijeron bimestralmente (4, o sea 31%). Se visualiza, entonces, que las estrategias son dadas de acuerdo con la planificación semanal exigida por el Ministerio de Educación para la asignatura Español.

La interrogante acerca de cómo es el desarrollo de las clases de Español, según el docente, ofrece la panorámica de ser más práctico que teórico. Así, se concibe en su mayor aceptación esta opción, que se representa en la figura 9.

**Fig. 9. Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según el desarrollo de sus clases de Español**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Según la gráfica, 7 (54%) docentes anotaron que el desarrollo de la clase era teórico-práctico y 6 (46%), dijeron que era más práctico que teórico.

En relación con los recursos más usados en sus clases de Español, el docente expresó que utiliza la computadora personal, las láminas, el papel, la multimedia y la Internet, pero prevalece el tablero.

**Cuadro 6. Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según los recursos que más usan en clases**

Recursos	Frecuencia de respuesta	
	Cantidad	%
Computadora personal	5	12.3
Láminas	8	19.5
Papel	8	19.5
Multimedia	1	2.4
Tablero	12	29.3
Internet	7	17.0
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

La frecuencia muestra cómo los docentes consideran más valioso el tablero en el que los jóvenes realizan sus prácticas. Ningún educador anotó que utiliza el laboratorio de lengua, el salón de informática o máquinas de escribir.

Respecto a qué libros de Español son los más utilizados por estos docentes, se evidencia en mayor cantidad el de Redacción de los autores Noemí de Martínez y Demóstenes Rojas (8). En escalas más bajas de uso, están el de Ortografía funcional (4) de Ana M. Nelson, Práctica de puntuación (5) del profesor Edmundo Castillo. Entre otros que anotaron en bajos porcentajes:

- *Composición* de Vivaldi (1)

- *Español 12* de Tarcisio Martínez (3)
- Redacción y composición de Joaquín Añorga (1)
- Mensaje de la editorial Norma (1)
- Aprende tu idioma de Santillana (1)
- Español de Milvia Solano (1)
- Español comercial 12 de Crescencia Robinson (1)
- Ortografía de Abel Castillo P. (2)
- Didáctica de la lectura y la escritura de Abel Castillo (1)
- Enciclopedia de Gramática, Océano (19)

Solo un docente escribió como respuesta que consulta diferentes bibliografías existentes en la red Internet, con la idea de encontrar contenidos o estrategias más actualizadas

Luego de abordar este tema, se pasó a conocer las técnicas más empleadas por estos docentes. Entre las de mayor realce se observan el trabajo en equipo, los informes y las plenarias. En menor gusto anotaron la técnica de Opler y la dramatización, especificada en "otra".

**Cuadro 7. Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según las técnicas empleadas en la clase de Español**

Técnica empleada	Frecuencia de respuesta
Opler	4
Plenarias	5
Trabajo en equipo	11
Informe	8
Otra (dramatización)	2
<b>Total</b>	<b>30</b>

Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Al analizar las respuestas, se observa en mayor frecuencia el trabajo en equipo para enseñar, siendo prácticamente el 37% de la selección; mientras que solo el 7% es la especificación de *otras*. En este espacio, se esperó que los educadores anotaran otras técnicas que contribuyeran al pensamiento de ampliación en cuanto a las estrategias utilizadas, pero no es así, pues la mayoría dejó el espacio sin llenar.

La pregunta acerca de cuáles son los documentos, cuya redacción dominan los estudiantes, se detalla a continuación.



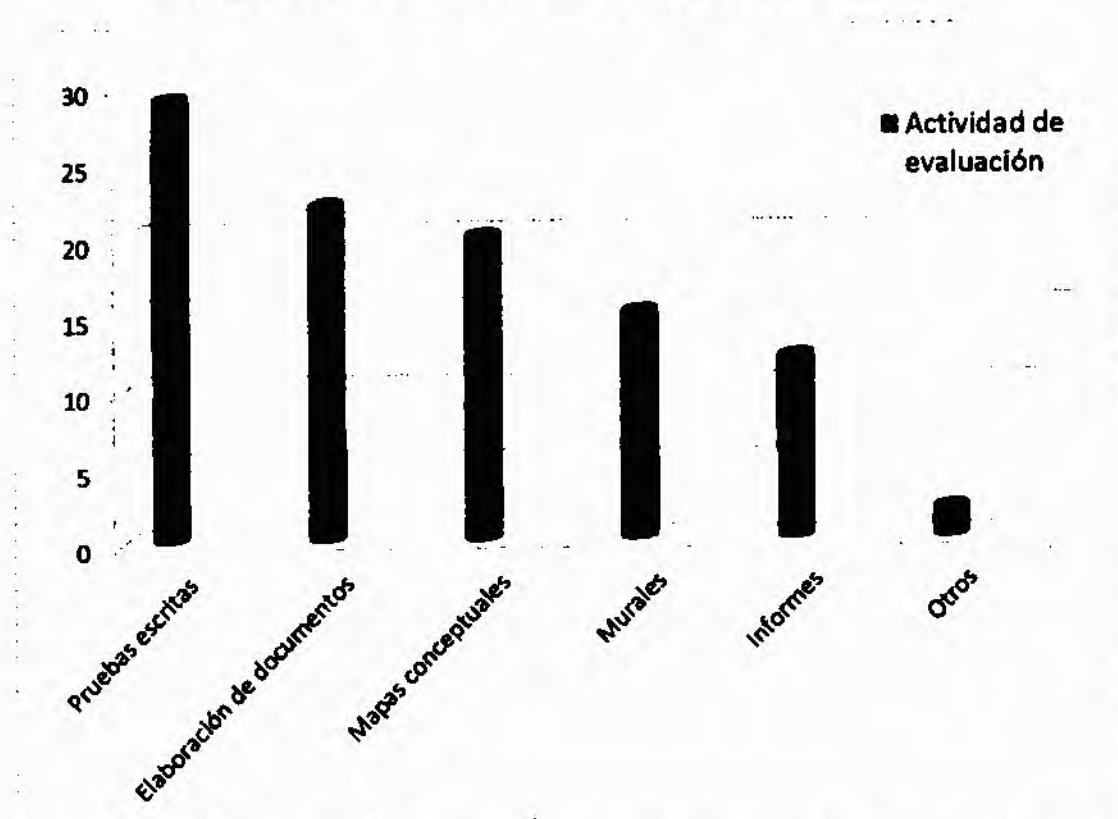
**Cuadro 8. Distribución de las respuestas de los docentes encuestados, según el documento de redacción que más dominan los estudiantes**

<b>Documento de redacción</b>	<b>Frecuencia de respuesta</b>
Carta comercial	6
Memorando	4
Resolución	4
Hoja de vida	5
Telegrama	1
Acta	1
Informe	3
Mensajes sociales	0
Ninguno	4
<b>Total</b>	<b>28</b>

Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

El mayor porcentaje de los educadores estableció que el documento que más dominan los estudiantes es la carta comercial, seguido por la hoja de vida, la resolución y el memorando; el menos elaborado apunta al mensaje social. Es un hecho significativo, las respuestas de cuatro docentes en las cuales evidencian la opinión de que ninguno, de los documentos especificados, es de dominio de los estudiantes del Bachillerato de Comercio. Con esto se quiso conocer las actividades de evaluación utilizadas y se observó que la prueba escrita es de la de mayor uso, ya que fue la respuesta de doce docentes.

**Fig. 10. Gráfica de la distribución de los docentes encuestados, según actividad de evaluación que más se practica**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Las pruebas escritas son las más empleadas según el 29%; la elaboración de documentos comerciales, 22%; los mapas conceptuales, 20%; los murales, 15%; los informes, 12%, y otros, 2%. En este último, un docente anotó que le agrada el *estudio de caso* para evaluar a sus estudiantes.

Al tratar el tema de si dan o no a conocer los objetivos que se lograrán en el proceso de enseñanza-aprendizaje, el 100%, es decir los 13 educadores manifestaron que sí. Asimismo, todos anotaron que asignan obras o textos para

motivar el hábito de la lectura, ya que es imprescindible en el Bachillerato de Comercio. A este respecto, se refleja que la lectura y la apreciación literaria están enriquecidas por obras como:

- ✓ La fuerza de Sheccid, de S.C. Sánchez
- ✓ Volar sobre el pantano, de S C. Sánchez.
- ✓ Clemencia, de Ignacio Manuel Altamirano
- ✓ Azul, de Rubén Darío
- ✓ Flor de Vesania, de Darío Jaén
- ✓ Alma de Azuero, de Ramón H Jurado
- ✓ La Isla de la Iguanas, de Ramón Fonseca Mora
- ✓ Roberto por el buen camino y Ojitos de Ángel, de Rose Marie Tapia
- ✓ María, la iguana y otros cuentos, de Vicenta María Siosi
- ✓ Odisea, de Homero
- ✓ Edipo Rey, de Sófocles
- ✓ Antígona, de Sófocles
- ✓ Lecturas motivadoras como *Quién se ha llevado mi queso-Spenser Johnson*
- ✓ Fábulas y cuentos de la mitología griega
- ✓ Héctor y Aquiles
- ✓ Cuentos panameños

Los docentes, también, anotaron debilidades del programa de Español en el Bachiller Comercial, ilustrándolas así:

- “- Escasez de temas informáticos.
- Pocos objetivos de redacción.
- Poco desarrollo de la expresión oral
- Escasas estrategias de atención al público
- Relaciones humanas.
- No existe el uso de tecnología en la redacción comercial
- No se incluye temas como el vocabulario.
- Tiende a la poca lectura ”

La interrogante de si ha participado en seminarios de redacción comercial, el resultado fue: 54% dijo que sí, o sea 7 docentes; mientras que el 46% anotó no, es decir, 6 formadores que no han asistido a seminarios de esta área. Sin embargo, han participado en seminarios de ortografía, metodologías activas, lecto-escritura y estudio del texto

Al ofrecer un espacio para que los educadores anotaran sus sugerencias para mejorar la enseñanza aprendizaje en el Bachiller en Comercio, las respuestas determinan factores relacionados con contenidos, objetivos, evaluación y otros que, deben actualizarse o incluirse. Así, señalan los docentes:

- Reforzar temas o contenidos de redacción comercial
- Los profesores de Español sean los que elaboren los objetivos de los contenidos, ya que ellos son los verdaderos conocedores de las deficiencias estudiantiles.
- Practicar vocabulario comercial.
- Utilización de técnicas para que los estudiantes puedan desarrollar el ingenio y la creatividad
- Más estrategias para practicar redacción comercial
- Temas más actualizados y a tono con las exigencias sociales.
- Conocer más técnicas y estrategias didácticas.
- Promover competencias más efectivas en el muchacho.

En consonancia con los objetivos determinados en esta investigación, ahora se observarán las respuestas de los estudiantes de duodécimo grado del Bachiller en Comercio del Instituto Urracá. En cada interrogante fueron los resultados un tanto inesperados, porque contrastan con los obtenidos de la encuesta del personal docente que forma a estas generaciones de discentes.

#### **4.3. Encuesta a estudiantes**

Como se ha dicho con anterioridad, la muestra es de 100 estudiantes que representaron el 56% del total de los alumnos del Bachiller. En este apartado los cien jóvenes representarán el 100% del trabajo analítico. Se recuerda que

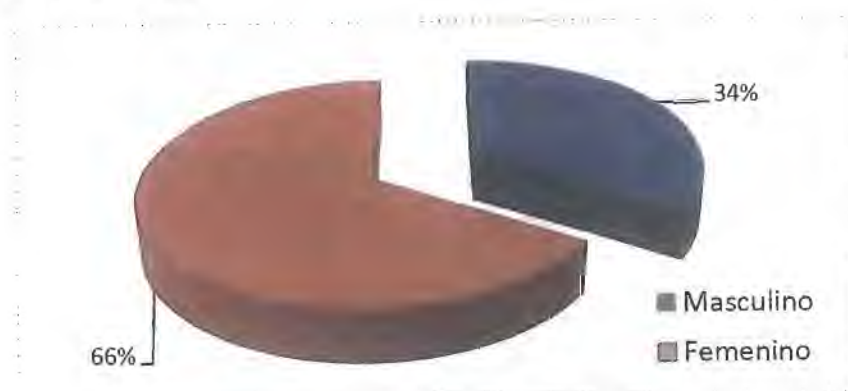
pertenece a la jornada matutina, del Bachiller en Comercio y los estratos son del sexo masculino y femenino.

**Cuadro 9. Distribución de los estudiantes encuestados, según sexo**

Sexo	Cantidad	%
Mujeres	66	66
Hombres	34	34
Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

**Fig. 11. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según sexo**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Según la gráfica, el mayor porcentaje de los estudiantes encuestados es del sexo femenino (66%); el menor del sexo masculino. Esto indica que en el Bachillerato de Comercio hay más damas que varones.

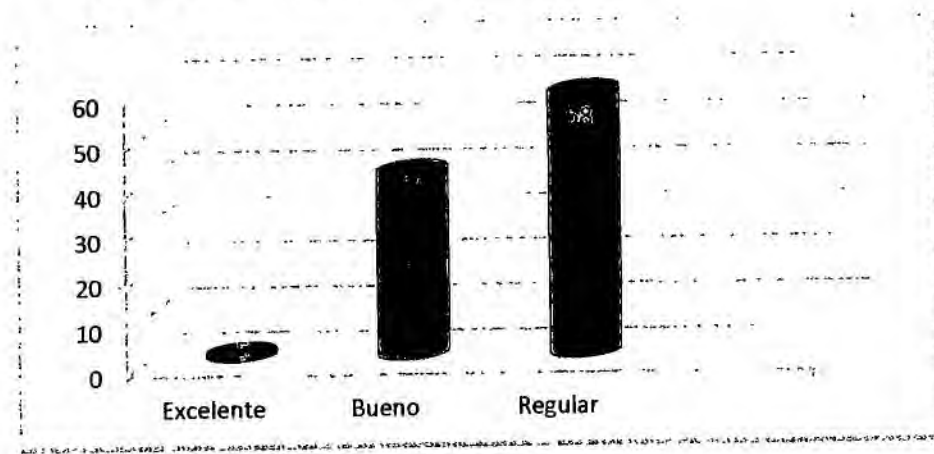
Al preguntar a los estudiantes cómo consideraban su aprendizaje académico, el mayor porcentaje se dio en la opción regular (58%); el 36% dijo ser bueno; mientras que el 5%, la menor cantidad, dijo excelente

**Cuadro 10. Distribución de los estudiantes encuestados, según su aprendizaje académico**

Sexo	Cantidad	%
Excelente	5	5
Bueno	37	37
Regular	58	58
Total	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

**Fig. 12. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según su aprendizaje académico**



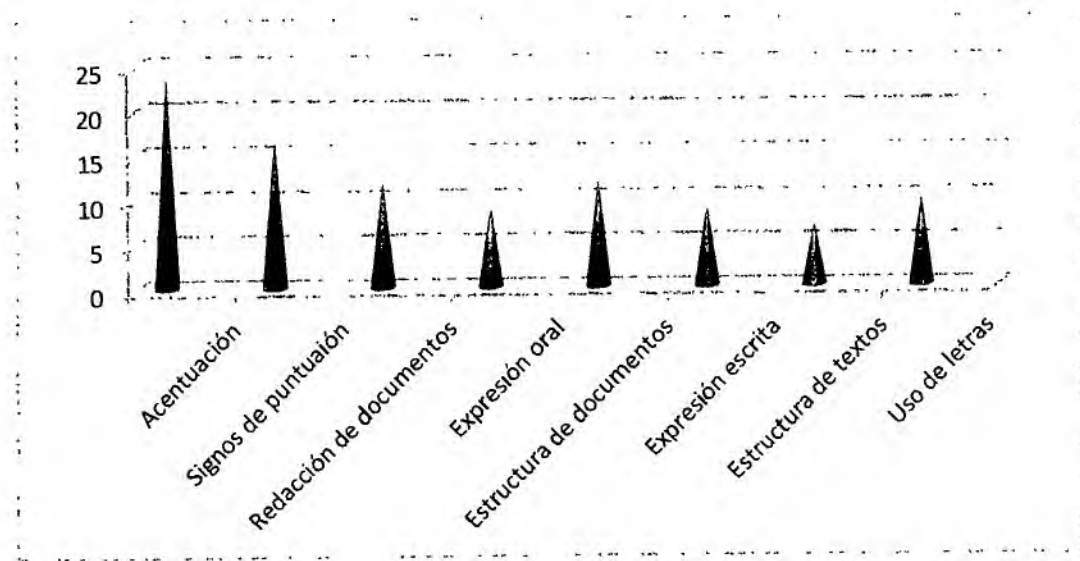
Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

En la ilustración, 58 estudiantes respondieron que se consideraban regulares en su aprendizaje, es decir, el 58%; 37% afirmaron que era bueno; 5% respondieron excelente; ninguno dijo ser deficiente. Este resultado coincide con

las respuestas de los docentes, quienes valoraban regular el rendimiento de sus estudiantes.

Respecto a las dificultades de los estudiantes, la acentuación es el área de mayores dificultades, seguido por las dificultades en el uso de los signos de puntuación, la redacción de documentos; en menos cantidad se señala la expresión escrita en general, el uso de letras y la estructura de los textos.

**Fig. 13. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según mayor dificultad en la clase de Español**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

La gráfica refleja que el 24% de las respuestas dice que su mayor dificultad está en la acentuación; el 17%, en los signos de puntuación; 12%, en la estructura de documentos; otro porcentaje igual lo comparte la redacción de documentos (12%); 10%, en el uso de letras; en porcentajes menores están: la



estructura de documentos 9%; la expresión escrita 9%; la estructura de textos 7%. Al revisar los porcentajes se observa que los dos aspectos: estructura (12%) y redacción de documentos (12%) suman un 24%; significa que las mayores dificultades son: la acentuación y la redacción.

Al comparar estos datos con los resultados de la encuesta de docentes es coincidente, puesto que ambos exponen las deficiencias en acentuación y redacción de documentos.

En cuanto a las actividades que más desarrollan en las clases de Español se observa que la de talleres es la de mayor porcentaje (40%); seguida del trabajo individual, las investigaciones, el uso del diccionario, las exposiciones dialogadas y, por último, los proyectos.

**Cuadro 11. Distribución de las respuestas de los estudiantes encuestados, según actividades que más desarrollan en clases**

Actividades	Frecuencia de respuesta	
	Cantidad	%
Talleres	79	40
Proyectos	5	2
Investigaciones	37	19
Exposiciones dialogadas	15	7
Uso de diccionarios	17	9
Trabajos individuales	46	23
<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

El cuadro proporciona información clara para saber que es necesario implementar otras actividades. Al comparar este dato con la encuesta de los docentes el resultado es igual, ya que, también, se reflejaba que son los talleres y los trabajos individuales los más implementados

Al indagar sobre la frecuencia de las prácticas de las actividades de lecturas, 47 estudiantes respondieron que semanalmente (o sea, el 47%); 26 estudiantes, mensualmente (o sea, 26%); y 27 dijeron que bimestralmente (o sea, 27%) Se refleja que todas las semanas se leen textos diversos, que pueden ser académicos, recreativos o literarios

De acuerdo con el desarrollo de las clases de Español los resultados son: 76% respondió que es teórico-práctica, el 15% dijo ser más práctica que teórica y el 9% expuso que es más teórica que práctica. Al analizar este dato con el de los docentes se observa que en la primera opción es igual en sus apreciaciones, pero la segunda en mayor proporción, según los educadores, la clase se realiza más práctica que teórica

**Fig. 14. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según el desarrollo de las clases de Español**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Al preguntar acerca de los recursos usados en la clase de Español las respuestas fueron: un estudiante respondió que usa la computadora personal; 25, las láminas; 3, los laboratorios de lenguas; 26 utilizan el papel; 4, el salón de informática. Por otro lado, 78 estudiantes expusieron que se utiliza el tablero y 2 conocían la Internet.

Con respecto a los libros de Español Comercial más utilizados para sus estudios, 37 estudiantes respondieron: el de Redacción Comercial de Noemí Martínez; 15, el de Teoría y prácticas de redacción de cartas de Abel Castillo; 13, el de Redacción comercial estructurada de Demóstenes Rojas; 12, el de Redacción comercial de Berta de Cheng; 12, otros textos. No mencionaron

ningún otro texto a diferencia de los educadores que establecieron el uso de libros de ortografía o composición.

Pocos señalaron algún texto de Internet; hubo un alumno que se extendió al anotar su respuesta y expuso: “que tomaba un poco de cada uno, pues todos tienen teorías y prácticas de redacción que le ayudan a mejorarse como futuro profesional. Además, agregó “en un solo texto no está todo y hay que incursionar en la investigación en red para comparar cuál tiene mejor metodología, pero que dependía de los docentes.”

**Cuadro 12. Distribución de los estudiantes encuestados, según libros más usados en la clase de Español**

LIBROS MÁS USADOS		
Redacción comercial Noemí Martínez	42	42
Teoría y práctica de Redacción de Cartas-Abel Castillo	17	17
Redacción Comercial Estructurada – Demóstenes Rojas	15	15
Redacción Comercial – Berta de Cheng	13	13
Otros	13	13
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Veraguas, 2011

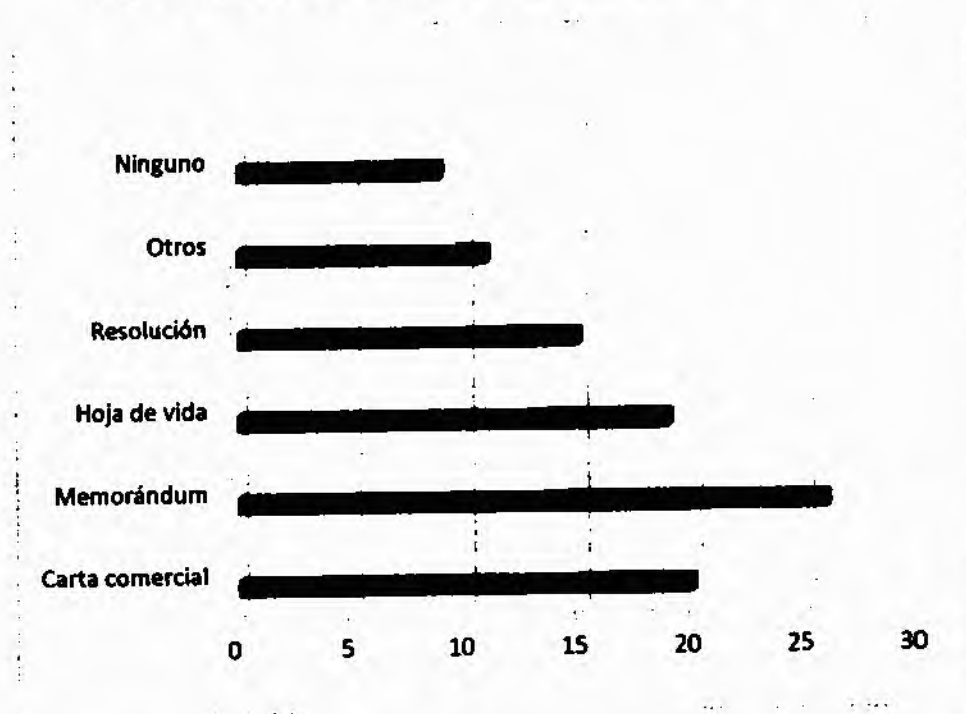
Con respecto a las técnicas aplicadas en clases, un estudiante (1%) respondió que se utilizaba OPLER; 7% plenarias; 72% trabajos en equipo; 6%, informes; 3% dijeron utilizar otras técnicas sin especificar cuáles, y 11%

estudiantes no respondieron. Estos datos coinciden con las respuestas de los docentes, ya que los estudiantes presentan, también, el mayor porcentaje en trabajo en equipo como técnica que más aplican para trabajar.

Con respecto a cuál es el documento comercial que más dominan los estudiantes, las respuestas fueron. 58 fueron positivas para el memorando; 44, para las cartas comerciales; 42, la hoja de vida; 34, la resolución; 16, el acta; 12, mensajes electrónicos, 10, informe; 3, mensajes sociales; 2, el telegrama; y 2, ninguno. Lo que indica que el mayor porcentaje de frecuencia de la respuesta está en el memorando (26%), seguido de un 20% de la carta comercial; el 19% de la hoja de vida, 15% de la resolución, y entre todas las demás suman 11% (telegrama, mensaje electrónico, acta, informe), solo 2 (8.9%) respondieron que no dominan ninguno.

Estas respuestas no coinciden con las ofrecidas por los docentes, ya que en aquellas establecían el dominio de cartas comerciales, seguida por la hoja de vida y el memorando; mientras que en esta de estudiantes dice que el memorando es el de mayor rango en su manejo.

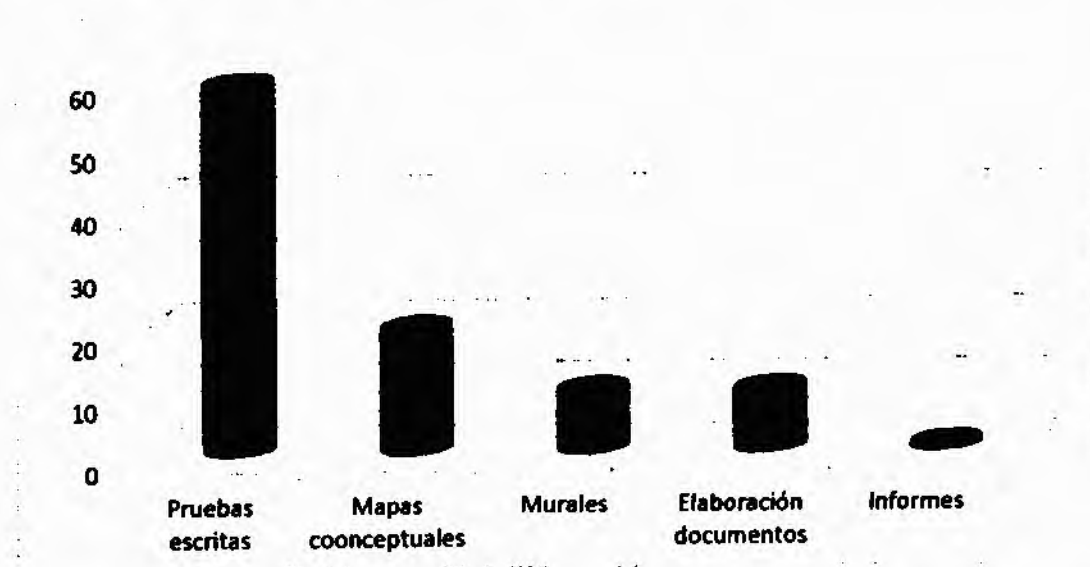
**Fig. 15. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según tipo de documento que más dominan**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Veraguas, 2011.

Al preguntar acerca de las actividades que más se aplica a los estudiantes para realizar la evaluación de sus aprendizajes, se evidencia: 70 respondieron que las pruebas escritas; 19, mapas conceptuales; 5, murales; 4, elaboración de documentos, y 2, informes. Los porcentajes se muestran en la gráfica siguiente.

**Fig. 16. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según tipo de actividad de evaluación**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

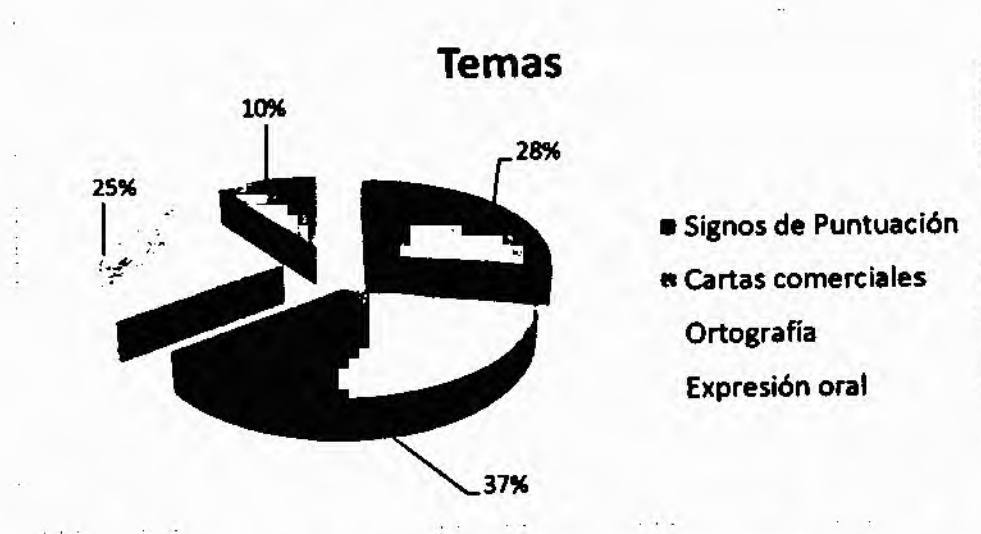
El mayor porcentaje lo tiene las pruebas escritas, con el 59%; siguen los mapas conceptuales, 20%; murales, 10%; elaboración de documentos 10%; y el informe 1%. Estas respuestas coinciden con los educadores quienes expusieron que son las pruebas escritas las más utilizadas para evaluar a sus estudiantes.

La interrogante de si el profesor informa o no el objetivo que se desarrollará durante el proceso de enseñanza, el comportamiento fue: 83 estudiantes (o sea, el 93%) respondieron que sí; y 6 estudiantes, es decir, 7% afirmaron que no.

El conocimiento de las obras o textos leídos por los estudiantes coincide con la de los educadores. El comportamiento del estudiantado señaló: Edipo rey (34%), La Iliada (22%), La odisea (18%), otras (26%). Ésta última estaba con Mitología griega, Prometeo encadenado, Héctor y Aquiles; Fábulas de Esopo.

Los resultados de la encuesta ofrecen, ahora, los temas de español que según los estudiantes se deben fortalecer durante el Bachiller en Comercio. Se encuentra que el de mayor porcentaje es el de las cartas comerciales, seguida por los signos de puntuación, la acentuación y, en última opción, la expresión oral.

**Fig. 17. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según temas por fortalecer en el Bachillerato Comercial**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.



Las sugerencias expuestas por los estudiantes para mejorar sus clases de Español fueron bien definidas, pues el mayor porcentaje está en la necesidad de ser más prácticos que teóricos, pues solicitan practicar más en clases los distintos documentos de la redacción comercial.

También, anotaron. utilización de laboratorio de lengua e informática, prácticas en clases de ortografía y puntuación, tareas de motivación, menos fotocopias de textos para las clases, implementación de nuevas formas de darlas (más dinámicas, porque son aburridas) y algunos estudiantes expresaron que les gustaría tratar temas más relacionados con lo empresarial por ser un Bachillerato Comercial

Si se analizan estas respuestas, se observa el deseo del estudiante de que se implementen nuevas formas de enseñar para así él poder aprender a construir su propio aprendizaje; es coincidente con las respuestas de los docentes que expresaron sugerencias como la implementación de nuevas técnicas y estrategias para enseñar.

**Cuadro 13. Distribución de las respuestas de los estudiantes encuestados, según sugerencias para mejorar las clases de Español**

Sugerencias	Frecuencia de respuesta	
	Cantidad	%
Practicar más en clases los distintos documentos de la redacción comercial	70	23.2
Laboratorio de lengua e informática	50	16.6
Prácticas en clases de ortografía y puntuación	20	6.6
Motivación	50	16.6
Menos fotocopias de textos para las clases	30	9.9
Nuevas formas de dar la clase	62	20.5
Temas más relacionados con lo empresarial	20	6.6
<b>Total</b>	<b>302</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

Al resumir lo antes expuesto, se deriva la necesidad de que el docente de Español se torne un artista de su materia, ayudado por los recursos disponibles e impulsados por una actitud de entrega y actualización, es decir, de acuerdo con los cambios sociales y las transformaciones que definen un perfil moderno.

#### 4.4. Entrevistas

Se realizaron dos entrevistas.

- **Entrevista a la coordinadora del Departamento**

La entrevista realizada a la profesora Mirna de Calles refleja la confianza que tiene en cada uno de los educadores del Instituto Urracá. Así, también, la consideración de que su colegio *“es el mejor de la provincia de Veraguas y*

*compite con cualquier otro de la República*". Según, esto, se ha demostrado en las diferentes actividades y concursos en los que han participado los estudiantes a nivel nacional e internacional.

Puntualizó que la educación es una relación bidireccional, en la que los padres tienen un papel relevante en la formación de sus hijos, *pues la educación es una trilogía: hogar-escuela-comunidad*, por tanto, cree fielmente que el Plantel es uno de los *más prestigiosos de la provincia*.

La pregunta acerca de los métodos más empleados en el área de redacción comercial, respondió que son los trabajos individuales y grupales y las investigaciones.

En cuanto a los textos más usados, contestó: *"Redacción comercial, de Noemí Martínez, porque es el que más se le facilita al estudiante por los talleres prácticos"*

Las sugerencias más relevantes fueron: *"adecuar el programa, que sea más funcional y que esté acorde con las necesidades del estudiante, hay pocos objetivos en cuanto a redacción comercial se refiere, pues ni contiene la resolución"*.

- **Entrevista a estudiante**

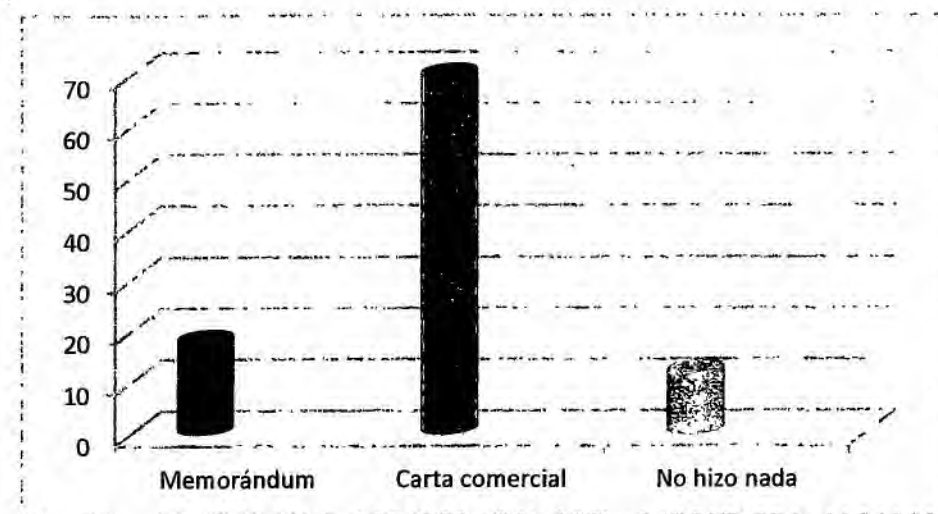
Se entrevistó a la estudiante Ailyn Zambrano, quien cursa el 12° B1- Comercio con Énfasis en Contabilidad. Según ella. “La enseñanza de la redacción comercial requiere más tiempo para las prácticas. Por otro lado, cada clase debe ser motivadora y reforzada con teorías, no solo como una lista de temas que se dan”.

#### **4.5. Pruebas**

Si hasta ahora el contenido de este capítulo es de suma importancia, en cuanto a la encuesta, el resultado de las pruebas es determinante para la elaboración de una propuesta. Por ello, se explica que en la observación directa, se impone el hecho de aplicar una prueba de redacción a los estudiantes

Así, se informó que redactaran una carta comercial, de solicitud u otro tipo que más dominara. Por supuesto, debía tener todos los aspectos de la inherente estructuración del documento

**Fig. 18. Gráfica de la distribución de los estudiantes encuestados, según el tipo de documento redactado**



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes del Instituto Urracá. Septiembre, 2011.

La gráfica demuestra que el 70% redactó una carta comercial; el 18%, un memorando; y el 12% no hizo nada. Ahora bien, de la carta comercial se redactaron solo dos tipos: de solicitud (40%, estudiantes) y de pedido 60% de ellos.

Se constata, además, que los estudiantes tienen idea de lo que es una carta o un documento comercial, pero tienen deficiencias o dificultades en su elaboración. De aquí, se desprende lo siguiente:

- Deficiente conocimiento en la estructura de un documento comercial: la elaboración de documentos aparece con una sola

estructura de redacción, desconocen qué es un encabezamiento, el desarrollo o contenido y los aspectos finales de la carta

- Pobreza de vocabulario: redundancia, repeticiones de palabras y hasta frases, escasa terminología comercial.
- Carentes de coherencia: no hay ligazón entre ideas secundarias con el tema global
- Ausencia de conectores: Alteración en la ordenación sintáctica de las oraciones.
- Imprecisión. divagan en palabras y frases
- Falta de claridad
- Poco uso de signos de puntuación o carencia de ellos. la puntuación es inexacta, incomprensible, inadecuada
- Errores de acentuación. no usan tildes o las colocan incorrectamente.
- Faltas ortográficas cambios de letras por otras.
- Uso incorrecto de mayúsculas a veces no la usan, otras las utilizan inadecuadamente
- Errores gramaticales.

Como una muestra de lo aquí expuesto, se presentan tres redacciones escritas por estudiantes en la prueba aplicada (ver anexos)

Pese a las dificultades o situaciones de los estudiantes y docentes, que pudieran existir, ambos grupos reflejan el deseo por mejorar todo lo que hasta ahora se ha logrado en la asignatura de Español, por esta razón, es propicio elaborar una propuesta que aporte en la concreción de esos anhelos.

Ante todo, es de trascendencia que cada grupo se actualice en los últimos postulados de los programas e investigaciones realizadas en el campo de la redacción comercial, especialmente en la elaboración de los diferentes documentos comerciales, con cualidades definidas y acordes con lo moderno y los diversos proyectos de vida profesional.

**CAPÍTULO V**  
**PROPUESTA**



### **5.1. Descripción**

El desarrollo de un Seminario Taller sobre Estrategias Metodológicas de Enseñanza de la Redacción Comercial, es una propuesta que consiste en la responsabilidad docente, en la cual se obtiene un sinnúmero de estrategias o técnicas dinamizadoras de aprendizajes significativos y se compromete a mejorar la calidad de enseñanza de la redacción comercial en el duodécimo grado. La experiencia propicia la acción estudiantil más allá de una actividad memorística, mecánica y repetitiva. El proceso de enseñanza-aprendizaje, se garantizará con el desarrollo de la creatividad e investigación para el logro de la autonomía del alumnado.

La orientación pedagógica, propia de quienes tienen a cargo la formación, implica, una propuesta hacia la construcción del aprendizaje, conlleva un proceso de mediación y la vinculación docencia-investigación como una de las alternativas idóneas. Así, cada profesor podrá obtener y ofrecer estrategias que implementan resultados positivos.

El seminario didáctico para profesores de Español de las escuelas medias de la provincia de Veraguas se presenta como una preocupación por las dificultades manifiestas en la investigación realizada en estudiantes urraquistas y la cual se refleja en los profesionales. Se estructura con base en la necesidad

de conocer y exponer diversas metodologías, estrategias o técnicas que pueden facilitar la enseñanza, por tanto, el aprendizaje de la redacción comercial de hoy.

Todo se da en el marco de la premisa de que la didáctica actual tiene como objeto la formación intelectual basada en métodos y técnicas activas, generadores de actuaciones positivas a tono con los desafíos. De allí, que se aporta una ruptura respecto a las formas anteriores que existían para abordar los problemas de los estudiantes.

Esta perspectiva permite ubicar el valor en la producción de conocimiento referido a la enseñanza, su sentido y sus logros en una necesaria didáctica, que responde a un interés específico, con el cual se requiere una consistencia fundamental

Es cuando se llega a enfrentar una diversidad conceptual y metodológica que también produce tensión y pudiera llegar a ser escenario de conflictos. Por tanto, el reconocimiento de esta situación reclama invitar a una actitud de diálogo entre los diversos actores de este campo. Es necesario propiciar el rigor académico, pero, también, es muy importante asumir una actitud de gran respeto a las diversas elaboraciones que se realizan en el campo de las estrategias, metodologías o técnicas didácticas para un aprendizaje real y auténtico.

## **5.2. Justificación**

La investigación acerca de la enseñanza de la redacción comercial, realizada en el duodécimo grado del Instituto Urracá, presenta la necesidad de nuevas dinámicas docentes. Es decir, los estudiantes no aprenden con metodologías tradicionales, pues se han convertido en entes conocedores de las nuevas tecnologías, en las cuales es preciso que el facilitador se actualice. Debe ser así, porque la redacción comercial moderna se auxilia de herramientas como las computadoras, la Internet, campos virtuales u otros medios de información y comunicación masificadores.

La comprensión del planteamiento de una realidad académica y didáctica de la redacción comercial, los conocimientos que tienen los alumnos de la sección comercio, sus destrezas, habilidades y desempeños; además, identificar la metodología o estrategias docentes de Español, llevan a la observación de los planes de estudio, las unidades didácticas, las situaciones de aprendizajes, para presentar una propuesta que esté acorde con los avances tecnológicos y permita la realización de cambios, con la finalidad de ajustar la formación, permitiendo preparar profesionalmente, tanto al guía como al discípulo, para los desafíos del mundo actual.

El estudiante, siempre, seguirá ubicado en el centro del proceso educativo, pero el docente respetuoso de las formas diversas como un individuo

aprende la redacción comercial, en su vida, y las diferencias entre las personas, en cuanto a las formas en que reciben el mundo y expresan sus ideas, plantean la necesidad de utilizar una serie de estrategias o técnicas que conformen una nueva visión de la didáctica en la redacción comercial de hoy.

Se concibe, pues, la necesidad de conformar un seminario sobre estrategias de la enseñanza de la redacción comercial para con ello lograr el cumplimiento de la política pública del Ministerio de Educación. Además, contribuirá a aumentar las oportunidades de desarrollo humano, para apropiarse de experiencias exitosas de metodologías y estructuras adecuadas.

### **5.3. Objetivos**

- Explorar en diversas metodologías o técnicas de enseñanza de la redacción comercial para ayudar a los estudiantes a que aprendan a utilizar el conocimiento y resolver problemas.
- Diseñar estrategias para crear una cultura de pensamiento en cada ente formador que anime a los jóvenes a pensar crítica y creativamente.
- Desarrollar criterios y procedimientos que puedan documentar las habilidades de los docentes de Español para guiar el proceso de reflexión en el trabajo con el alumno.
- Implementar el uso de las nuevas tecnologías, especialmente de las computadoras, para avanzar en la enseñanza y el aprendizaje de la

redacción comercial; y así, puedan acceder a nuevos entornos de la cultura moderna, tanto docentes como del estudiante.

- Relacionar la formación, en el salón, con las tareas y experiencias que los discentes encontrarán fuera de la escuela y, particularmente, en el mundo del trabajo empresarial.
- Utilizar la tecnología digital para el logro de competencias
- Redactar documentos eficaces, con ayuda del procesador de textos.
- Tomar conciencia de la necesidad urgente de ampliar el campo de las metodologías y técnicas en los grupos de Bachiller Comercial.

Todo lo anterior, refiere los resultados de las encuestas, entrevistas y pruebas aplicadas en el Instituto Urracá, área de Español, las cuales demuestran que la competitividad comunicativa es limitada. Según esta realidad, el seminario buscará la autorreflexión sobre la práctica docente y la apropiación de herramientas que pueden ayudarlos a formarse más plenamente en los diversos usos de la comunicación escrita, los recursos modernos y el manejo adecuado de los documentos comerciales.

#### **5.4. Contenidos**

El seminario presenta contenidos de los programas de Media, Bachillerato Comercial, o que se consideran necesarios deben aparecer, ya que compilan una redacción con las exigencias del momento. Entre ellos, están:

- ✓ El mundo actual y los medios de comunicación social
  - ✓ Ventajas y desventajas de los medios de información
    - ✓ Los nuevos medios de comunicación: televisión por cable, teléfonos celulares, correo electrónico, etc
- ✓ Procesamiento automático de la información
  - ✓ La computadora
    - ✓ Banco de datos lingüísticos
      - El disco compacto al servicio de la lengua
      - Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación
        - Internet
- ✓ La redacción comercial
  - ✓ El mensaje de una empresa o institución
    - Finalidad
    - Partes básicas y complementarias
    - Estilo de memorando (bloque extremo, bloque, formato impreso)
  - ✓ Mensaje comercial interno de la empresa
    - ✓ El memorando
    - ✓ El informe
      - Concepto
      - Partes esenciales
      - Tipos de informes

## ✚ El mensaje social

- Finalidad

- Tipos de cartas sociales

- Invitación
- Agradecimiento
- Felicitación
- Presentación
- Otros documentos

- ✓ Resolución
- ✓ Características
- ✓ Planeamiento

• Coherencia y cohesión, precisión y sencillez

✓ La coherencia

▫ Proposición, oración y enunciado

✓ La cohesión

▫ Los mecanismos de cohesión

➤ La conexión

✓ La precisión

▫ Sustitución

▫ Supresión

✓ La sencillez

▫ Usa palabras de dominio general, pero sin recurrir a lo vulgar

- Evita los regionalismos y vulgarismos
  - Usa palabras de idioma extranjero en casos extremos, por ejemplo cuando no exista la traducción exacta de esa palabra en castellano.
  - Elude tecnicismos, salvo en escritos especializados
  - No emplea palabras cuyo significado no figure en el diccionario
- ✓ Corrección y propiedad en el uso de la lengua
    - ✓ La acentuación
    - ✓ Las mayúsculas
    - ✓ Riqueza de vocabulario
    - ✓ Los signos de puntuación
  - ✓ Algunas estrategias para la enseñanza y el aprendizaje de la redacción comercial
    - ✓ El CC123 (Control de calidad) (Anexo 1)
    - ✓ El escarabajo (Anexo 2)
    - ✓ El IDC (Introducción, desarrollo y conclusión) (Anexo 3)
    - ✓ El PNI (Positivo, negativo, interesante) (Anexo 4)
    - ✓ Mapas conceptuales y cognitivos
    - ✓ Agrupamiento asociativo
    - ✓ Síntesis
    - ✓ Diagramas



- ✓ RA-P-RP (Respuesta anterior-pregunta-respuesta posterior)
- ✓ SQA (qué sé, qué quiero saber, qué aprendí)
- ✓ Hipertexto
- ✓ Analogías
- ✓ Binas o cuartas
- ✓ Técnicas de las palabras de gancho
- ✓ Método de las palabras claves
  - ✓ Resúmenes
  - ✓ Ilustraciones
  - ✓ Preguntas intercaladas
  - ✓ Método de problemas
  - ✓ Repetición (simple – parcial – acumulativa)

### **5.5 Propuesta: Estrategias metodológicas de enseñanza aplicadas a la redacción comercial**

La propuesta es el producto del proceso de planeamiento y desarrollo de la investigación, acerca de la metodología en la enseñanza de la redacción comercial del duodécimo grado del Instituto Urracá y plantea una realidad académica y didáctica preocupante, que debe cambiarse.

Al tener una idea completa, en la dirección del proceso de enseñanza, la selección y utilización de las técnicas y los métodos se considera uno de los aspectos más importantes en el trabajo docente, ya que de ello depende, en

gran medida, asegurar la ejecución acertada de su discípulo y que se logren los objetivos de aprendizaje, especialmente en la Educación Media.

Las estrategias de enseñanza deben ser diseñadas de tal manera que estimulen a los estudiantes a observar, analizar, opinar, redactar, formular, buscar soluciones y descubrir el conocimiento por sí mismos. Esto se puede lograr si los docentes tienen la disposición de un seminario taller en el que cada uno de los participantes aporte sus conocimientos, experiencias e innovaciones en la materia. Así, cada docente será, en un momento dado quien ofrezca, pero también quien obtenga diversidad de estrategias para enseñar la redacción comercial.

Al final, se recogerán todas las estrategias para elaborar un documento que sea de consulta general y aporte a esos vacíos que muchas veces encontramos en la parte metodológica.

#### **5.5.1. Entorno**

El seminario taller de estrategias metodológicas de enseñanza de la redacción comercial tendrá como entorno los salones del Instituto Urracá. Será así, porque es una actividad que beneficiará a toda la población estudiantil y docentes, por lo que se buscarán los recursos y medios para promocionar en otros colegios como el Instituto Profesional Omar Torrijos Herrera, donde también se dicta el Bachiller en Comercio.

### **5.5.2. Beneficiarios y demandas**

La propuesta se alinea en sus objetivos, tareas y criterios para los destinatarios indicados (docentes de Media de diferentes bachilleratos, en especial el Comercial), no obstante están invitados a participar otros docentes de Pre-Media

El seminario taller se desarrollará como actividad del Departamento de Español del Centro Regional Universitario de Veraguas. Los recursos son humanos, materiales y físicos de la misma institución. Tiene un costo que consiste en B/ 10.00 (Diez balboas con cero centésimos) por participante.

### **✚ Instrumentos y materiales**

Para la ejecución del seminario será necesario utilizar algunos recursos tecnológicos y materiales didácticos como

- Papelería: hojas, lápices, bolígrafos, cuaderno de notas, borrador, hojas blancas.
- Recursos tecnológicos: computadora, impresora, paquetes computacionales, como procesador de textos Microsoft Word, para representación de gráficas Microsoft Excel y PowerPoint.

### 5.5.3: Diseño

El proceso previo de configuración del Seminario taller de estrategias metodológicas para la enseñanza de la redacción comercial se dará por un proceso que implicó las siguientes fases:

- Se observó y se analizó el medio en el cual se desenvuelve el docente y el estudiante del Bachillerato en Comercio.
- Se evaluó, mediante la organización y prioridad de las necesidades identificadas
- Se planeó y se proyecta un modo de solucionar la necesidad, por medio de una actividad que descubra la posibilidad y viabilidad de la(s) solución(es)
- Se ejecutará en la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos.

Así, a modo resumido se diseña, tomando en cuenta siete aspectos a detallar:

***“Redactar es más que escribir,  
es lo que te enseña a vivir”***

- ◇ **Nombre:** Seminario Taller de Estrategias Metodológicas para la Enseñanza de la Redacción Comercial.
- ◇ **Coordinador:** Docente de Español del C R U V
- ◇ **Horas:** 40 horas. Preferiblemente semana continua y completa, de lo contrario fines de semana

- ◇ **Sede:** Instituto Urracá.
- ◇ **Perfil del participante:** Docentes de Español de escuelas Medias o Pre-medias. En especial los que dictan el Bachiller en Comercio.
- ◇ **Cantidad de participantes:** 25 por grupo
- ◇ **Nivel:** Superior
- ◇ **Clase:** Perfeccionamiento docente y mejoramiento de la calidad educativa.
- ◇ **Contenidos:** Redacción Comercial y otros, relacionados al tema.
- ◇ **Metodología:** técnicas y actividades diversas, entre ellas: equipo colaborativo, trabajo individual; actividades orales y escritas. Dinámica de grupo y otras que ayuden al desenvolvimiento activo.
- ◇ **Modalidad:** Semipresencial.

#### **5.5.4. Presupuesto**

Este aspecto incluye los ingresos que pueden implementarse y los gastos que surjan al desarrollar la propuesta.

**Cuadro 14. Presupuesto de ingresos y gastos**

Descripción	Ingreso/ Gasto
Inscripción	B/. 10.00
Honorarios a docentes	200.00
Departamento de Español	1.00
Certificado	1.00
Apoyo didáctico	5.00
Reproducción documento	3.00
Elaboración de módulo	75.00
<b>Total</b>	<b>295.00</b>

\* Dispuesto para un grupo.

#### 5.5.5. Cronograma

Las actividades del cronograma son las generales Las del seminario taller serán planteadas a modo de programación analítica.

**Cuadro 15. Cronograma de actividades**

Actividad	Fecha					
	Diciembre 2012	Enero 2013	Febrero 2013	Marzo 2013	Abril 2013	Mayo 2013
Diseño de la propuesta	-					
Reclutamiento del recurso humano		-				
Ejecución			-			
Elaboración de documento de trabajo				-		
Evaluación					-	-

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS  
PROGRAMACIÓN ANALÍTICA  
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA REDACCIÓN COMERCIAL

Horario: 7:30 a.m a 1:30 p.m.

Horario	Objetivos	Contenido	Metodología		Recursos
Primer día 7:30 a.m. 8:00 a.m.	1. Define operativamente la comunicación actual, el procesamiento de la información y la práctica pedagógica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción al seminario taller metodológico para la enseñanza de la redacción comercial.</li> <li>- La comunicación actual y la didáctica tradicional</li> </ul>	<b>Técnicas</b> Exposición dialogada  <ul style="list-style-type: none"> <li>-Lluvia de ideas</li> <li>-Interacción de experiencias</li> <li>-Lecturas</li> <li>- Estudio de caso</li> </ul>	<b>Actividades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presenta el tema con preguntas y respuestas</li> <li>- Comenta</li> <li>- Imágenes</li> <li>- Anécdotas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Módulo elaborado para el seminario taller sobre estrategias metodológicas 2013</li> <li>-Lecturas</li> </ul>
8:00 a.m. 9:00 a.m.	2. Reflexiona acerca del uso de las tecnologías actuales.  3. Comenta sobre los nuevos medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El mundo actual y los medios de comunicación social.</li> <li>-Ventajas y desventajas de los medios de información</li> <li>- Nuevos medios de comunicación</li> <li>- Procesamiento automático de la información.               <ul style="list-style-type: none"> <li>-La computadora</li> <li>-Banco de datos</li> <li>-El disco compacto al servicio de la lengua</li> </ul> </li> </ul>	Panel           Esquema	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comenta en el panel los mensajes transmitidos por diversos medios de comunicación social</li> <li>- Utiliza técnicas y medios modernos de comunicación para enviar mensajes</li> <li>- Confecciona de esquemas acerca de medios de comunicación actual</li> <li>- Desarrolla prácticas incluidas en el módulo de guía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grabadora</li> <li>- USB y CD</li> <li>- Periódicos</li> <li>- Televisión</li> <li>- Computadora</li> </ul>

	4. Presenta estrategias para el uso de los nuevos medios potenciadores de enseñanza aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación</li> <li>- Internet</li> </ul>	Videofono	-Observa un fragmento de una película sobre la redacción en la empresa moderna	
0:00 a.m. 0:15 a.m	R E	C	E	S	O
0:15 a.m :30 p.m.	<p>5. Comenta la actividad didáctica propuesta por los participantes</p> <p>6. Propone nuevas técnicas para el uso de los medios y envío de mensajes:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas para el uso de los medios de comunicación social</li> <li>- Nuevas técnicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pequeño grupo de discusión</li> <li>- Análisis de documento</li> <li>- Panel</li> </ul> <p>Tarea</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valida las técnicas de uso de los medios de comunicación social</li> <li>- Desarrolla actividades propuestas en el módulo</li> <li>- Participa en el panel, referente a los temas tratados en la jornada de actualización</li> <li>- Asignaciones de tarea</li> <li>- investigación sobre otros medios de comunicación no estudiados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tablero</li> <li>- Cartulinas</li> <li>- Hojas blancas</li> <li>- Papel manila</li> <li>- Murales</li> <li>- Marcadores</li> <li>- Lápices</li> </ul>



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS  
PROGRAMACIÓN ANALÍTICA  
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA REDACCIÓN COMERCIAL

Horario: 7:30 a.m. a 1:30 p.m.

Horario segundo día	Objetivos	Contenido	Metodología		Recursos
			Estrategias/Técnicas	Actividades	
7:30 a.m. 10:00 a.m.	1. Identifica las características de los mensajes empresariales  2. Comenta y aplica las características los mensajes en una empresa	La redacción comercial ✓ El mensaje en una empresa o institución. ✓ Mensaje comercial interno de la empresa ✓ El memorando ✓ El informe ✓ El mensaje social - Tipos de cartas - Invitación - Agradecimiento - Felicitación - Presentación	- Exposición dialogada  - Pequeño grupo de discusión - Redes semánticas  - Demostración  - Videófono  -Mesa redonda	- Presenta el tema mediante preguntas y respuestas - Elabora redes semánticas apoyándose en el módulo. - Se anotan los aportes - Observa un documental y fragmentos de la película "Juan en su nueva empresa" - Participa en una mesa redonda, referente al mensaje comercial.	-Documento elaborado para el seminario -Video -DVD con dispositivos para CD y USB -Película

0:00 a.m. 0:15 a.m.	R E	C	E	S	O
0:15 a.m. 1:30 a.m.	3. Reflexiona y opina sobre un videófono presentado	- Película	Videófono -Análisis de documentos -Panel Pequeño grupo de discusión	- Observa un documental y comenta los detalles  - -Elabora ejemplos de documentos comerciales  - Confecciona murales	-Tablero -Cartulinas -Hojas blancas -Murales -Papel manila -Marcadores -Papel periódico
1:30 a.m. :30 p.m.	4-Redacta documentos comerciales con eficiencia	- Otro documento -Resolución - Características - Planeamiento	Taller -Discusión	- Expone en un panel, los documentos comerciales redactados	

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS  
PROGRAMACIÓN ANALÍTICA  
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA REDACCIÓN COMERCIAL

Horario: 7:30 a.m. a 1:30 p.m

Horario Tercer día	Objetivos	Contenido	Metodología		Recursos
			Estrategias/ Técnicas	Actividades	
7:30 a.m. 10:00 a.m	1. Comenta las cualidades de la redacción comercial.  2. Reconoce las cualidades de la redacción moderna en mensajes empresariales	Cualidades de la redacción comercial:  1. Coherencia -Proposición, oración y enunciado.  2. Cohesión -Los mecanismos de cohesión -La conexión  3. Precisión -Sustitución -Supresión  4. Sencillez	-Exposición dialogada  -Lluvia de idea  -Discusión de las actividades asignadas  -Análisis de documentos  - Demostración  - Taller	- Comenta el tema por medio de preguntas exploratorias  - Realiza prácticas de cohesión y coherencia  - Expone ejemplos y aplica las cualidades de la redacción moderna en mensajes comerciales	- Documento sobre el seminario taller  - Multimedia - Dispositivos CD y USB - Computadora - Tablero - Papel Periódico - Hojas blancas - Marcadores

0:00 a.m. 0:15 a.m.	R E	C	E	S	O
10:15 a.m. 11:30 a.m.	3 Explica la actividad didáctica propuesta para los tipos de mensajes sociales y su corrección.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corrección y propiedad en el uso de la lengua               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La acentuación</li> <li>- Las mayúsculas</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Taller</li> <li>-Crucigrama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacta documentos asignados de acuerdo a la cualidades de la redacción comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hojas blancas</li> <li>-Bolígrafos</li> </ul>
11:30 a.m. 1:30 p.m.	4 Redacta documentos comerciales y cartas sociales aplicando las cualidades de la redacción comercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riqueza de Vocabulario</li> <li>- Signos de puntuación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Panel</li> <li>-Tareas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participa en el panel, para la validación de las actividades de redacción.</li> <li>- Asignación de tarea</li> <li>- Investigación referente a las estrategias usadas en la comunicación comercial.</li> </ul>	

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS  
PROGRAMACIÓN ANALÍTICA  
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA REDACCIÓN COMERCIAL

Horario: 7:00 a.m. a 1 30 p.m

Horario Cuarto día	Objetivos	Contenido	Metodología		Recursos
			Técnicas	Actividades	
7:00 a.m. 8:30 a.m.	1. Reconoce e informa sobre las estrategias para la redacción comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategias para la enseñanza y el aprendizaje de la redacción comercial</li> <li>-El CC123 (Control de calidad)</li> <li>-El escarabajo</li> <li>-Agrupamiento Asociativo</li> <li>- El IDC (Introducción, desarrollo y conclusión)</li> <li>- El PNI (Positivo, negativo, interesante)</li> <li>-RA-P-RP (Respuesta anterior-pregunta-respuesta posterior)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Exposición dialogada</li> <li>-Lluvia de ideas</li> <li>-Discusión de las actividades asignadas</li> <li>- Análisis de documentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discute la tarea asignada.</li> <li>- Participa, en lluvia de ideas, sobre las estrategias para la redacción comercial</li> <li>- Analiza prácticas de redacción comparando la redacción comercial tradicional y la moderna.</li> <li>- Desarrolla las actividades del documento de redacción comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Documento del seminario taller</li> <li>-Multimedia</li> <li>-Dispositivos CD y USB</li> <li>-Tablero</li> <li>-Papel periódico</li> <li>-Hojas blancas</li> <li>-Marcadores</li> <li>-Mural</li> <li>-Lápices</li> </ul>

8:30 a.m. 10:00 a.m.	2. Analiza las características de la redacción comercial tradicional y moderna en ejemplos dados.	- Características de la redacción comercial.	-Taller Texto paralelo	- Anota los aportes del grupo empleando el texto paralelo	
10:00 a.m. 10:15 a.m.	R E	C	E	S	O
10.15 a.m. 1:30 a.m.	3. Redacta documentos comerciales para la enseñanza y aprendizaje	- Documentos -El memorando -El informe -Mensaje social -Carta comercial -Carta social	- OPLER - Discusión de gabinete - Phillips 66 o discusión 66 - Mesa redonda - Tarea	- Diálogo sobre técnicas tradicionales y actuales - Participa en una mesa redonda, sobre los documentos redactados por los participantes - Asignación para recoger y aportar sobre las nuevas técnicas o estrategias de redacción comercial, para uso del docente en el bachillerato comercial	Textos de redacción comercial Equipo de multimedia

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS  
PROGRAMACIÓN ANALÍTICA  
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA LA ENSEÑANZA DE LA REDACCIÓN COMERCIAL

Horario: 7.30 a.m. a 1:30 p.m.

Horario Quinto día	Objetivos	Contenido	Metodología		Recursos
7 30 a.m. 9 30 a.m.	1. Reflexiona acerca de la práctica pedagógica del Bachillerato Comercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversos temas del Bachiller en Comercio</li> <li>- Estrategias de redacción comercial               <ul style="list-style-type: none"> <li>- SQA(qué sé, qué quiero saber, qué aprendí)</li> <li>- Hipertexto</li> <li>- Analogías</li> <li>- Binas o cuartas</li> <li>- Técnicas de las palabras de gancho</li> </ul> </li> </ul>	<b>Técnicas/Estrategias</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposición dialogada</li> <li>- Mapa conceptual</li> </ul>	<b>Actividades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comenta la tarea asignada.</li> <li>- Elabora actividades incluidas en el documento del seminario.</li> <li>- Anotan los aportes.</li> <li>- Discute las estrategias de redacción aplicadas en la comunicación comercial.</li> </ul>	Folletos del seminario taller. -Multimedia -Programa Movie Maker -CD -Película -Tablero
9.30 a.m. 10:00 a.m.	2. Organiza actividades reforzadoras de las estrategias y muestra interés por aplicar las estrategias de redacción comercial expuestas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Métodos de las palabras claves</li> <li>- Resúmenes intercalados</li> <li>- Método de problemas</li> <li>- Repetición (Simple, Parcial, Acumulativa)</li> </ul>	Pequeño grupo de discusión  -Diseño de murales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseña un mural sobre las estrategias de aprender-prender aplicado al texto comercial.</li> </ul>	Cartulina -Hojas blancas -Murales -Papel manila  Marcadores -Lápices

10:00 a.m. 10:15 a.m.	R E	C	E	S	O
10:15 a.m. 11:45 a.m.	3. Evalúa los logros obtenidos en el seminario	- Prueba de conocimientos generales	- Evaluación final del seminario taller	- Desarrolla prueba objetivamente	-Bolígrafos
11:45 a.m. 1:30 p.m.					

### BIBLIOGRAFÍA:

- BOTACIO DE GRACIA, Camiola y otros. **Métodos y técnicas para optimizar su docencia**. Panamá: 2005
- DE GONZÁLEZ, Livia Ester. **Nuestro idioma en el mundo comercial** Panamá: Editora Sibauste, S A.: 2002.
- DE GONZÁLEZ RÍOS, Beatriz. **Correspondencia comercial**. Editorial Norma, S.A. Colombia, 1995
- DE MARTÍNEZ R., Noemí. **Redacción comercial**. Editora Sibauste: 2000.
- DÍAZ BARRIGA, Frida. **Estrategias docentes para un aprendizaje significativo** Mc Graw-Hill. México: 1999.
- DÍAZ BARRIGA, Frida y HERNÁNDEZ ROJAS, Gerardo. **Estrategias docentes para un aprendizaje significativo** Mc Graw-Hill. México: 1998.
- PIMIENTA P, Julio H. **Estrategias para aprender a aprender**. Pearson Educación
- ROBINSON DE MC ELFRESH, Crecencia. **Español Comercial 12º** Ediciones Panamá. Panamá. 2004



## CONCLUSIONES

Con la terminación de esta investigación, se presentan las siguientes conclusiones:

- La comunicación moderna impone nuevos modos de establecer relaciones entre las personas, con la ayuda de la tecnología se hace más novedosa y funcional, encontrándose una de las formas de la interrelación del hombre en la comunicación escrita, que tiene un papel preponderante en el ámbito empresarial, como herramienta esencial de enviar o recibir mensajes
- El campo de la educación está influenciado por el mundo de los negocios, razón por la que el programa del nivel medio, como el Bachillerato en Comercio, desarrolla una serie de actividades, como es reflexionar sobre mensajes de los medios de comunicación, elaborar documentos que demuestren una redacción sencilla, clara y precisa, además, utilizar las tecnologías en boga para hacer de sus mensajes algo innovador.
- La enseñanza y el aprendizaje de la redacción comercial, en los centros educativos de los actuales tiempos, deben ser dinámicos, completos de actividades que concreten el aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer y el aprender a convivir, y al agregar diversos métodos y técnicas en sus estrategias metodológicas, se logra una didáctica propia de quienes se forman en estas áreas.
- Gracias a los cambios trascendentales de la tecnología en el proceso de la información, la enseñanza debe ser más práctica que teórica, pues el alumno

se hace más participativo, y se orienta a adentrarse al mundo virtual y moderno, para facilitar, así, sus aprendizajes más efectivos y productivos, por ende, altamente eficaces en el campo laboral.

- Se comprobó que los estudiantes de duodécimo grado del Bachiller en Comercio revelan dificultades en la redacción comercial, especialmente en la estructuración de documentos, por ello se hace imprescindible la utilización de técnicas y métodos creativos, innovadores que dinamicen la práctica pedagógica.
- La pregunta acerca de cuáles son los documentos, cuya redacción dominan los estudiantes, plasma que existe una realidad preocupante, pues hubo pocas respuestas y deficientes.
- Luego de revisar cada una de las respuestas se analiza el hecho de que la nueva propuesta curricular puede llenar los vacíos de los programas que señalan los docentes, pero, a la vez, se sabe que cada educador es artífice de una didáctica más activa e innovadora, así como el estudiante es constructor de su propio aprendizaje.
- Las respuestas sobre los recursos didácticos señala hace imperante la necesidad de usar otros más innovadores, como por ejemplo el manejo del computador como herramienta en las prácticas de redacción y presentación de los contenidos, ya que el uso de láminas, el pizarrón y el papel se conciben como tradicionales.

- Algunas dificultades de los estudiantes se agravan por otros factores relacionados con la evaluación, la acentuación, la puntuación, y el uso de mayúsculas. Además, por el poco interés de muchos estudiantes y de la falta de actualización docente
- Las encuestas docentes y estudiantes coinciden en el aprendizaje, pues resulta ambos establecen que es “regular”
- El programa de Español del Bachiller en Comercio está dividido en cuatro áreas: Expresión oral y comunicación, Lectura y Escritura, Estructura de la Lengua y Literatura, que presentan contenidos integrales relacionados a la redacción comercial, así el trabajo con el estudiante exige que se realicen prácticas eficaces en el salón de clases

## RECOMENDACIONES

Al concluir este estudio, se presentan algunas recomendaciones:

- Implementar nuevas estrategias y técnicas en la enseñanza y el aprendizaje de la redacción comercial, por la carencia de interés de muchos estudiantes que cursan el 12 grado del Bachiller en Comercio.
- Ofrecer la oportunidad a los docentes de intercambiar experiencias didácticas con otros en un Seminario sobre Estrategias metodológicas de Enseñanza de la Redacción Comercial para se actualicen en los últimos postulados de su práctica pedagógica.
- Complementar la enseñanza de la redacción comercial con laboratorios computacionales y de Lengua en el nivel medio, ya que los avances tecnológicos lo exigen en la empresa moderna
- Promover en los seminarios las nuevas tendencias y enfoques de la didáctica de la redacción comercial así lo necesitan, en vías de actualizar al docente que dicta cátedras relacionadas al comercio.
- Realizar campañas de sensibilización acerca de las ventajas que representa el aprender a elaborar documentos personales y comerciales, tanto al docente como al estudiante, para lograr el éxito en los bachilleratos comerciales y en la comunidad en general
- Utilizar nuevos métodos y técnicas en los diversos niveles medios del país en busca de cambiar la pedagogía tradicional, la que ya no funciona con el tipo de estudiante que existe hoy en las aulas escolares.

- Promover diversos programas breves que enseñen la redacción comercial por medios de la comunicación de masa: la radio y la televisión
- Incentivar el hábito de lecturas descriptivas en los estudiantes del área comercial con vocabularios diversos, ya que permite el desarrollo del pensamiento y la producción cuidadosa y creativa.
- Lograr convenios con otras universidades y escuelas para realizar investigaciones que profundicen el tema, con el fin de disminuir o eliminar una redacción de documentos deficiente, que impera en estos momentos, por una más acorde con los desafíos del mundo de los negocios.

## BIBLIOGRAFÍA



- ACUÑA, José Correspondencia y documentación comercial moderna. México: McGraw Hill, 1983.
- ÁLVAREZ MÉNDEZ, J. M. Teoría lingüística y enseñanza de la lengua. Madrid: Akal, 1987.
- ACADEMIA PANAMEÑA DE LENGUA Y OTROS "Documento IV Congreso: Mesa Didáctica". MEDUCA, 2011.
- AUSTIN, John L. Cómo hacer cosas con palabras. Barcelona: Paidós, 1981.
- BASULTO, Hilda Mensajes idiomáticos. Mejore su redacción. México. Trillas, 1999
- BATJÍN, Mijail Estética de la creación verbal. México Ed. Siglo XX, 1997.
- BENÍTEZ FIGARI, Ricardo Teorías de la producción escrita  
Internalismo y externalismo Santiago de Chile. Frasis editores, 2005.
- BOTACIO DE GARCÉS, Carniola y otros. Métodos y técnicas para optimizar su docencia Panamá, 2005.
- BRUNER, José Acción pensamiento y lenguaje. Madrid: Alianza editorial, 1984
- CAMPS, Anna. y Dolz. Presentación: Enseñar a escribir Cultura y Educación, 1986.
- CAMPS, Anna. Modelos del proceso de redacción: algunas implicaciones para la enseñanza. Infancia y aprendizaje, 1989

- \_\_\_\_\_ Proyectos de Lengua: entre la teoría y la práctica. En Cultura y Educación, 1996.
- CASSANY, Daniel. Enseñar lengua Barcelona: Editorial Graó, 1998.
- CORNEJO, Ada. Módulo de Seminario taller: Redacción de documentos técnicos. Panamá: Centro Regional Universitario de Veraguas, 2004.
- CHANG, Abril y PETROVICH, Elizabeth. La planificación didáctica, según el enfoque de formación por competencias. Panamá, 2011
- DÍAZ BARRIGA, Frida. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. México: Mc Graw-Hill, 1999
- DÍAZ BARRIGA, Frida y HERNÁNDEZ ROJAS, Gerardo Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. México. Mc Graw-Hill, 1998
- DÍAZ, GIRALDO, Luz M "Documento redacción". Panamá, 1995.
- GARCÍA, Sady y MONTENEGRO, Marilín "Redacción comercial". Panamá: Instituto Superior Istmeño, 2005
- GONZÁLEZ, Livia Ester de Nuestro idioma en el mundo comercial Panamá: Editora Sibauste, S.A.: 2002.
- GONZÁLEZ R., Beatriz de Correspondencia comercial Colombia: Editorial Norma, S.A. 1995.
- GUTIÉRREZ, Elisa. "Consideraciones en torno a la enseñanza de la redacción en colegios secundarios de la provincia de Veraguas" C.R.U. Veraguas, 1998.

- HALLIDAY, Michael A El lenguaje como semiótica social. México: Fondo de Cultura Económica, 1982
- HERNÁNDEZ, A. Y QUINTERO, A. Comprensión y composición escrita. Estrategias de aprendizaje. Madrid: Ed Síntesis, S.A., 2001.
- LAROUSE. Diccionario Enciclopédico. México: Editorial Cumbre, S.A., 1990
- LIBRERÍA INTERAMERICANA. Ley 47 de 1946 Orgánica de Educación. Panamá: Editora Interamericana, S.A., 1999.
- LOMAS, Carlos. Leer, escribir y aprender. Signos. Teoría y práctica de la Educación, 1997
- LÓPEZ, BLANCA Silvia Y OTROS Evaluación del aprendizaje. México. Editorial Trillas, 1999.
- LURIA, Alexander. Conciencia y Lenguaje Madrid: Visor, 1984.
- MARINKOVICH, Juana. Enfoques de proceso en la producción de textos escritos. ev. signos. [online]. Vol 35, N°.51-52, 2002.
- MARTÍNEZ R , Noemí de Redacción comercial Editora Sibauste, 2000
- MEDUCA Una nueva oferta curricular: La Educación Básica General y la Educación Media.
- \_\_\_\_\_ Programas de Educación. Panamá: Dirección Nacional de Currículo y Tecnología Educativa, 2003-2009.

- \_\_\_\_\_ Orientaciones de actualización de los programas de Educación. Panamá: Dirección Nacional de Currículo y Tecnología Educativa, 2012.
- \_\_\_\_\_ Registro de Asistencia y Evaluaciones. Panamá: Centro de Impresión Educativa. , 2012.
- MENDOZA Fillola, Antonio. Didáctica de la lengua y la literatura Madrid Pearson educación, 2003
- MIRET, Inés. y TUSÓN, Amparo. La lengua como instrumento de aprendizaje, en Textos de didáctica de la Lengua y la Literatura, N° 8 Barcelona. Graó, 1996
- MORALES, Fulvia. Talleres de Comprensión Lectora Panamá: Universal Books, 2012
- OCÉANO. Mentor de Gramática. Barcelona: Editorial Océano, 2010.
- PANAMÁ. Constitución de la República Mizrachi Editores, 1998
- PAZOS, Ethel. Metodología para la redacción de informe técnicos. México, 2001.
- . PETROCELLI H., Donna A. "Módulo de Seminario taller ortografía de la lengua española". Panamá. C.R.U. Veraguas, 2006.
- PIMIENTA, Julio. Metodología constructivista. México: Editora. Leticia Gaona F., 2007.
- \_\_\_\_\_ . Estrategias para aprender a aprender México. Editora. Leticia Gaona F., 2007.

- QUILLET. Diccionario Enciclopédico. México: Editorial Cumbre, S A., 1985.
- ROBINSON DE MC ELFRESH, Crecencia. Español comercial 12º. Panamá: Ediciones, 2004.
- ROJAS, Demóstenes. Redacción comercial estructurada. México: Mc Graw –Hill, 2005.
- SANGUINETI, Carmen. Introducción al Estudio del Texto. Panamá: Editorial Universitaria, 2007.
- SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística general. Buenos Aires. Losa, 1979.
- VAN DIJK, Teun. La ciencia del texto. Barcelona: Paidós, 1983.
- \_\_\_\_\_. Estructuras y funciones del discurso. México: Siglo XXI, 1980
- VYGOTSKY, Lev Semiónovich. Pensamiento y lenguaje. Buenos Aires. Ed. Pléyade, 1977

#### INTERNET

- [ortografiayredaccion.blogspot.com/](http://ortografiayredaccion.blogspot.com/)
- [redaccionycomposicion.blogspot.com/](http://redaccionycomposicion.blogspot.com/)
- [unb-revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/11-1152.doc](http://unb-revistaintercambio.net.br/24h/pessoa/temp/anexo/11-1152.doc)
- [http //noticias.juridicas.com/articulos/40-Derecho%20Laboral/200102-05512911015390.html](http://noticias.juridicas.com/articulos/40-Derecho%20Laboral/200102-05512911015390.html)
- <http://server2.southlink.com.ar/VAP/DPC-COM.htm>
- [http.wikipedia.org/wiki/medio de comunicación](http://wikipedia.org/wiki/medio_de_comunicación)

- <http://www.eumed.net/rev/ced/24/mbb2.htm>
- [wican.blogia.com/temas/lenguaje-escrito.php](http://wican.blogia.com/temas/lenguaje-escrito.php)
- [www.educacioninicial.com/EI/contenidos/00/1200/1237.ASP](http://www.educacioninicial.com/EI/contenidos/00/1200/1237.ASP)
- [www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/contabilidad](http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/contabilidad)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Administracion y FinanzasEn caché - Similares
- [www.monografias.com/.../comunicacion-escrita/comunicacion-escrita](http://www.monografias.com/.../comunicacion-escrita/comunicacion-escrita)
- [www.tiemposmodernos.eu/ret-requisitos-comunicacion-escrita/](http://www.tiemposmodernos.eu/ret-requisitos-comunicacion-escrita/)

**ANEXOS**

## Anexo 1

### Técnica CC123 (Control de calidad)

Conceptualización	Realización y tipo de documento	Valorización
Técnica que permite paso a paso controlar la calidad de la redacción	<p>Puede usarse en avisos y memorando</p> <p>Paso 1: Reconocimiento del sustantivo (centro) los demás lo complementan. Ej.: "Horario"</p> <p>Paso 2: Frente a la necesidad de crear un mensaje surge la idea básica que da un sustantivo focal. Sigue la redacción para identificar la idea principal, la que está compuesta por una sola oración. Ej.: "El horario de 9:00 a.m. a 5:00 p.m. es nuevo"</p> <p>Paso 3: Elaboración de párrafos. Ampliar el número de oraciones. Ej.: "Se les comunica que el horario de 9:00 am. a 5:00 p.m. es nuevo y debe ser cumplido por todos los trabajadores de la empresa, ya que se contribuye con la economía de energía eléctrica este mes.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Colocarle fecha y firma ya es más sencillo. Tendrá un formato de memorando</li></ul>	Se revisan los borradores y las estructuras para controlar la calidad del texto.



## Anexo 2

### Técnica El escarabajo

Conceptualización	Realización y tipo de documento	Valorización																								
<p>Modelo inspirado en la semántica de la palabra y en las redes asociativas que la misma sugiere por los conocimientos previos y experiencias que cada persona posee.</p>	<p>Se puede usar en informes o reportes.</p> <p>Paso 1: El sustantivo generador de otros sustantivos. Es el centro para trabajar los campos semánticos de la palabra. Se escriben los derivados Ej.: "cheque". (centro). Genera palabras como cobro, dinero, vendedor, revisión cobrador, válido, gerencia, riqueza, firma, monto, día, mercancía, pago, compra, venta, responsable, número de cheque, empresa, envío, dueño, cobrador, compromiso, entrega...</p> <p>Paso 2: Ordenación de las palabras que se obtuvieron en la fase anterior, en bloques semánticos. Cada bloque representa un eje donde se desplazan las palabras con cierta lógica. Ej.: Bloques semánticos</p> <table data-bbox="489 1074 892 1328"> <thead> <tr> <th>Responsable</th> <th>cheque</th> <th>Empresa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cobro</td> <td>dinero</td> <td>firma</td> </tr> <tr> <td>Cobrador</td> <td>número de cheque</td> <td>dueño</td> </tr> <tr> <td>vendedor</td> <td>pago</td> <td>gerencia</td> </tr> <tr> <td>entrega</td> <td>riqueza</td> <td>compra</td> </tr> <tr> <td>día</td> <td>válido</td> <td>compromiso</td> </tr> <tr> <td>revisión</td> <td>monto</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>cuentas</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Se puede optar por otras ordenaciones (primero, tercero, segundo)</p> <p>Paso 3: Selección, jerarquización y discriminación</p>	Responsable	cheque	Empresa	Cobro	dinero	firma	Cobrador	número de cheque	dueño	vendedor	pago	gerencia	entrega	riqueza	compra	día	válido	compromiso	revisión	monto			cuentas		<p>Se utiliza para el desarrollo de ideas; ayuda a delimitar y analizar posibilidades rápidas y efectivas al escribir.</p> <p>Fomenta en la redacción, la práctica sencilla y útil.</p>
Responsable	cheque	Empresa																								
Cobro	dinero	firma																								
Cobrador	número de cheque	dueño																								
vendedor	pago	gerencia																								
entrega	riqueza	compra																								
día	válido	compromiso																								
revisión	monto																									
	cuentas																									

De menor a mayor importancia y en el orden de cada bloque. Este último se determina por el punto de vista la prioridad que se le quiera dar a las ideas.

Ej.:

Pensemos que ordenamos primero el bloque tercero. Y escogemos el de empresa, pasamos al punto de vista. Refuerzan el tono del escrito.

- Antes del escrito debemos revisar los enlaces por su función y recomendaciones para elegir un tema.

Se procede al desarrollo del tema. Se siguen los mismos pasos, solo que en vez de una palabra será un enunciado.

Ej. Enunciados:

Los responsables de cobrar los cheques

El número de cheque no debe ser olvidado

Los cheques deben tener la firma de la empresa

La empresa envía un cheque X para pago de compromiso

El cheque es de gerencia

Los cobradores deben hacer la entrega al día.

**Se ordena de acuerdo a bloques semánticos**

Por ejemplo:

Informe

Título Cobro de cheques

Dirigido a Gerencia

El 7 de julio de 2012 se encontró que los responsables de cobrar las cuentas no revisaron los números de los cheques de la empresa GGH con la que cancelaba las cuentas N° 900, N°1234 y N° 8976. Por ello, se informa que los cheques no corresponden a números correctos ni firmas de la gerencia.

- Ya su estructura es revisión, fecha, firma de quien lo hizo.

### Anexo 3

#### Estrategia IDC (Introducción, desarrollo y conclusión)

Conceptualización	Realización y tipo de documento	Valorización
<p>Estrategia para un texto expositivo que consta de tres partes: introducción, desarrollo y conclusión.</p> <p><b>Introducción:</b> se sitúa la información necesaria, definiciones o parámetros que ayuden en la comprensión del planteamiento.</p> <p><b>Desarrollo:</b> descripción de una situación observable, la apreciación acerca de los hechos, al análisis y la explicación.</p> <p><b>Conclusión:</b> Deducción lógica a la que se llega después del análisis y demostración de hechos en el desarrollo. De aquí se pueden deducir los juicios.</p>	<p>Se puede utilizar en la carta de solicitud de crédito</p> <p><b>Introducción:</b> Da a conocer la estabilidad comercial que respalda la empresa, lo que la convierte en confiable.</p> <p>Ej. La empresa AGENTCLO, S.A., diseñadora de muebles, desde hace diez años en el mercado Actualmente es socia de VRIT, CONSESIONARIO compañía que respalda nuestros pedidos exclusivos</p> <p><b>Desarrollo:</b> Se expone la circunstancia que se le presenta a la empresa y el problema económico que representa, lo cual exige un crédito para su solución.</p> <p>Ej Debemos cumplir con pedidos a nivel nacional, somos responsables de enviar 2,000 sillas al colegio I.P D T H, lo que se dificulta al no poseer un vehículo más grande para el traslado de los muebles, por ello, hemos decidido comprar un Camión Marca PTG, 2015.</p> <p><b>Conclusión:</b> Se plantea la solicitud de crédito, se establece el monto y se ofrece la garantía, así como forma y plazo de pago.</p> <p>Por las razones expuestas, solicitamos un crédito por 30 mil balboas amortizables en 36 meses También, garantizamos esta operación con la escritura de propiedad de la Finca Nº 75, ubicada en Corregimiento San Francisco, Veraguas, a 2 Km de carretera principal, como uno de los requisitos indicados por su Departamento de Crédito.</p>	<p>Prepara la comprensión del texto completo.</p> <p>-Permite revisar las cualidades de la redacción, como son claridad, sencillez y coherencia.</p>

## Anexo 4

### Estrategia El PNI (Positivo, negativo, interesante)

Conceptualización	Realización y tipo de documento	Valorización						
<p>Permite expresar el mayor número de ideas que se generan sobre un evento, acontecimiento o alguna observación</p>	<p>Se puede usar en los mensajes sociales o cartas de pedido</p> <p>Ej. Carta de Pedido (a una empresa nueva)</p> <table border="1" data-bbox="671 674 1328 1325"> <thead> <tr> <th data-bbox="671 674 892 716">POSITIVO</th> <th data-bbox="892 674 1110 716">NEGATIVO</th> <th data-bbox="1110 674 1328 716">INTERESANTE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="671 716 892 1325"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El pedido será de equipo de oficina que contribuyen a la eficiencia de la tarea</li> <li>-El pedido se genera por el deterioro de los aparatos</li> <li>-Es una empresa con los mejores precios.</li> <li>-Buena publicidad de la empresa en el mercado</li> </ul> </td> <td data-bbox="892 716 1110 1325"> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Costos diversos</li> <li>-Pérdidas o deterioro de la mercancía en el acarreo.</li> <li>-Irresponsabilidad del que los envía</li> <li>-Por ser la empresa nueva existe el riesgo de una entrega tardía</li> </ul> </td> <td data-bbox="1110 716 1328 1325"> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Establecer relaciones comerciales con una empresa nueva.</li> <li>-Urgencia en el cambio del equipo existente</li> <li>-Nuevas mercancías en el mercado competitivo</li> <li>-Mejores marcas de los productos</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table> <p>Ej</p> <p>Sírvase despachar a GGGT-SOLUCIONES, S A seleccionados de su catálogo A-890:</p> <p>Impresora 220 HP ..... B/ 409 98</p> <p>2 engrapadora de clip 2/5" ..... 7 00</p> <p>1 computadora ASPIRE 3452 .. .. 629 00.....</p> <p>Nos complacería contar con la mercancía antes del 4 de julio para lograr renovar nuestra oficina</p> <p>Adjuntamos cheque N° 2030 por un monto de mil cuarenta y cinco con 45/100 en pago del total de la factura.</p> <p>Esperamos establecer nuevas relaciones comerciales.</p> <p>Cordialmente</p>	POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El pedido será de equipo de oficina que contribuyen a la eficiencia de la tarea</li> <li>-El pedido se genera por el deterioro de los aparatos</li> <li>-Es una empresa con los mejores precios.</li> <li>-Buena publicidad de la empresa en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Costos diversos</li> <li>-Pérdidas o deterioro de la mercancía en el acarreo.</li> <li>-Irresponsabilidad del que los envía</li> <li>-Por ser la empresa nueva existe el riesgo de una entrega tardía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Establecer relaciones comerciales con una empresa nueva.</li> <li>-Urgencia en el cambio del equipo existente</li> <li>-Nuevas mercancías en el mercado competitivo</li> <li>-Mejores marcas de los productos</li> </ul>	<p>Permite al estudiante determinar lo positivo, lo negativo y lo interesante del documento.</p> <p>Es de gran valor educativo</p> <p>Permite la toma de decisiones fundamentales</p>
POSITIVO	NEGATIVO	INTERESANTE						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El pedido será de equipo de oficina que contribuyen a la eficiencia de la tarea</li> <li>-El pedido se genera por el deterioro de los aparatos</li> <li>-Es una empresa con los mejores precios.</li> <li>-Buena publicidad de la empresa en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Costos diversos</li> <li>-Pérdidas o deterioro de la mercancía en el acarreo.</li> <li>-Irresponsabilidad del que los envía</li> <li>-Por ser la empresa nueva existe el riesgo de una entrega tardía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Establecer relaciones comerciales con una empresa nueva.</li> <li>-Urgencia en el cambio del equipo existente</li> <li>-Nuevas mercancías en el mercado competitivo</li> <li>-Mejores marcas de los productos</li> </ul>						



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS

MAESTRÍA EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL

ENCUESTA A DOCENTES

Respetado(a) docente: Su valiosa colaboración permitirá analizar aspectos del proceso de enseñanza –aprendizaje de la asignatura Español del Bachillerato en Comercio

Los datos que proporcione serán tratados confidencialmente

Gracias por su apoyo

Marque con un gancho ( ) la opción de su preferencia

Sexo: Femenino\_\_\_ Masculino\_\_\_

Años de docencia general\_\_\_ Nivel académico: Profesor\_\_\_ Licenciado\_\_\_

Magíster\_\_\_ Doctorado\_\_\_ Otros\_\_\_

1. ¿Cómo califica el nivel académico de los estudiantes del Bachiller en Comercio?

Excelente  Bueno  Regular  Deficiente

2. Señale los aspectos donde sus estudiantes de duodécimo grado presentan mayor deficiencia

Acentuación  Signos de puntuación

Redacción de documentos  Expresión oral

Expresión escrita en general  Estructura de los textos

Uso de letras en particular

3. Señale tres actividades que realiza con más frecuencia en clases

Talleres  Investigaciones  Proyectos  Exposiciones dialogadas

Trabajos individuales  Uso del diccionario

4. ¿Con qué frecuencia desarrolla actividades de lectura con los estudiantes?

Semanal

Mensual

Trimestral

5. ¿Cómo es el desarrollo de las clases de Español?

Teórico-práctico  Más teórico que práctico  Más práctico que teórico

6. Señale los recursos usados en las clases de Español

Computadora personal

Máquinas de escribir

Laboratorio de lengua

Láminas

Salón de informática

Papel

Multimedia

Tablero  internet

7. Mencione los libros de Español comercial que utiliza en sus clases

Título

Autor

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

8. Técnicas empleadas en la clase de español

Opler  Plenarias  Trabajos en equipo  informes

Otras, especifique \_\_\_\_\_

9. ¿Cuáles son los documentos cuya redacción dominan los estudiantes?

Cartas comerciales

Memorando

Resolución

Hoja de vida

Telegrama

Acta

Informe

Mensajes sociales

Ninguno

10. ¿Qué actividades de evaluación se practican?

Pruebas escritas  Elaboración de documentos comerciales

Mapas conceptuales  Murales  informes

Otras \_\_\_\_\_

11- Da a conocer los objetivos que se lograrán durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Sí

No

12. Anote dos obras o textos asignados este año para motivar el hábito en la lectura

---

---

13. Anote tres debilidades del programa de Español en Bachiller en Comercio

14. Ha participado en seminarios de redacción comercial

Sí

No

¿Dónde? \_\_\_\_\_ año

15. Sugerencias para mejorar la enseñanza aprendizaje en el Bachiller en Comercio.



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE VERAGUAS  
MAESTRÍA EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL  
ENCUESTA A ESTUDIANTES

Apreciado(a) estudiante: Tu valiosa colaboración permitirá analizar aspectos del proceso de enseñanza –aprendizaje de la asignatura Español del Bachillerato en Comercio

Los datos que proporcione serán tratados confidencialmente.

Gracias por su apoyo

Marque con un gancho ( ) la opción de su preferencia.

Sexo: Femenino\_\_\_ Masculino\_\_\_ Edad\_\_\_

1.¿Cómo consideras tu aprendizaje académico?

Excelente Bueno Regular Deficiente

2. Señale los aspectos donde presenta mayor dificultad

Acentuación Signos de puntuación Redacción de documentos  
Expresión oral  Estructura de documentos

Expresión escrita en general Estructuras de los textos

Uso de letras en particular

3.¿ Señala las actividades que más desarrollas en las clases de español

Talleres

Proyectos

Investigaciones

Exposiciones dialogadas

Uso de diccionarios

Trabajos individuales

4.¿ Con qué frecuencia se practican actividades de lecturas?

Semanalmente

Mensualmente

Trimestral



5. ¿Cómo es el desarrollo de las clases de Español?

Teórico-práctico  Más teórico que práctico  Más práctico que teórico

6. Recursos usados en la clase de español

Computadora personal  Máquina de escribir  Láminas

Laboratorio de lengua  Multimedia  Papel

Salón de informática  Tablero  Internet

7. Señale los libros de Español comercial que más utilizas.

-Redacción Comercial .....Noemí Martínez

-Teoría y Práctica de Redacción de cartas.....Abel Castillo

-Redacción Comercial Estructurada.....Demóstenes Rojas

-Redacción Comercial.....Berta Cheng

Otros \_\_\_\_\_

8. Técnicas que aplicas en las clases de español

Opler  Plenarias  Trabajos en equipo  informes

Otras \_\_\_\_\_

9. ¿Cuáles son los documentos de redacción comercial que más dominas

Cartas comerciales  Memorando  Resolución  Telegrama

Mensajes electrónicos  Hoja de vida  Acta  Informe

Ninguno  Mensajes sociales

10. ¿Qué actividades te aplican más como evaluación

-Pruebas escritas  Mapas conceptuales  Murales

-Elaboración de documentos comerciales  Informes

11. Te informa el profesor el objetivo que se desarrollará durante el proceso de enseñanza

Sí

No

12. Anota dos obras o textos leídos en este año escolar

---

13. Anota los temas de español que según tu criterio se deben fortalecer durante el curso de Bachiller en Comercio

14. Anota tus sugerencias para mejorar las clases de Español en el Bachillerato Comercial

15. Redacte una carta comercial, de solicitud u otra que domine, siguiendo su debida estructuración (Encabezado, cuerpo, partes suplementarias)

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA DE ESPAÑOL  
MAESTRÍA EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL

**Entrevista realizada a docentes del Instituto Urracá**

Nombre: Mirna de Calles

Función: Coordinadora del Departamento de Español

Fecha: 21 de septiembre de 2011

- 1 ¿Cómo considera las clases de los docentes del Departamento de Español de este centro educativo?

---

---

---

- 2 ¿Cuáles son los métodos más usados en el área de la Redacción Comercial?

---

---

---

3. ¿Texto más usado?

---

---

4. En cuanto a la redacción Comercial, ¿qué nos puede sugerir?

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA DE ESPAÑOL  
MAESTRÍA EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL

**Entrevista realizada a estudiante de 12° del Instituto Urracá**

Nombre: Ailyn Zambrano

Función: Estudiante

Grado: 12° B1

Fecha: 21 de septiembre de 2011

- 1 ¿Qué recomendaciones sugiere usted en cuanto a la enseñanza de la redacción Comercial?

---

---

---

---

---

---

- 2 ¿Considera que las clases de Español son motivadoras?

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA DE ESPAÑOL  
MAESTRÍA EN LINGÜÍSTICA APLICADA A LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL

**Vistas panorámicas de estudiantes del Bachiller en Comercio**

